

HOAKS DAN SPIRAL KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL

Pidato Pengukuhan
Guru Besar dalam Ilmu Komunikasi
Disampaikan di Hadapan Rapat Senat Terbuka
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Tanggal 10 Desember 2019



Oleh:

Prof. Dr. Iswandi Syahputra, M.Si
Dosen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2019

HOAKS DAN SPIRAL KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL

Pidato Pengukuhan
Guru Besar dalam Bidang Ilmu Komunikasi
Disampaikan di Hadapan Rapat Senat Terbuka
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
10 Desember 2019



Oleh:
Prof. Dr. Iswandi Syahputra, M.Si
Dosen Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN)
Sunan Kalijaga Yogyakarta

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2019

HOAKS DAN SPIRAL KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL

*Bismillahirrahmannirrahim,
Alhamdulillah rabbil alamin.*

Assalamu'aikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Salam PANCASILA,
Salam Bhinneka Tunggal Ika untuk kita semua...

Yang terhormat

- Ketua, Sekretaris dan Anggota Senat Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Rektor dan Para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Para Dekan, Wakil Dekan, Ketua dan Sekretaris Program Studi di Lingkungan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Kepala dan Sekretaris LPPM, LPM serta Ketua Pusat Studi di Lingkungan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Para Undangan, Teman Sejawat, Tenaga Kependidikan, Keluarga dan Kerabat, para Alumni Mahasiswa.

Pengukuhan Guru Besar ini adalah bentuk pengakuan saya bahwa tanpa campur tangan Gusti Allah, mustahil saya dapat berdiri di majelis yang mulia dan terhormat ini. Karena itu dengan ijin Allah SWT, perkenankan saya menyampaikan pidato pengukuhan Guru Besar Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga dengan judul:

HOAKS DAN SPIRAL KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL

Judul ini saya pilih sebagai refleksi ilmiah saya, selaku intelektual yang baru mengabdikan 14 tahun di UIN Sunan Kalijaga. Selama mengabdikan sebagai dosen dan peneliti, berbagai interaksi saya dengan mahasiswa, kolega, dan pegawai turut mempengaruhi pikiran saya. Sebagai kampus besar yang melahirkan banyak pemikir besar, UIN Sunan Kalijaga tentu tidak saja mempengaruhi jalan pikiran saya, tetapi juga jalan pemikiran bangsa Indonesia. Mereka dibesarkan oleh UIN Sunan Kalijaga, dan saat ini UIN Sunan Kalijaga juga telah menghantarkan saya sebagai salah satu Guru Besar. Walau merasa bangga, tapi sejujurnya saya merasa bukan siapa-siapa dibanding para tokoh besar yang telah dilahirkan oleh UIN Sunan Kalijaga. Saya hanya dosen biasa yang melangkah di jalan takdir yang kuasa. Sebagai dosen biasa, saya juga memiliki keinginan menyumbangkan pemikiran saya untuk bangsa dan negara Indonesia yang lahir batin saya cintai sepenuh jiwa dan raga.

Banyak tema pemikiran yang dapat saya sampaikan dalam pidato pengukuhan ini, tetapi saya memilih *hoaks dan*

kebencian di media sosial sebagai materi utama. Tema ini saya pilih karena saya tidak ingin Indonesia terbelah dalam perangkap saling membenci dan terpolarisasi gara-gara hoaks yang mereka (termasuk saya) konsumsi. Sebagai salah satu warga di jagad maya, saya sendiri kerap menerima hoaks yang terkadang muncul seperti curah hujan yang deras. Belum selesai saya mencerna akurasi kebenaran satu informasi, muncul informasi lain yang didisain seperti informasi yang mengandung kebenaran. Seperti tidak ada waktu jeda untuk berpikir, apakah informasi yang saya terima ini benar atau salah? Jika informasi ini salah, mengapa disebarluaskan juga oleh aktor yang sering menyerukan kebenaran?

Sehingga saya berpikir, terkadang informasi yang salah tetapi disampaikan oleh *public actor* atau para pemangku kebenaran, akan berpengaruh pada kebenaran informasi yang salah tersebut. Artinya, informasi yang salah dapat menjadi seperti benar, bila disampaikan oleh *public actor* yang bekerja menyampaikan kebenaran, seperti para pemangku agama, intelektual, seniman, budayawan, atau negarawan. Fenomena *public actor* yang mempengaruhi kebenaran informasi hoaks ini memang menarik, karena menggambarkan bahwa siapa saja dapat menjadi konsumen, produsen dan distributor hoaks.

Namun fenomena lain yang tidak kalah menariknya adalah, saat khalayak menerima informasi hoaks tersebut sebagai kebenaran. Dalam pikiran, saya bertanya: **Mengapa publik dengan cepat menerima informasi hoaks bahkan dengan bergegas ikut menyebarkannya?** Awalnya saya menduga, ini terjadi sebagai implikasi hadirnya media baru, seperti media

sosial saat ini. Artinya, komponen media sosial sebagai salah satu *channel* komunikasi menjadi unsur yang paling menentukan dalam membentuk kebenaran informasi dari lima komponen dasar komunikasi yang dirangkai oleh Harlod D Lasswell pada tahun 1948 sebagai formula: *Siapa mengatakan apa kepada siapa melalui channel apa sehingga menimbulkan dampak apa.*

Pertama, Siapa?

Kedua, Mengatakan apa?

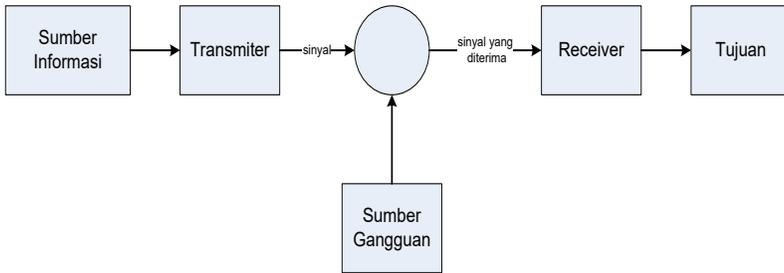
Ketiga, Kepada siapa?

Keempat, Melalui channel apa?

Kelima, Menimbulkan dampak apa?



Model Lasswell inilah yang menjadi sumber inspirasi bagi pengembangan dan kajian keilmuan komunikasi selanjutnya. Lima komponen komunikasi ini merupakan cara paling mudah yang dapat digunakan untuk memahami ilmu komunikasi yang terkadang oleh sebagian orang sulit dipahami. Menyusul kemudian Shannon dan Weaver pada tahun yang sama, membuat teorisasi komunikasi sebagai transmisi pesan berdasarkan keilmuan matematika. Berikut ini model bagan alur linear komunikasi Shannon dan Weaver :



Pada mahasiswa ilmu komunikasi semester pertama selalu saya sampaikan, komunikasi model Lasswell atau Shannon dan Weaver ini merupakan model awal yang paling mudah digunakan untuk memahami ilmu komunikasi kepada orang awam atau pemula yang ingin belajar ilmu komunikasi. Sebab, banyak orang memahami komunikasi (dalam pengertian praktis) sebagai “percakapan, perbincangan, pembicaraan, dialog, diskusi, interaksi, atau sosialisasi”, atau apapun yang menyiratkan pertukaran (penyampaian) pesan dan informasi dari satu pihak kepada pihak lain. Ini merupakan pengertian komunikasi yang sangat awam. Komunikasi diletakkan sebagai kata kerja memang dapat dimaknai sebagai tindak perilaku dalam bentuk “percakapan verbal” dalam menyampaikan pesan atau informasi antar satu pihak dengan pihak lain. Dalam pengertian ini, dapatlah dikatakan bahwa usia komunikasi sebagai praktik penyebaran atau pertukaran pesan, sama tuanya dengan usia manusia itu sendiri. Bahkan, komunikasi dalam pemahaman tersebut sudah ada sebelum manusia diciptakan, saat Allah SWT memerintahkan malaikat dan iblis untuk bersujud pada Nabi Adam As seperti yang dikisahkan dalam Al-Qur’an surat Al-Baqarah : 34, Al-’A`raf : 11, Taha : 116, dan Sad : 7.

Namun demikian, jika komunikasi sudah ada sejak Nabi Adam As belum tercipta, mengapa ilmu komunikasi baru muncul belakangan ini? Pertanyaan sejenis juga pernah diajukan Wolton (2007), jika komunikasi sudah ada sejak lama, mengapa perkembangan teknologi komunikasi baru muncul belakangan ini?

Sampai di sini, untuk dapat memahaminya kita memang harus terlebih dahulu dapat membedakan antara komunikasi dan ilmu komunikasi. Artinya, komunikasi sebagai praktik percakapan memang sudah ada sejak manusia ada, bahkan sebelum Nabi Adam As diciptakan. Tetapi komunikasi sebagai ilmu pengetahuan harus melewati dan memenuhi berbagai perangkat metode dan memenuhi filsafat ilmu hingga menjadi sebuah disiplin ilmu pengetahuan. Rute ini akan menjelaskan perjalanan komunikasi dari percakapan, kemudian diangkat derajatnya oleh filsafat sebagai ilmu pengetahuan. Itu sebabnya komunikasi tidak saja bersifat tekstual, tetapi juga kontekstual. Sehingga saat ini, ilmu komunikasi telah berkembang dengan sangat pesat melahirkan sejumlah pendekatan atau studi baru seperti *Komunikasi Kesehatan*, *Komunikasi Olah Raga*, *Komunikasi Bencana*, *Komunikasi Mistik* dan sebagainya. Terkait dengan itu, pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta saat ini sedang mengembangkan *Komunikasi Profetik* sebagai jalan berpikir yang akan menstimulasi mahasiswa dan siapa saja yang berminat pada kajian integrasi dan interkoneksi agama dan ilmu pengetahuan.

Para hadirin dan hadirat yang saya muliakan,

Dengan memahami perjalanan komunikasi dari sekedar percakapan ke ilmu pengetahuan tersebut, kita akan dapat

memahami mengapa ilmuwan komunikasi kemudian cenderung menggunakan istilah *science of communication* daripada istilah *communicology* (DeVito, 1982). Sebab perkembangan ilmu komunikasi lahir dari tradisi ilmu sains (ilmu alam), bukan ilmu sosial, apalagi ilmu agama. Shannon dan Weaver sendiri merupakan ahli matematika yang mendasarkan perumusan model komunikasinya pada gelombang frekuensi sebagai media penyampai pesan. Kendati ahli matematika, namun kontribusi Shannon dan Weaver dalam perkembangan komunikasi sebagai “ilmu” memberi dampak besar bagi perkembangan teknologi komunikasi.

Pada perkembangan berikutnya, dengan menggunakan berbagai paradigma berpikir tertentu, ilmu komunikasi tidak lagi sesederhana model Lasswell atau Shannon dan Weaver tersebut. Baik model komunikasi Lasswell atau Shannon dan Weaver, keduanya meletakkan ‘Siapa’ atau ‘Sumber Informasi’ sebagai komunikator pada posisi pusat terpenting dari komunikasi. Sehingga kebenaran informasi, hanya dapat diukur dari siapa yang mengatakannya. Misalnya, informasi yang benar bila disampaikan oleh seorang santri, tentu berbeda derajat kebenarannya bila disampaikan oleh seorang Kiyai.

Namun di era kuasa media sosial saat ini, kebenaran informasi tidak lagi tergantung pada siapa yang mengatakannya, kebenaran informasi tidak tergantung pada apa isi pesannya, kebenaran informasi tidak ditentukan oleh khalayak penerimanya, tetapi kebenaran informasi ditentukan oleh jenis *channel*, media atau saluran penyebarannya. Media sosial sebagai salah satu *channel* komunikasi menjadi pusat kebenaran informasi, begitu kira-kira

awalnya yang saya pikirkan. Dugaan saya ini dipengaruhi oleh pemikiran McLuhan (1982) bahwa media (atau *channel*) adalah pesan itu sendiri. Ini menjelaskan tentang superioritas media (*channel*) dalam komunikasi. Sehingga kebenaran bukan diterima karena benar, tetapi diproduksi oleh media sebagai *channel* komunikasi. Siapa yang menguasai media, maka dia dapat menguasai kebenaran. Itu pula sebabnya Joseph Goebbels, ahli propaganda NAZI lebih memilih diberi satu media daripada satu batalion pasukan untuk memenangkan peperangan (Shirer, 2010). Sebab, dengan satu media dia dapat menciptakan kebenaran melalui pola, *kebohongan yang disampaikan berulang-ulang melalui media dapat diterima menjadi kebenaran*.

Media massa dan media sosial menjadi sangat penting dan strategis dalam memproduksi kebenaran, karena kebenaran bukan soal hakikat nilai kebaikan, tetapi soal penyebaran dan penerimaan. Semakin luas orang menerima suatu informasi, informasi akan semakin menjelma menjadi wacana dan wacana dapat membentuk kebenaran. Media merupakan *channel* komunikasi yang paling efektif dalam menyebarkan informasi menjadi wacana dan kemudian membentuk kebenaran.

Para hadirin dan hadirat yang saya muliakan,

Terkait ini, izinkan saya bernostalgia sedikit saat menjadi aktivis di kampus putih IAIN Sunan Kalijaga (walau sekarang bagian luar kampus UIN dicat kuning, tapi bagian dalam masih bewarna putih). Bila dahulu pada zaman saya kuliah, aspirasi mahasiswa selalu disampaikan melalui aksi di tangga masjid kampus gedung lama, sehingga kampus IAIN Sunan Kalijaga

pada masa itu dikenal sebagai kampus rakyat. Meluas sedikit bila peserta aksi berjumlah besar, karena mengusung tuntutan yang mendasar seperti kebebasan pers dalam kasus dibredelnya majalah *Arena* IAIN Sunan Kalijaga tahun 1993, pada saat itu aksi dapat meluber ke jalanan hingga jalan Timoho dan jalan Adi Sucipto ditutup karena dipenuhi massa aksi. Jalanan menjadi *channel* alternatif terakhir bagi mahasiswa dalam menyampaikan informasi berupa tuntutan, karena media massa saat itu terkoptasi oleh kekuasaan Orde Baru yang melakukan kontrol terhadap media melalui SIUPP (Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers).

Namun saat ini, setiap aspirasi atau informasi yang ingin disampaikan cukup dengan berkicau melalui *tweet* di Twitter, membuat status di Facebook dan Instagram. Aksi ini jauh lebih murah, lebih mudah dan lebih cepat karena dapat langsung *mention* pihak terkait seperti Presiden, Menteri, media massa atau pihak terkait lainnya. Kehadiran media baru telah menggeser model gerakan mahasiswa dari aksi jalanan ke aksi dua jempol tangan. Bila ada aksi jalanan yang muncul, pada era media baru saat ini, aksi tersebut juga dimulai dari aksi *share* atau *like* di media sosial melalui dua jempol tangan. Fenomena ini yang kemudian saya sebut sebagai *from street to tweet* (Ritonga dan Syahputra, 20019).

Media Baru, Relasi Baru

Kehadiran media baru, khususnya media sosial benar-benar telah mengubah berbagai relasi dan realitas sosial kita. Istilah media baru sendiri sering dihadapkan pada media tradisional sebagai media yang tidak baru. McQuail (2000) mencatat

perbedaan paling mencolok antar media baru dan media tradisional adalah tingkat interaktif pengguna media, respon pengguna terhadap pengirim pesan, dan tingkat kebebasan penggunaan media. Oleh sebab itu, media baru telah muncul sejak 50 tahun lalu. Namun istilah media baru muncul kemudian sebagai nama untuk menandai sebuah fenomena penemuan baru teknologi komunikasi dan dampak dari penggunaan media tersebut. Pada awalnya, semua media adalah media baru (Gitelman, 2006; Gitelman and Pingree, 2003; Zielinski, 2006). Oleh sebab itu pula, ‘media baru’ merupakan konsep yang relatif. Dalam 30 tahun kedepan, dapat saja media sosial disebut sebagai media lama, kuno atau tradisional.

Uraian tersebut menjelaskan bahwa pemahaman tentang media baru ditentukan oleh relasi antara produsen dan konsumen. Awalnya, produsen adalah mereka yang menemukan, memproduksi dan mendistribusikan perangkat komunikasi massa atau komunikasi antar warga. Sedangkan konsumen adalah mereka yang menggunakan perangkat komunikasi tersebut untuk menyebar pesan atau saling bertukar informasi. Berikutnya seiring dengan perubahan relasi komunikasi dan meledaknya informasi sebagai dampak dari kemajuan teknologi, pengertian produsen dan konsumen tidak lagi merujuk pada perangkat teknologi komunikasi, tetapi pada jenis informasi yang dipertukarkan. Produsen adalah mereka yang memproduksi informasi, sedangkan konsumen adalah mereka yang mengkonsumsi informasi.

Namun saat ini, realitas tersebut meleleh, luluh lantak tak jelas ujung pangkal. Sudah tidak dapat dibedakan lagi

siapa produsen informasi, siapa distributor informasi dan siapa konsumen informasi. Realitas yang berantakan tersebut disebabkan karena karakteristik media sosial memungkinkan setiap penggunanya tidak saja mengkonsumsi informasi, tetapi juga memproduksi informasi sekaligus mendistribusikan informasi. Karakteristik baru ini memungkinkan siapa saja yang aktif di media sosial dapat masuk dan terlibat menjadi konsumen, produsen sekaligus distributor informasi (Weeks dan Holbert, 2013). Beberapa ahli menyebut media sosial merupakan faktor yang menentukan perubahan dramatis dari struktur komunikasi yang mapan selama ini. Ini merupakan era beralihnya komunikasi massa ke era komunikasi interaksi berbasis internet (Khang, Ki dan Ye, 2012). Sehingga kehadiran media baru berbasis internet saat ini telah menghasilkan efek budaya yang luas, sulit di prediksi, dan mengganggu, serta mengubah dinamika hubungan manusia (Davey, Christopher J. et al, 2010). Partisipasi dan interaktivitas antar netizen pada era media baru menjadi kata kunci dalam perubahan tersebut. Lavinson (2014) menjelaskan lingkup media baru tersebut sebagai *new new media*, yaitu suatu informasi tentang apa saja dalam bentuk apa saja dapat didistribusikan lebih cepat dan luas, yang mungkin mengarah pada bentuk-bentuk masyarakat baru, cara hidup baru dan struktur kekuatan baru dalam masyarakat.

Para hadirin dan hadirat yang saya muliakan,

Saat ini media baru berbasis internet menjadi konteks yang sangat menentukan penyebaran berbagai informasi hoaks. Hal ini menjelaskan bahwa perkembangan teknologi

komunikasi dari masa ke masa memang menentukan jenis dan pola penyebaran hoaks. Artinya, fenomena hoaks sudah lama terjadi, bukan baru-baru ini saja sejak hadirnya media sosial. Media sosial merupakan salah satu saluran komunikasi antar warga yang muncul dalam kultur media baru. Melalui berbagai platform media sosial, hoaks dapat diproduksi oleh siapa saja, dimana saja, kapan saja dan untuk tujuan apa saja. Hal ini berakibat pada pesatnya bertumbuhan hoaks karena tidak lagi didistribusi oleh aktor tertentu melalui saluran tertentu dan untuk tujuan tertentu seperti pada kultur media tradisional. Sehingga, berbagai tatanan dalam relasi dan interaksi sosial mengalami perubahan karena distribusi dan konsumsi informasi juga mengalami berbagai perubahan.

Hoaks dan Spiral Kebencian

Untuk memahami bagaimana berbagai hoaks menyebar pada berbagai *platform* media sosial, sehingga membentuk tatanan sosial baru, saya meminta perhatian para ilmuwan dan akademisi tentang spiral kebencian yang terjadi pada aktivitas netizen di media sosial. Saya menilai hal ini sangat penting, karena hoaks telah muncul sebagai fenomena yang meresahkan masyarakat dan dapat berkontribusi sebagai ancaman bagi munculnya ketegangan sosial politik di sejumlah negara (Utami, 2018; Cerase dan Santoro, 2018). Ketegangan sosial politik tersebut muncul karena hoaks mengandung informasi yang salah atau dalam bentuk berita palsu (*fake news*). Karena itu, dalam beberapa konteks, hoaks dapat dipahami sebagai berita palsu (*fake news*) (Gorbach, 2018). Hoaks berupa berita palsu ini

juga dapat menimbulkan keresahan dan kerusuhan dalam sektor sosial dan politik (McGonagle, 2017; Ogbette, 2019), sektor bisnis (Figueira dan Oliveira, 2017) atau bahkan ketegangan dalam sektor agama (Douglas, 2018). Sebagai fenomena global, hoaks muncul dalam kultur siber karena hadirnya media sosial sebagai bentuk media baru. Sebab, media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram dan Youtube menjadi sarana bagi pertukaran informasi antar warga yang dikenal sebagai netizen. Netizen merupakan warga yang beraktivitas dan berinteraksi melalui berbagai jaringan internet (Hauben dan Hauben, 1997).

Mengacu pada survei Mastel (2019) tentang “Wabah Hoaks Nasional 2019”, sebanyak 87,50% hoaks di Indonesia disebar melalui media sosial. Hasil ini mengalami penurunan dari 92,40% pada survei serupa tahun 2017. Kendati mengalami penurunan sebesar 4,90%, namun media sosial tetap menjadi saluran yang paling besar dalam menyebarkan hoaks. Dalam konteks Indonesia, ini menunjukkan bahwa hoaks telah muncul menjadi wabah informasi pada era interaksi berbasis media sosial.

Dari sisi konten, survei yang dilakukan Mastel (2019) tersebut juga menunjukkan bahwa hoaks berisi isu politik sebesar 93%. Ini merupakan konten hoaks terbesar menyusul kemudian konten bermuatan SARA sebesar 76,2%. Jumlah hoaks bermuatan politik yang besar dan disebar melalui media sosial tersebut juga dapat muncul karena besarnya jumlah warga yang menggunakan media sosial sebagai sarana interaksi sesama mereka. Mengacu pada survei APJII (2019) tentang “Panetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia”, sebanyak 64,8%

atau 171,17 juta orang dari 264 juta orang Indonesia adalah pengguna internet. Dari jumlah tersebut, Facebook digunakan oleh 50,7% netizen menyusul kemudian Instagram sebesar 17,8%, Youtube 15% dan Twitter 1,7%. Politik sebagai konten terbesar hoaks dalam aktivitas netizen Indonesia yang berjumlah besar tersebut, menunjukkan adanya relasi yang sangat pelik. Misalnya, mengapa konten hoaks yang terbesar bermuatan politik? Apakah meningkatnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia terkait dengan meningkatnya hoaks yang bermuatan politik? Apakah besarnya hoaks bermuatan politik tersebut muncul karena konteks politik yang sangat dinamis dalam beberapa tahun terakhir, sebagaimana disinyalir Utami (2018) dan Astuti (2017)?

Para hadirin dan hadirat yang saya muliakan,

Dalam pengertian yang paling luas, hoaks sudah menjadi alat propaganda kuno. Kita dapat memeriksanya sejak zaman Romawi saat Antony bertemu dengan Cleopatra. Oktavianus yang membenci Antony, kemudian melakukan kampanye yang dirancang secara khusus. Oktavianus menulis slogan pendek di atas koin untuk merusak reputasi Antony. Koin berisi tulisan Oktavianus tersebut kemudian beredar di masyarakat (Kaminska, 2017). Koin menjadi media (*channel*) paling kuno yang digunakan pertama kali dalam menyebarkan hoaks. Menyusul kemudian penemuan mesin cetak pada abad 1493 yang secara dramatis ikut menyebarkan hoaks pada masanya.

Kasus '*The Great Moon Hoax*' pada tahun 1835 tercatat sebagai peristiwa hoaks terbesar pertama yang disebar oleh media massa. Peristiwa tersebut terjadi pada tanggal 21 Agustus

1835 saat koran *The New York Sun* memberitakan tentang adanya kehidupan makhluk di bulan yang dilengkapi dengan gambar dan aktivitas di bulan. Berita tersebut bersumber dari sebuah artikel yang ditulis oleh John Herschel. Artikel itu merupakan tipuan yang sangat rumit, karena Herschel sebenarnya tidak mengamati dengan cermat kehidupan di bulan. Herschel sendiri tidak menyadari bahwa temuannya tersebut menimbulkan kegembiraan bagi masyarakat di Amerika dan Eropa setelah temuan tersebut diberitakan oleh media massa cetak (Krensky, 2014).

Selanjutnya memasuki abad 19 dan akhir abad 20, kehadiran media massa elektronik (radio dan televisi) melahirkan berbagai jenis berita. Pada rentang waktu yang berbeda, kehadiran media massa sebagai produsen berita kemudian memunculkan berbagai gangguan informasi (Posetti dan Matthews, 2018). Beberapa berita hoaks yang muncul dalam aktivitas media massa pada era ini yang sangat terkenal adalah drama radio *War of the Worlds* di AS tahun 1938 (Schwartz, 2015). Dalam konteks Indonesia, Bevin (2017) mencatat fenomena hoaks sebagai berita palsu yang disebar melalui media massa mengacu pada peristiwa 30 September 1965.

Penjelasan hoaks dalam perspektif historis tersebut penting disampaikan untuk menemukan berbagai relasi pada konteks setiap peristiwa pada masa yang berbeda. Saya berpendapat, hoaks dalam perspektif historis tersebut menjelaskan tiga hal penting, yaitu:

Pertama, bahwa hoaks sudah ada sejak lama. Namun demikian, penyebarannya ditentukan oleh perkembangan teknologi komunikasi.

Kedua, bahwa konten hoaks berhubungan dengan politik atau motif politik dari para aktor yang menyebarkannya.

Ketiga, bahwa konten hoaks berhubungan dengan respon publik.

Ketiga hal tersebut dapat terjadi secara parsial (terpisah), namun pada kasus lainnya suatu hoaks secara bersama dapat mengandung ketiganya. Pada kasus *'The Great Moon Hoax'*, hoaks menjadi peristiwa besar karena faktor kehadiran media massa dan adanya respon luas dari publik. Namun dalam kasus Oktavianus pada zaman Romawi, hoaks terkait dengan motif politik, mendapat respon luas dari publik tetapi tidak menggunakan media massa. Sedangkan dalam kasus Gerakan 30 September di Indonesia, hoaks terkait dengan tiga hal sekaligus ada motif politik, respon publik dan disebar melalui media massa.

Para hadirin dan hadirat yang saya muliakan,

Penjelasan tersebut kemudian menempatkan hoaks berbeda dengan legenda tentang cerita rakyat. Misalnya, apakah kisah rakyat tentang Gatot Kaca atau Loro Jongrang, masuk kategori hoaks? Kendati cerita rakyat mengandung ketidakbenaran, disebar melalui media massa dan mendapat respon publik, namun hal tersebut itu bukan merupakan hoaks, karena dia bagian dari proses budaya dan bukan disengaja (Emery 2004). Hoaks juga berbeda dengan *scam*, sebab hoaks ditujukan secara luas untuk orang banyak, bersifat terbuka dan berskala besar. Sedangkan *scam* ditujukan secara terbatas terkadang bersifat tertutup dan tertuju pada individu atau kelompok masyarakat tertentu.

Scam merupakan usaha menipu pihak lain untuk mendapatkan keuntungan, misalnya mendapat dana dari orang lain dengan cara menipu (Silverman, 2015). Hoaks juga berbeda dengan *prank*. Mengacu pada Pellegrini, (2008), *prank* adalah *lucu-lucuan* atau *gila-gilaan untuk ngerjain* orang. Sebuah *prank* mengandung unsur iseng untuk mencari kesenangan belaka.

Dalam konteks lain, hoaks juga berbeda dengan rumor. Mengacu pada Silverman (2015), sebuah rumor adalah pernyataan-pernyataan yang tidak atau belum terverifikasi yang beredar dan muncul dalam konteks ambiguitas. Hoaks juga harus dapat dibedakan dengan satir (*satire*). Mengacu pada Phiddian, 2013 (dalam Rubin, Conroy dan Chen, 2015) satir adalah strategi retorik yang cerdas dalam berbagai medium untuk memicu reaksi emosional dan intelektual mengenai permasalahan yang menonjol di tengah publik. Kita melihat, satir inilah yang kerap digunakan oleh Rocky Gerung dalam merespon fenomena dan dinamika sosial di sekitarnya.

Berbagai bentuk perbedaan tersebut kemudian menempatkan hoaks dapat diidentifikasi melalui jenis media yang digunakan, respon publik, dan faktor adanya kesengajaan atau motif pelaku dalam menyebarkannya. Tiga hal ini menjadi substansi hoaks berbeda dari hal sejenisnya. Substansi tersebut oleh Curtis D. MacDougall (1968) dijelaskan bahwa hoaks dapat dipahami sebagai ketidakbenaran yang diproduksi secara sengaja untuk menyamarkan suatu kebenaran. Artinya, sebuah informasi dapat saja mengandung kesalahan. Suatu kesalahan yang diketahui kemudian dapat dianulir melalui ralat. Sedangkan hoaks merupakan informasi salah tetapi sengaja diproduksi seperti

kebenaran atau menutupi kebenaran (Silverman, 2015).

Di Indonesia, hoaks sebagai aktivitas netizen dalam konteks media baru muncul menjadi hal yang masif sejak Pilpres 2014 (Utami, 2018; Juditha, 2018; Salam, 2018; Santosa, Hasfi, dan Triyono, 2018). Dalam konteks ini, hoaks menjadi informasi yang dapat digunakan untuk memuaskan hasrat terhadap munculnya politik identitas. Proses tersebut terjadi dengan cepat pada berbagai kantung-kantung percakapan di media sosial antar netizen yang memiliki identitas atau orientasi politik yang sama. Proses itu oleh Gromping (2014) disebut sebagai *echo chamber*. Sedangkan saya menjelaskan fenomena baru ini sebagai *spiral of anxiety* yang menggambarkan proses kecemasan implosif menjadi kecemasan eksplosif yang terjadi pada seseorang sebagai netizen, baik aktif atau pasif di media sosial (Syahputra, 2019). Proses tersebut berupa peningkatan kecemasan yang dialami seseorang secara tertutup, karena memiliki kecenderungan politik yang berbeda dengan orang lain. Perbedaan tersebut menjadi percakapan dengan muatan ujaran kebencian pada semua level platform media sosial. Sehingga menjadi kecemasan terbuka dan dapat menimbulkan perang status antara pengguna media sosial. Spiral kecemasan muncul pada tradisi masyarakat siber pada era media baru.

Para hadirin dan hadirat yang saya muliakan,

Mengadaptasi gagasan spiral kecemasan (*spiral of anxiety*) tersebut pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan apa yang saya sebut sebagai *Spiral Kebencian*. Gagasan spiral kebencian ini saya ajukan untuk menggambarkan bagaimana

aktivitas kita di media sosial yang kerap dijejali hoaks karena didorong oleh emosi kebencian. **Bagaimana kebencian tersebut muncul dan menyebar di media sosial?** Begitulah kira-kira kegelisahan akademik saya melihat fenomena aktivitas netizen di media sosial.

Seperti yang saya sampaikan sebelumnya, bahwa kehadiran media sosial telah mengubah relasi interaksi antar warga. Interaksi antar netizen tersebut menjadi aktivitas politik baru. Salah satu dampak buruk dari interaksi baru tersebut pada konteks politik di Indonesia adalah maraknya penyampaian ujaran kebencian di media sosial karena perbedaan pilihan politik, terutama pada Pemilihan Umum Presiden tahun 2014 dan 2019. Mengacu pada George (2017), ujaran kebencian dapat didefinisikan sebagai *penghinaan atas identitas suatu kelompok guna menindas anggota-anggotanya serta mengurangi hak-hak mereka*. Sementara Lenkova (1998) memberi penjelasan, ujaran kebencian sebagai penggunaan kosa kata diskriminatif dan selektif untuk melegitimasi pemikiran negatif tentang semua orang yang bukan ‘kita’, mereka yang adalah ‘orang lain’. Sedangkan Simpson (2013) mengajukan prinsip ujaran kebencian sebagai penghinaan berbasis identitas, terlepas dari bagaimana seseorang menggunakannya atau bagaimana hal itu mempengaruhi targetnya.

Ujaran kebencian yang disampaikan secara *online* cukup menarik perhatian sejumlah peneliti dan akademisi pada beberapa tahun terakhir ini Spiegel, (1999), Eichhon, (2001), Leets, (2001; 2002), Nemes, (2002), Duffy, (2003), Reed, (2009), Perry & Olsson, (2009) Harris, (2009), Commaerts,

(2009), Erjavec & Kovacic, (2012), Eltis, (2012), Simpson, (2013). Bahkan sebelum kemunculan media sosial, berbagai ujaran kebencian tersebut muncul pada sejumlah saluran *online*. Karena itu, Spiegel (1999) bahkan pernah meramalkan bahwa internet akan menjadi alat komunikasi lain bagi para rasis dan “pembenci” untuk menyebarkan pesan-pesan kebencian mereka. Senada dengan itu, Nemes (2002) menilai internet menjadi sangat penting bagi mereka yang ingin menyebarkan pesan kebencian. Duffy (2003) bahkan menyatakan bahwa internet atau web merupakan kontributor dalam budaya kebencian dan kekerasan. Dalam studinya, Commaerts (2009) menunjukkan internet berfungsi sebagai ruang di mana kebencian rasial dan pembicaraan diskriminasi diselenggarakan. Aktivitas tersebut terjadi pada *blog* dan berbagai forum percakapan *online*. Melalui media sosial para pembenci saling berinteraksi dan terhubung.

Para hadirin dan hadirat yang saya muliakan,

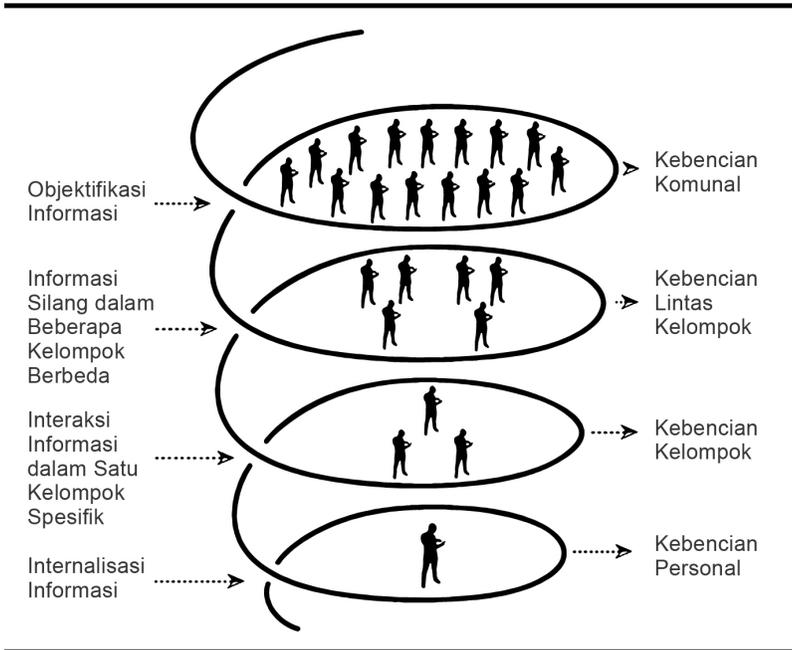
Berbagai ujaran kebencian yang muncul di Indonesia sebenarnya tidak terlepas dari fenomena global yang terjadi di dunia. Fenomena *Brexit* (Hänska-Ahy, Max and Bauchowitz, Stefan, 2017), menyusul terpilihnya Donald Trump sebagai Presiden AS pada pemilu tahun 2016 (Schill dan Hendricks, 2018) dan dinamika politik yang terjadi di Timur Tengah yang kemudian dikenal sebagai *Arab Spring* (Altable, 2016) merupakan tiga fenomena yang melatari konteks global munculnya politik kebencian di Indonesia. Weisberg (2016) menyebut fenomena itu sebagai ‘gelombang’, sedangkan Desmond (2016) menggunakan istilah ‘rentetan’ sementara

Sidahmed (2016) memilih istilah ‘banjir’ kebencian yang berbahaya. Fenomena tersebut dapat diidentifikasi sebagai pemicu terbentuknya aktivitas politik kebencian yang sangat agresif dalam kultur media baru di Indonesia saat ini. Di Indonesia, fenomena politik kebencian tersebut muncul sebagai dampak persaingan politik pada kultur media baru. Lim (2017) menjelaskan fenomena di Indonesia tersebut sebagai *freedom to hate*.

Perpaduan antara kecenderungan politik, keyakinan keagamaan dan ketergantungan pada informasi yang diperbincangkan secara tertutup di grup WhatsApp atau informasi yang beredar bebas di media sosial menghasilkan peningkatan emosi pada berbagai kantung-kantung percakapan. Sehingga kemarahan, kecemasan, kesedihan dan kebencian menjadi lebih cepat berkembang karena komunikasi di media sosial tersebut dapat saja terjadi antara warga yang tidak saling mengenal sama sekali. Berbagai keadaan emosional yang muncul dalam aktivitas di media sosial tersebut dapat meningkatkan penyebaran ujaran kebencian (Ngai, 200). Di Indonesia, berbagai ujaran kebencian tersebut muncul pada percakapan yang terkait dengan agama dan politik (George, 2017). Penyampaian ujaran kebencian di media sosial mengalami pelebaran dan peluasan. Hal tersebut secara berurutan akan saya gambarkan sebagai spiral kebencian di media sosial.

SPIRAL KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL

KEBENCIAN EKSPLOSIF



KEBENCIAN IMPLOSIF

1. Lingkaran spiral pertama: Kebencian Personal

Merupakan kebencian yang muncul karena adanya penerimaan, penyerapan atau internalisasi berbagai informasi yang tersebar pada berbagai jenis media sosial. Pada tahap ini, suatu informasi yang beredar di media sosial dapat mempengaruhi perubahan pandangan orang terhadap suatu hal. Proses pada level ini terjadi satu arah antara subjek pengguna media sosial dengan objek penerima informasi yang disebar.

2. Lingkaran spiral kedua: Kebencian Kelompok

Merupakan kebencian yang muncul sebagai akibat saling berbagi informasi yang menimbulkan kebencian bersama tentang suatu informasi tertentu pada satu kelompok yang memiliki karakteristik spesifik yang sama. Pada tahap ini, informasi yang beredar dianggap mengandung kebenaran sehingga dapat mengokohkan pandangan anggota kelompok yang sejenis. Proses pada level ini terjadi secara interaktif pada satu group chat spesifik dimana satu anggota saling mengenal seperti grup chat WhatsApp, group Facebook atau saling mention dalam perbincangan di Twitter.

3. Lingkaran spiral ketiga: Kebencian lintas Kelompok

Merupakan kebencian yang muncul sebagai akibat saling berbagi informasi silang antara satu kelompok dengan kelompok lain yang memiliki karakteristik berbeda tetapi memiliki minat yang sama terhadap satu isu publik tertentu. Pada tahap ini, informasi bukan lagi sekedar informasi tetapi menjadi agenda atau isu publik. Proses pada level ini terjadi secara interaktif antar satu group chat spesifik dengan group lainnya dimana satu anggota tidak saling mengenal dengan anggota lainnya.

4. Lingkaran spiral keempat: Kebencian Komunal

Merupakan proses objektivikasi kebencian suatu isu publik antar kelompok menjadi isu kolektif yang lebih luas. Pada tahap ini, suatu kebencian dapat meledak keluar (eksplusif). Proses pada level ini terjadi secara hiper-interaktif. Saling serang dengan berbagai ujaran kebencian menjadi masif dan terbuka.

Proses tersebut tidak dapat dikendalikan karena kebebasan berpendapat dalam iklim demokrasi yang dianut. Namun, kebencian yang berubah menjadi ketegangan di media sosial tersebut dapat berhenti sendiri tanpa sebab atau muncul opini baru lainnya yang menarik perhatian netizen.

Kebencian yang menggema dalam kantung-kantung percakapan (*echo chamber*) di media sosial tersebut dapat menjelaskan bagaimana hoaks muncul dan diterima sebagai kebenaran yang seolah-olah tampak benar. Artinya, hoaks muncul dan tumbuh dalam kantung percakapan di media sosial sebagai suatu proses dalam spiral kebencian. Suatu berita hoaks diterima sebagai sebuah kebenaran jika diproduksi atau disebar oleh orang yang dikenal (atau tidak dikenal) tetapi berada dalam grup yang memiliki referensi politik sama dalam berbagai platform media sosial (baik yang terbuka seperti twitter maupun terbatas seperti WhatsApp). Hoaks ini dapat bekerja karena adanya aktor dari masing-masing kelompok netizen. Sebab masing-masing kelompok netizen memiliki aktor yang kemudian dikenal sebagai *opinion leader* dan *opinion maker*. Aktor ini adalah akun asli atau akun anonim yang sangat aktif di media sosial dalam memproduksi dan mendistribusikan hoaks. Para aktor hoaks inilah yang kemudian dapat disebut sebagai buzzer politik.

Istilah *buzzer* mengacu pada konsep *buzz marketing*, yaitu aktivitas atau kegiatan pemasaran suatu produk pada saluran media komunikasi untuk menciptakan gangguan. Gangguan tersebut ditujukan pada kompetitor untuk menarik *target audience* (Syahputra, 2017). Para pelaku bisnis menggunakan akun *buzzer* untuk mempromosikan produk mereka. Karena

itu, *buzzer* menggambarkan seorang netizen yang dibayar oleh sebuah perusahaan untuk menyebarkan informasi tentang produk atau merek tertentu di media sosial. Dalam kampanye politik, *buzzers* direkrut untuk mempromosikan isu-isu yang menguntungkan kandidat tertentu (Lim, 2017).

Para hadirin dan hadirat yang saya muliakan,

Pada awalnya, aktivitas *buzzer* ini memang menguntungkan bagi pertumbuhan demokrasi di Indonesia. Sebab, mereka hadir untuk mempromosikan atau memperkenalkan sosok kandidat yang mereka dukung (atau mereka mendukung karena dibayar). Dalam konteks ini, publik memerlukan saluran alternatif dari sumber alternatif selain media massa untuk mengenal lebih dekat sosok publik figur yang sedang dikampanyekan. Namun demikian, sejalan dengan itu munculnya praktik politik identitas telah menempatkan *buzzer* sebagai ancaman bagi masa depan demokrasi yang sudah kita raih saat ini. Terasa ironis, kebebasan berpendapat yang sudah kita raih (*freedom from*) saat ini seperti dirusak oleh *buzzer* atas nama kebebasan itu sendiri. Sehingga kita lupa sebenarnya, untuk apa kebebasan itu harus kita gunakan (*freedom for*).

Lebih ironis lagi, bila para *buzzer* tersebut bagian dari pasukan siber yang hanya aktif dalam pemilihan umum atau dibayar untuk mengusung agenda tertentu. Mengacu pada laporan *Oxford Internet Institute*, Universitas Oxford (Bradshaw and Howard (2019), kapasitas pasukan siber Indonesia masuk kategori rendah. Namun aktivitas pasukan siber yang bekerja untuk kepentingan kelompok tersebut berdampak pada menguatnya polarisasi khalayak. Sebab, para *buzzer* dan

pasukan siber tersebut cenderung bereksperimen dengan hanya menggunakan bot untuk memperkuat disinformasi dan memanipulasi kebenaran. Dalam laporannya *Oxford Internet Institute* juga menemukan bukti kampanye pertumbuhan manipulasi di media sosial yang terorganisir. Pertumbuhan tersebut berasal dari penggunaan alat atau perangkat tertentu yang dapat membaca nada, arah, asal usul, peta, lokasi, waktu dan semua lingkup percakapan netizen di media sosial. Karena berbasis teknologi komputasi, alat kontrol informasi ini menjadi identik sebagai alat propaganda komputasi. Di banyak rezim otoriter, propaganda komputasi ini telah menjadi alat kontrol informasi yang dipraktikkan dalam berbagai teknik kombinasi antara pengawasan, penyensoran, pengancaman, hingga kekerasan seperti *bully* kepada siapa saja yang berbeda pandangan dengan penguasa. Sehingga, dalam pandangan saya inilah sesungguhnya ancaman nyata bagi demokrasi yang kita anut saat ini.

Sebagai akademisi yang juga penggiat di media sosial, saya sangat cemas melihat mahasiswa dan ribuan intelektual kampus yang terdiam menyaksikan tanda-tanda sakratul maut saat para *buzzer* mencekik leher demokrasi di Indonesia saat ini. Kondisi ini sangat berbeda pada era awal reformasi 1998 saat mahasiswa dan intelektual kampus bersatu memperjuangkan demokrasi. Memang situasi berubah, saat ini adalah era media baru, tentu era media sosial berbeda dengan era media massa. Namun pada saat bersamaan, saya juga sulit menemukan intelektual kampus yang aktif di media sosial untuk memberikan pandangan jernih mereka seputar peristiwa aktual yang melilit bangsa Indonesia.

Media sosial lebih sering digunakan sebagai saluran pameran pencitraan, bukan pameran gagasan. Penampilan menjadi lebih penting daripada gagasan. Rumus yang digunakan dalam beraktivitas di media sosial selalu sama; *tujuh kali tujuh sama dengan empat sembilan (7x7=49)*, *apapun aktivitas di media sosial yang penting pencitraan*.

Sebaliknya, para netizen yang sesungguhnya bukan pakar pada bidangnya, dengan modal *googling* dapat terlihat seperti pakar yang ahli, memiliki kecerdasan, kadang tampil lebih bijak, dan sesekali lebih religius dari seorang Ustadz di media sosial. Media sosial membuka peluang siapa saja, dapat menjadi apa saja, kapan saja dan dimana saja. Inilah dunia *sim salabim*, dunia yang oleh Postman (2007) pernah disebut sebagai dunia *ci-huuk-ba (peek a boo)*. Dalam konteks ini, beberapa agamawan yang sadar media sosial justru terlihat lebih aktif menggunakan media sosial untuk menyampaikan gagasan mereka tentang ajaran keagamaan, daripada intelektual kampus yang menyampaikan hasil riset mereka. Para agamawan tersebut siap menerima resiko dibully karena berhadapan dengan netizen yang memiliki kecerdasan buatan, hingga berani *nyinyir* pada Ulama.

Harus saya akui, mengalami *bully* di media sosial itu memang berat. Saya sudah merasakannya beberapa kali. Misalnya, saya harus menghadapi netizen yang *nyinyir* saat berpendapat sebaiknya iklan makanan tidak muncul pada siang hari di televisi untuk melindungi anak-anak yang baru belajar berpuasa. Atau saat menyampaikan hasil riset saya tentang *Penggunaan Media Sosial dan Kemarahan Religius dalam Kasus Pembakaran Vihara di Kota Tanjung Balai, Sumatera*

Utara. Sampai di sini saya ingin menyatakan, “Jangan sampai dibully. Ini berat, kau tak akan sanggup, biar aku saja”. Seorang kolega bahkan memilih berhenti aktif di media sosial, karena tidak kuat menghadapi bully dari netizen. “Susah kita beropini di media sosial saat ini. Opini objektif tapi merugikan kelompok tertentu, dilaporkan sebagai pencemaran nama baik, dituduh penistaan. Kalau opini kita benar, didebat tanpa adab. Kalau opini kita salah, dihujat”, ujarnya. Apakah ini tanda matinya kepakaran seperti yang diramalkan Nichols dan Sean (2017) atau matinya kebenaran seperti yang diramalkan Kakutani (2018)? Tentu harus diteliti dan dibuktikan.

Namun sebagai akademisi yang bergerak dalam sektor keilmuan komunikasi pada era media sosial saat ini, saya akan tetap bertahan mencintai profesi ini. Saya akan terus menyampaikan berbagai gagasan pemikiran saya melalui media sosial Twitter dan Instagram pada akun @iswandisyah dan akun Facebook saya. Pada kesempatan ini, saya juga menghimbau kolega saya sesama akademisi untuk aktif di media sosial memberikan pencerahan pada netizen, menyampaikan hasil riset, menyampaikan pandangan kritis atau sedikit hiburan yang dapat membahagiakan netizen. Berikanlah pencerahan pada netizen dengan mengajak mereka berpikir melalui cara-cara yang menghibur. Menepi memilih jalan sunyi, menjauh dari kebisingan media sosial dari netizen yang suka berisik, sesungguhnya bukan pilihan. Itulah sikap saya dalam beraktivitas di media sosial. Tumbuh dan berkembang secara sehat di media sosial dengan selalu memberi manfaat.

Untuk itu, dalam menangkal hoaks dan menyebarnya kebencian di media sosial, saya ingin meminta perhatian:

Pertama, kepada intelektual dan akademisi di kampus, saya meminta perhatian untuk:

Speak up, keluarlah dari gua pertapaan akademik dan terjun beraktivitas di media sosial untuk memberikan pencerahan pada publik. Sampaikan kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan secara logis dan metodologis. Untuk mendorong itu, perlu memperkuat budaya riset, budaya membaca, budaya berpikir, budaya kritis dan budaya berani berpendapat. Sebab, hoaks dan kebencian hanya dapat dihentikan dengan budaya membaca, budaya berpikir, budaya kritis dan budaya berpendapat. Pada bagian ini, saya ingin memberi penekanan pentingnya mengembangkan riset berbasis big data yang dilengkapi dengan alat digital dan kosa kata yang lebih tepat untuk mengidentifikasi, melaporkan, dan mengungkap contoh manipulasi informasi di media sosial yang sebenarnya terorganisir secara formal. Dalam konteks UIN Sunan Kalijaga, alat ini sangat membantu kami dalam memahami bagaimana kebencian muncul di media sosial saat UIN Sunan Kalijaga masuk dalam arus besar percakapan tentang *Mikul Yamin* (seks non marital/hubungan seks tanpa nikah).

Kedua, kepada pemerintah, saya meminta perhatian untuk: Menjamin kebebasan berpendapat dan kebebasan

berbicara warganet di media sosial berbasis *freedom for*; bukan *freedom from*. Pemerintah dan negara harus cermat dalam membedakan antara hoaks dengan kritik dan satir, dapat memilah antara kebencian dan kekecewaan, dapat merasakan perbedaan antara berpendapat dan menghujat.

Ketiga, kepada netizen, saya meminta perhatian untuk: Memilih dan memilah konten sebelum produksi, konsumsi dan distribusi informasi di media sosial. Semua netizen harus menyadari saat produksi, konsumsi dan distribusi konten atau berinteraksi di media sosial, mereka tidak berada di ruang sunyi dan sepi, mereka tidak sendirian. Ada jutaan netizen yang membaca, memeriksa dengan dua jempol yang siap merespon. Karena itu, gunakanlah dua jempol untuk konten jempolan.

Para hadirin dan hadirat yang saya cintai,

Pada forum yang paling sakral dalam sejarah hidup saya ini, izinkan saya menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan mendalam kepada pihak yang telah berkorban dan memberi dukungan dalam pencapaian saya dari pendidikan dasar (*ibtidaiyah*) hingga Guru Besar. Saya sampaikan terima kasih tidak terhingga kepada:

Pertama, kepada kedua orang tua yang kebersamai saya sejak kecil hingga dewasa, almarhum Haji Sarino dan almarhumah Hajah Ngatini. Kepada almarhum Bapak yang setiap pagi mengantar saya ke sekolah dasar dengan becak

tuanya, saya ingin menyampaikan: *“Pak, kerja keras dan cucur keringatmu menarik becak demi pendidikanku, tidak sia-sia. Sekarang aku sudah jadi Guru Besar”*. Aku selalu ingat saat masih kecil Bapak pernah berkata, *“Anak laki-laki harus berani”*, itu telah mengajarkanku berani menghadapi kehidupan ini. Kepada almarhumah Ibu yang setiap malam bangun untuk mendo’akanku dan orang pertama yang mengajarkanku do’a tidur, do’a makan, do’a berpuasa dan do’a lainnya, *“Bu, aku sekarang paham mengapa Ibu bangun tiap malam untuk sholat tahajud. Aku sekarang paham arti kekuatan do’a Ibu”*. Aku akan selalu ingat ucapan Ibu, *“Ojo lali karo Gusti Allah”*, telah membuat saya selalu tawakkal dalam menjalani hidup dan kehidupan ini.

Kedua, kepada kedua mertuaku, Bapak almarhum Prof. Dr. H. Supriyanto Notohadisuwarno, M.Sc yang selalu bertanya, *“Kapan Guru Besarnya?”*, telah menambah motivasi saya dalam menyelesaikan tugas akademik untuk capaian ini. Kepada Ibu mertuaku Endang Wahyu Pertiwi yang senantiasa selalu memberi perhatian dan sabar setiap kali datang ke rumah melihat saya berada di kamar untuk menulis buku dan artikel.

Ketiga, kepada isteriku tercinta Sari Kusuma Wismaningrum, S.Si, MT, yang saya kenal saat bersama menjadi jurnalis meliput kenaikan BBM tahun 2002 di Gedung DPR Senayan. Mungkin kalau saat itu tidak ada kebijakan kenaikan BBM, kita tidak bertemu. Kesabaran dan kesetiiaannya sungguh sangat luar biasa, sedikit bicara tapi sekali bicara penuh makna dan bijaksana. Tentu saja tidak lupa pada anak-anakku tersayang. Aulia Larasati Ditrakusuma, yang mulai beranjak dewasa dan

ketekunannya dalam belajar hingga larut malam membuat saya terkenang pada masa sekolah. Gilang Maulana Ditrakusuma, yang memiliki kesabaran dan keteguhan seperti Mamanya. Iqra Biruni Ditrakusuma, kehadirannya yang tidak terduga setelah lama ditunggu menjadi kejutan dan kebahagiaan tersendiri dalam keluarga. Dia lahir saat saya berada dalam puncak konsentrasi membaca dan menulis berbagai penelitian untuk mencapai Guru Besar, hingga saya abadikan dalam namanya, Iqra (bacalah). Tidak lupa juga kepada Keluarga Dik Herry Kartika Gandhi, ST, MT dan Dik Meri Wahid, S.Si, Apt di Tangerang.

Keempat, saya sampaikan ucapan terima kasih kepada:

- Prof. Dr. Amin Abdullah, Prof. Dr. Musa Asyarie, Prof. Dr. Minhaji dan Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, para Rektor UIN Sunan Kalijaga dan jajarannya sejak saya mengabdikan tahun 2005 hingga saat ini. Khusus pada Bapak Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, terima kasih atas segala kebijakannya dalam mempercepat proses lahirnya Guru Besar di UIN Sunan Kalijaga. Berkat kebijakan Bapak tersebut, tampaknya saat ini UIN Sunan Kalijaga memasuki musim panen Guru Besar.
- Para Guru Besar dan Pimpinan Kelembagaan di lingkungan UIN Sunan Kalijaga yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, mereka ikut membantu saya meraih capaian ini.
- Ibu Hj. Susilaningsih, MA, Prof. Dr. Dudung Abdurrahman, Prof. Dr. Kamsi, MA, Dr. KH. Moh. Sodik para Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga dan jajarannya yang telah memberi dukungan dalam interaksi sehari-hari. Terutama pada Bapak Dr. KH. Moh.

Sodik yang saya rasakan dengan tulus membantu dan mendorong saya menjadi Guru Besar.

- Kepada seluruh sahabat saya di Program Studi Ilmu Komunikasi, Pak Siantari, Bu Marfuah, Mas Bono, Jeng Yani, Mba Ajeng, Mba Fatma, Mas Iqbal, Mas Rama, Mba Rika, Mas Mahfud, Bro Alip, Mba Yanti, Mba Niken, Mas Lukman, Mas Toriq, Mas Handini, Mas Zuhri, Mba Rahmah, dan Mba Maya. Mereka sahabat saya di Prodi Ilmu Komunikasi hingga pensiun nanti. Tentu tidak lupa seluruh kolega saya di Program Studi Psikologi dan Program Studi Sosiologi serta jajaran staf administrasi dari setiap masa, baik yang masih bertugas di Fakultas, yang pindah tugas maupun yang sudah memasuki masa pensiun. Langsung atau tidak, disengaja atau bukan interaksi kita selama ini telah membantu saya berada di sini.
- Kepada seluruh mahasiswa saya dari angkatan pertama tahun 2005 hingga saat ini, tanpa kalian saya tidak menjadi seperti ini.

Kelima, kepada pembimbing disertasi saya Prof. Dr. Irwan Abdullah, mentor saya dalam meneliti dan menulis artikel ilmiah. Kelembutannya mampu mengarahkan kemampuan saya dalam meneliti dan menulis. Prof. Dr. Heru Nugroho, teman diskusi yang asyik dengan pemikiran yang unik. Prof. Dr. Phil. Hermin Indah Wahyuni, yang ramah dan suka berbagi ilmu dan pengetahuan, teman diskusi yang tidak membosankan. Kepada Prof. Dr. H. Siswanto Masruri dan Prof. Dr. H. Iskandar Zulkarnain, usia kami terpaut jauh tapi sudah seperti sahabat dekat, teman diskusi yang tepat tentang kondisi UIN dan Indonesia. Terima kasih Pak Sis

yang hampir tiap hari bertanya pada saya, “*Bagaimana kondisi Indonesia? Bagaimana proses Guru Besar-nya?*”

Keenam, kepada Prof. Dr. Mohammad Mahfud MD, yang sekarang dipercaya menjadi Menkopolhukam, selalu menarik saat menyampaikan peristiwa yang terjadi di belakang layar politik Indonesia. Bapak Letnan Jenderal TNI (Purn) Johannes Suryo Prabowo mantan KASUM TNI, seorang teman diskusi yang asyik dan banyak mengajarkan saya tentang banyak jalan lain mencintai Indonesia dan selalu asyik diajak berdiskusi soal berbagai konsep perang. Bang Mayor Jenderal TNI (Purn) Dr. Kitaran Joy Sihotang yang selalu tidak menjenuhkan mendengar kisahnya saat menjalani pelatihan Kopassus dan bertempur menjaga keutuhan NKRI, menambah kebanggaan saya pada TNI. Senior saya Prof. Dr. Kazan Gunawan, yang banyak membantu saya membangun jalin perkawanan dan tempat saya belajar tentang solidaritas. Marsekal Madya TNI (Purn) Daryatmo mantan KASUM TNI yang selalu menghibur dan menyenangkan saat berdiskusi soal kebangsaan.

Ketujuh, Bang Dr. Rizal Ramli yang turut membantu studi saya saat menghadapi kesulitan ekonomi. Kanda Dr. Akbar Tandjung dan Kanda Dr. Chumaidi Syarif Romas senior saya di HMI serta Prof. Dr. Siti Zuhro, Ketua Presidium Majelis Nasional KAHMI. Bang Dr. Dolly Kurnia Tandjung, kami bersama pernah merasakan pahitnya rasa kalah dalam Kongres HMI, tapi saat ini justru terpilih menjadi Ketua Komisi II DPR RI. Kepada Menteri BKPM RI, Pak Bahlil Lahaddalia, S.E, Bang Yayat Biaro, Bang Alun Teuku Anshari, Bang Kholis Malik, Mas Dr. Suharnomo Kaslan serta jajaran bersama

semua sahabat di *Jaringan Indonesia*, kumpulan eksponen aktivis 98 yang sejak masa aktivis selalu konsisten berjuang demi kemajuan Indonesia. Tentu tidak lupa legenda mahasiswa Yogyakarta Mas Brotoseno, juga Bang Herry Sebayang.

Mba Ira Koesno, Mas Akhmad Kusaeni, Mas Rizal Mustari terima kasih telah memberi banyak pengalaman bagi saya dalam menjalani konsultan komunikasi professional. Almarhum Bapak Eki Syachrudin dan Mas Hari Wiryawan di *Pan Asia Research & Communications Service*, Jakarta yang telah menampung saya saat kesulitan mencari kerja setelah lulus kuliah. Bang Ilham Bintang dan Bang IzzHarry Agusjaya dua jurnalis senior tempat saya menimba pengalaman. Seluruh sahabat saya di KPI Daerah DIY tahun 2007-2010, KPI Pusat tahun 2010-2013, Bang Uyun, Mas Riyanto, Kang Dadang, Mas Judha, Mas Idy, Mba Azimah, Mba Ezki, Mba Nina dan seluruh komisioner KPID se-Indonesia. Kolega saya di ASPIKOM rintisan Mas Setio, Mas Fajar Jun, Mas Sampurno, Pak Eko, Mas Heri Budianto, Bu Agustina (almarhumah) serta kolega saya Ketua Umum ISKI Pusat Kang Dr. Dadang Rahmat Hidayat yang selalu hangat dan memikat, Bang Prof. Dr. Rajab Ritonga yang hari ini juga menyampaikan pidato pengukuhan Guru Besarnya serta sahabat lainnya. Sahabat saya di *Drone Emprit Academic*, Mas Ismail Fahmi, Ph.D, Pak Prof. Fathul Wahid, Ph.D yang juga Rektor UII, dan Mas Dr. Subhan Afifi. Para rimbawan di MAPALASKA (Mahasiswa Pecinta Alam Sunan Kalijaga) dan KAPALASK (Korps Alumni Pecinta Alam Sunan Kalijaga).

Kedelapan, kepada Pak Iwan Haryono, Pemimpin Redaksi Radio Elshinta Jakarta yang mengajarkan saya tentang kompetisi

dan perjuangan mencari kebenaran berita. Bang Dedy Kurniadi, SH., MH pengacara sukses yang selalu siap menjadi teman diskusi apa saja dan tempat saya berkonsultasi tentang hukum. Seluruh narasumber dan pihak yang membantu riset lapangan saya. Yang mulia Ketua MUI Pusat Bapak KH. Maruf Amin yang saat ini menjadi Wakil Presiden RI, Ketua MUI Sumatera Barat, Buya Gusrizal Gazahar, Buya Beni Heriyanto Sanjaya, Ustadz Zulkifli, Uda Cipta Panca Laksana, Mas Bambang Elf dan Marzul Veri. Kepada Bang Simon Nainggolan, penggila sejati sepak bola, fans berat Liverpool FC dan pemegang saham salah satu klub sepak bola Inggris yang menjadi kawan dalam perjalanan tapi berlawanan dalam politik.

Kesembilan, Ustad Sujarwo Putro, Cak Muhlas, Mas Imam Muharror teman ngopi sambil berdiskusi saat musim suntuk tiba di Yogyakarta. Mas Ading Masduki, walau berada di Jerman tapi bersedia membantu saya menemukan jalan sempit hingga sampai pada jurnal Scopus. Mas Asmanta, teman diskusi yang sangat membantu menjadi pembaca ahli seluruh artikel karya penelitian saya yang terpublikasi di jurnal internasional. Hariqo Wibawa Satria, asisten saya saat di KPI Pusat yang hingga saat ini selalu siap membantu.

Kesepuluh, kepada semua guru-guru saya di SDN 060805 Jalan Kakap Medan, Madrasah Ibtidaiyah (MI) *Hidayatul Islamiyah*, Jalan Gajah Medan, MTsN Jalan Pancing Medan dan MAPK Koto Baru Padang Panjang. Khusus Ustad Dr. Saidan Lubis, guru sekaligus Bapak asuh asrama kami di MAPK yang dengan penuh kasih menyayangi kami tanpa batas walau kami kadang sering mengambil diam-diam apa yang ditanamnya di

kebud. “*Syukran katsiran ya Ustadz...*”. Kepada semua teman masa kecil saya di kampung halaman Jalan Sejati, Kelurahan Bantan, Medan Tembung, teman SD saya terutama Lae Bajora Lubis, teman setia sebangku sahabat sejati dari saya sejak usia 7 tahun hingga saat ini. Teman saya di MTsN Medan, senior dan junior saya di MAPK serta teman-teman Generasi ketiga di asrama MAPK Koto Baru Padang Panjang yang selama 3 tahun satu tungku, satu periuk, satu panci, satu kual, tapi berbeda mimpi dan pilihan siswi di Asrama Putri. Saya minta ijin, menjadi Guru Besar pertama dari almamater kita tercinta.

Kesebelas, kepada Bang Dr. Azhari Akmal Tarigan, Bro Dr. Benny Ridwan, Bro Dr. Fatahuddin Siregar dan Bro Dr. Nofialdi kawan dari MAPK yang resah mengapa alumninya belum ada yang mencapai Guru Besar. Hari ini, terjawab sudah pertanyaan kita tersebut. Semoga kalian segera menyusul, ikuti saja rute yang pernah kita lalui bersama, Insya Allah tercapai Guru Besar.

Keduabelas, kepada 11 orang saudara kandung sesama alumni rahim Ibu saya, Yu Nem, Yu Ros, Kang Mas, Yu Sri, Yu Sugi, Yu Rumi, Yu Emi, Bang Suhud, Bang Mar, Yu Atid, dan Yu Yani yang selalu bergotong royong menjaga saya saat kecil dan merawat kedua orang tua kita tercinta. Khusus pada Bang Anto, suami Yu Emi saya sampaikan terima kasih atas pengorbanannya mengantarkan saya menyeting dari Medan belusukan ke pedalaman Tanjung Balai, Sumatera Utara dan beberapa pelosok di Sumatera Barat untuk meneliti hingga saya berdiri di sini. Kami terkena musibah kecelakaan parah di Pematang Siantar, Sumatera Utara hingga Abang mengalami patah tulang belakang. “*Maafkan aku Bang, sebenarnya saat*

itu aku juga letih dan mengantuk, tapi bersedia menjadi sopir pengganti, karena Abang juga kutengok lelah butuh istirahat”.

Terakhir, semua teman saya di media sosial baik yang saya kenal atau tidak, baik yang pernah bertemu atau belum. Mari kita gunakan dua jempol kita untuk merawat Indonesia yang bersih dari informasi hoaks dan ujaran kebencian di media sosial.

Rektor, Ketua Senat, Hadirin dan Hadirat yang terhormat,

Demikian pidato pengukuhan Guru Besar ini saya sampaikan. Terima kasih atas segala kesabaran untuk mendengarkan. Bila ada yang kurang berkenan, salah khilaf saya mohon maaf.

*Billahittaufiq wal Hidayah,
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

===ISW===

Daftar Pustaka

- Allcott, H. dan Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Altable, L. P. (2015-2016). The Arab Spring before the Arab Spring: A Case Study of Digital Activism in Tunisia. *Global Media Journal*, 4(1-2), 19-32.
- APJII. (2019). *Infografis penetrasi dan perilaku pengguna internet di Indonesia*. [Infographic on the penetration and behaviour of internet users in Indonesia] Dikutip dari: <https://www.apjii.or.id/survei>
- Astuti, SI. (2017). Konstruksi *Body of Knowledge* tentang *Hoax* di Indonesia: Upaya Merumuskan Landasan Strategi Anti-*Hoax*. Dalam Darmastuti, R., Edi, SWM., & Sari, DK. (Ed). *Kolase komunikasi di Indonesia* (pp. 283-308). Yogyakarta: Buku Litera.
- Bevin, V. (2017). In Indonesia, the ‘Fake News’ that Fueled a Cold War Massacre is Still Potent ve Decades Later. *The Washington Post*. Diakses 28 November 2019. https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/09/30/in-indonesia-the-fake-news-that-fueled-a-cold-war-massacre-is-still-potent-ve-decades-later/?utm_termv=.d5912c8b6060 ^[1]_[SEP]
- Bradshaw, Samantha and Howard, Philip N. (2019). *The Global Disinformation Disorder: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. Working Paper 2019.2*. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda.

- Cammaerts, B. (2009). Radical Pluralism and Free Speech in Online Public Spaces: The cCse of North Belgian Extreme Right Discourses. *International Journal of Cultural Studies*, 1(6), 555-575.
- Cerese, A. dan Santoro, C. (2018). From Racial Hoaxes to Media Hypes: Fake News' Real Consequences. Dalam Peter Vasterman (Eds.). *From Media Hype to Twitter Storm. News Explo- sions and Their Impact on Issues, Crises, and Public Opinion* (pp. 333-354). Amsterdam: University Press.
- Davey, C., Salaz, K. dan Hodson, T.S. (2010). *New Media and The Courts: The Current Status and a Look at The Future. A Report of The New Media Committee of The Conference of Court Public Information Officers*. Dikutip dari: <https://ccpio.org/wp-content/uploads/2012/02/2010-ccpio-report-summary.pdf>.
- Desmond, H. J. (2016, December 2). The Wave of Post-election Hate Reportedly Sweeping the Nation, Explained. *Vox*, 17 Dikutip dari: <http://www.vox.com/2016/11/17/13639138/trump-hate-crimes-attacks-racism-xenophobia-islamophobia-schools>.
- DeVito, J.A. (1982). *Communicology: An Introduction to The Study of Communication*. New York: Harper & Row.
- Douglas, C. (2018). *Religion and Fake News: Faith-Based Alternative Information Ecosystems in The U.S. And Europe*. Cambridge: Cambridge Institute on Religion & International Studies.

- Duffy, M.E. (2003). Web of Hate: A Fantasy Theme Analysis of the Rhetorical Vision of Hate Groups Online. *Journal of Communication Inquiry*, 27(3), 291-312.
- Eichhorn, K. (2001). Re-in/citing Linguistic Injuries: Speech Arts, Cyberhate, and the Spatial and Temporal Character of Networked Environments. *Computers and Composition*, 18(3), 293-304.
- Emery, D. (2004). *What is a Hoax*, Diambil dari: <http://urbanlegends.about.com/cs/urbanlegends/f/hoax.html>.
- Figueira, Á., dan Oliveira, L. (2017). The Current State of Fake News: Challenges and Opportunities. *Procedia Computer Science*, 121, 817–825.
- George, C. (2017). *Hate Spin: the Manufacture of Religious Offense and its Threat to Democracy*. Cambridge: The MIT Press.
- Gitelman, L. (2006). *Always Already New Media, History, and the Data of Culture*. London: The MIT Press.
- Gitelman, L., dan Pingree, B. G. (Eds.). (2003). *New Media, 1740–1915*. Cambridge: The MIT Press.
- Gorbach, J. (2018). Not Your Grandpa’s Hoax: a Comparative History of Fake News. *American Journalism*, 35(2), 236-249.
- Grömping, M. (2014). Echo Chambers’ Partisan Facebook Groups during the 2014 Thai Election. *Asia Pacific Media Educator*. London: SAGE Publications.
- Hänska-Ahy, M. dan Bauchowitz, S. (2017). Tweeting for Brexit: How Social Media Influenced the Referendum. Dalam J. Mair., T. Clark, N. Fowler, R. Snoddy, &

- R. Tait (Eds.), *Brexit, Trump and the media*. Bury St. Edmunds : Suffolk Abramis Academic Publishing.
- Hauben, M. & Hauben, R. (1997). *Netizens: On the History and Impact of Usenet and the Internet*. Los Alamitos: IEEE Computer Society Press.
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya. *Jurnal Pekommas*, 3(1), 31-44.
- Kakutani, M. (2018). *The Death of Truth*. London: William Collins, An Imprint of Harpercollins Publishers.
- Kaminska, I. (2017). A Module in Fake News from The InfoWars of Ancient Rome. *Financial Times*. Accessed February 25, 2019. <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6>
- Krensky, S. (2014). *The Great Moon Hoax*. Minneapolis Minn: Carolrhoda Books.
- Leets, L. (2001). Responses to Internet Hate Sites: Is Speech too Free in Cyberspace? *Communication Law and Policy*, 6(2), 287–317.
- (2002). Experiencing Hate Speech: Perceptions and Responses to Anti- Semitism and Antigay Speech. *Journal of Social Issues*, (58)2, 341-361.
- Lenkova, M. (ed). (1998). *Hate Speech in the Balkans*. Athens: ETEPE.
- Levinson, P. (2014). *New New Media*. Boston: Pearson.
- Lim, M. (2017). Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and the Rise of Tribal Nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427.

- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., dan Kelly, K. (2010). *New Media: A critical Introduction*. London: Routledge.
- MacDougall, C. D. (1968). *Hoaxes*. New York: Dover Publications.
- Mastel (2019). Survey Wabah Hoax Nasional 2019. Dikutip dari: <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2019/>
- McGonagle, T. (2017). “Fake news”: False Fears or Real Concerns? *Netherlands Quarterly of Human Right*, 35(4), 203–209.
- McLuhan, M dan Fiore, Q. (2008). *The Medium is The Massage*. London: Penguin.
- Nemes, I. (2002) Regulating Hate Speech in Cyberspace: Issues of Desirability and Efficacy. *Information & Communications Technology Law*, 11(3), 193-220.
- Ngai, S. (2005). *Ugly Feelings*. Cambridge: Harvard University Press.
- Nichols, T.M dan Pratt, S. (2017). The death of expertise : the campaign against established knowledge and why it matters. Old Saybrook: Tantor Media
- Ogbette, AS. (2019). Fake News in Nigeria: Causes, Effects and Management. *Information and Knowledge Management*, 9(2), 96-99.
- Perry, B. & Olsson, P. (2009). Cyberhate: The Globalization of Hate. *Information & Communications Technology Law*, 18(2), 185-199.

- Posetti, J. dan Matthews, A. (2018). A Short Guide to The History of 'Fake News' and Disinformation. Dikutip dari: <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>
- Postman, N. (2007). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Showbusiness*. London: Methuen
- Reed, C. (2009). The Challenge of Hate Speech Online. *Information & Communications Technology Law*, 18(2), 79-82.
- Ritonga, R. dan Syahputra, I. (2019). Citizen Journalism and Public Participation in the Era of New Media in Indonesia: From Street to Tweet. *Media and Communication*, 7(3), 79–90.
- Rubin, V.L. , Chen, Y., dan Conroy, N.J. (2015). Deception detection for news: three types of fakes. In *Proceedings of the Association for Information Science and Technology (ASIST) 2015*. 6-10 November, Sr. Lois, USA.
- Salam, A. (2018). The Hoax Phenomenon in Indonesian Society: Observing and Diversity Memes Since 2014. *Humaniora*, 30(3), 315–324.
- Santosa, HP., Hasfi, N., dan Lukmantoro, T. (2018). Digital Media Unequality During the 2014th Indonesian Presidential Election. In *Proceedings of The 3rd International Conference on Energy, Environmental and Information System (ICENIS 2018)*. August 14-15, 2018, Semarang.

- Schill, D.J., dan Hendricks, J.A. (2018). *The Presidency and Social Media Discourse, Disruption, and Digital Democracy in the 2016 Presidential Election*. New York : Routledge.
- Schwartz, A.B. (2015). The Infamous “War of The Worlds” Radio Broadcast Was a Magni Cent Fluke. *The Smithsonian*. Dikutip dari: <https://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magni-cent-uke-180955180/>
- Shannon, C. E. dan Weaver, W. (1999). *A Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Shirer, W.L. (2010). *The Rise and Fall of the Third Reich: A History of Nazi Germany*. US: Blackstone Audio, Inc.
- Sidahmed, M. (2016, November 26). Trump’s Election Led to ‘Barrage of Hate’, Report Finds. *The^[1]_{SEP}Guardian*. Dikutip dari: <https://www.theguardian.com/society/2016/nov/29/trump-related-hate-crimes-report-southern-poverty-law-center>.
- Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies, and Viral Content*. Tow Center for Digital Journalism: A Tow/ Knight Report. Tersedia di: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8Q81RHH>
- Simpson, R.M. (2013). Dignity, Harm and Hate Speech. *Law & Philosophy*, 32(6), 701-728.
- Spiegel, M.L. (1999). Hate Speech, Civil Rights, and the Internet: The Jurisdictional and Human Rights Nightmare. *Albany Law Journal of Science & Technology*, 9(2), 375-399.

- Syahputra, I. (2017). Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia, *Jurnal SPIKOM*, 3(3), 457-475.
- (2019). Expressions of Hatred and the Formation of Spiral of Anxiety on Social Media in Indonesia. *SEARCH*, 11(1), 2019, 94-111.
- Utami, P. (2018). Hoax in modern politics: the meaning of hoax in Indonesian politics and democracy. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 22(2), 85-97
- Weeks, B.E. dan Holbert, R.L. (2013). Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending and Partisanship, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 90 (2), 12.
- Weisberg, J. (2016, November 1). The Alt-right and a Deluge of Hate. *Slate* No. 1. Diambil dari: <https://slate.com/news-and-politics/2016/11/how-the-alt-right-harassed-david-french-on-twitter-and-at-home.html>
- Wolton, D. (2007). *Kritik atas Teori Komunikasi, Kajian dari Media Konvensional hingga Era Internet* (Terj). Yogyakarta : Kreasi Wacana
- Zielinski, S. (2009). *Deep Time of The Media: Toward An Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means*. Cambridge, MA: MIT Press.



BIODATA

A. INFORMASI DIRI

1. Nama Lengkap : **Prof. Dr. Iswandi Syahputra, M.Si**
2. Tempat/Tgl lahir : Medan, 23 April 1973
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Alamat : Jln. Srinindito No. 9, Kocoran Baru
Yogyakarta. Kode Pos: 55281
5. Pekerjaan : Dosen Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Negeri (UIN)
Sunan Kalijaga Yogyakarta
6. Nomor Telpon/WA : +62812 828 0321
7. Email : iswandi.syahputra@uin-suka.ac.id
8. Scopus ID : 57201475062

B. PENDIDIKAN

No	Universitas/ Sekolah	Fakultas	Jurusan	Strata	Lulus Tahun
1	SDN 060805 Medan	-	-	SD	1986
2	MI Hidayatul Islamiyah			MI	1988
3	Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) Medan, Sumatra Utara.	-	-	SMP	1989
4	Madrasah Aliyah Program Khusus (MAPK) Padang Panjang, Sumatra Barat.	-	-	SMA	1992
5	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.	Syari'ah	Perbandingan Mazhab	S.1	1998
6	Universitas Indonesia, Jakarta.	Isospol	Ilmu Komunikasi	S.2	2002-2004
7	Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta.	Sekolah Pasca Sarjana	Kajian Budaya dan Media	S.3	2008-2010

C. RIWAYAT PEKERJAAN

No	Nama Perusahaan/ Lembaga	Tahun	Jabatan	Deskripsi Pekerjaan
1	Universitas Islam Negeri Yogyakarta	2005-sekarang	Dosen Tetap	Memberi dan merancang mata kuliah Sistem Komunikasi Indonesia, Perspektif dan Teori Komunikasi, Opini Publik, Metodologi Penelitian Kualitatif, Agama dan Media Baru, Politik dan Media Sosial.

No	Nama Perusahaan/ Lembaga	Tahun	Jabatan	Deskripsi Pekerjaan
2	Ira Koesno Communications	2016-sekarang	Konsultan Media dan Komunikasi (Freelance)	Pendampingan kerja dalam bidang <i>Public Relations,</i> <i>Media Relations,</i> <i>Gooverment</i> <i>Relations</i> dan <i>Media</i> <i>Handle</i> secara umum kepada pemerintah dan swasta.
3	Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat	2010-2013	Komisioner	Menjalankan amanah UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran di seluruh wilayah Indonesia.
4	Komisi Penyiaran Indonesia (KPID) DI Yogyakarta	2007-2010	Komisioner	Menjalankan amanah UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
5	Indonesian Syndicate, Yogyakarta	2007-sekarang	Public Affair Director	Kampanye dan advokasi kesadaran hak-hak warga negara dalam politik.
6	Media Literacy Circle, Yogyakarta	2007-2009	Direktur Eksekutif	Memberi advokasi dan kampanye bermedia yang sehat.
7	Falsafatuna, Yogyakarta	2007-2008	Peneliti	Melakukan penelitian terhadap radikalisme agama di Medan, Sumatra Utara.
8	PT. Radio ELSHINTA News and Talk, Jakarta	2001-2004	Reporter Senior	Meliput Acara Presiden RI di Istana Kepresidenan.

No	Nama Perusahaan/ Lembaga	Tahun	Jabatan	Deskripsi Pekerjaan
9	Pan Asia Research & Communications Service, Jakarta	1999-2001	Asisten Produser	Memproduksi Talkshow Radio “ <i>Obrolan Rakyat</i> ” (disponsori oleh USAID); “ <i>Obrolan Keluarga</i> ” (disponsori oleh UNICEF); dan ‘ <i>Obrolan Merdeka</i> ’ (disponsori Frederich Naumann Stiftung, Jerman) pada sejumlah stasiun Radio di Indonesia.

D. PENGALAMAN PENELITIAN LAPANGAN (dalam 6 Tahun Terakhir)

No	Kegiatan Penelitian/Penulisan	Tempat/ Penyelenggara	Tahun
1	Citizen Journalism and Public Participation in the Era of New Media in Indonesia: From Street to Tweet	Jakarta/ UIN Sunan Kaliaga	2019
2	The Rise of Political Hatred in Twitter Conversations of Indonesian Netizens	Jakarta/ UIN Sunan Kaliaga	2019
3	Hoax Logic in the Political Activities of Indonesian Netizens on Twitter	Jakarta/ UIN Sunan Kaliaga	2019
4	Activities of Netizens on Social Media and Religious Spirituality of Indonesian Millennials in the Era of New Media.	Jakarta/ UIN Sunan Kaliaga	2018
5	Islam Nusantara, Ulemas, and Social Media: Understanding the Pros and Cons of Islam Nusantara among Ulemas of West Sumatra	Sumatera Barat/ Kementerian Agama RI	2018
6	Social Media’s Spiral of Anxiety and Expression of Hatred in Indonesia	Jakarta/ UIN Sunan Kaliaga	2017

No	Kegiatan Penelitian/Penulisan	Tempat/ Penyelenggara	Tahun
7	Social Media and 212 Defending Islam Rally: A Perspective of Indonesia Ulema Council	Jakarta/ UIN Sunan Kaliaga	2017
8	Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia	Jakarta/ UIN Sunan Kaliaga	2017
9	Strategi Media Relations Perusahaan Pertambangan Timah dan Kematian Agenda Setting Media di Bangka Belitung	Bangka Belitung/ UIN Sunan Kaliaga	2016
10	The Use of Social Media and Religious Rage in the Case of the Vihara Burning in Tanjung Balai, Indonesia	Sumatera Utara/ UIN Sunan Kalijaga	2016
11	New Media, New Players: The Use of Social Media With Religious Contents Among Muslim Scholars in West Sumatra, Indonesia	Sumatera Barat/ UIN Sunan Kalijaga	2015
12	Membebaskan Tubuh dari Penjara Media: Pendekatan Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi dalam Komunikasi Profetik.	Yogyakarta/ UIN Sunan Kalijaga	2015
13	Agama di Era Media: Kode Religius dalam Industri Televisi Indonesia	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2014
14	Religiusitas Sepak Bola dalam Rezim Media; Perspektif Fans Sepak Bola Indonesia	Prancis, Spanyol, Inggris/ UIN Sunan Kalijaga	2014
15	Agama dan Ideologi Media (Analisis Wacana Kritis Berita Korupsi Petinggi Partai Politik)	Jakarta/ UIN Sunan Kalijaga	2014

E. PELATIHAN DAN KEGIATAN SEJENIS DI LUAR NEGERI (dalam 10 Tahun Terakhir)

No	Aktivitas	Penyelenggara	Tempat/Negara	Tahun
1	Radio VOA Indonesia, di Washington DC, AS	VOA Indonesia	Washington DC	2013
2	Internet Protocol and Television (IPTV) World Forum	INFORMA, London	London, United Kingdom	2012

No	Aktivitas	Penyelenggara	Tempat/Negara	Tahun
3	Media Literacy Training JFF	Institut für Medienpädagogik	Munich, Jerman	2011
4	<i>Radio Nederland Wereldomroep</i> (RNW), Amsterdam, Belanda.	RNW, Amsterdam	Amsterdam, Nederland	2010
5	Broadcast Asia Singapura	Broadcast Asia	Singapura	2010

F. BUKU DAN ARTIKEL YANG DITERBITKAN

BUKU

No	Judul	Penerbit	Status
1	MEDIA RELATIONS; Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelegen	Rajawali Pers Jakarta ISBN : 978-602-425-735-4	Terbit Januari 2019
2	OPINI PUBLIK; Konsep, Pembentukan, dan Pengukuran	Simbiosis Rekatama Media, Bandung ISBN : 978-602-7973-61-9	Terbit Februari 2018
3	Paradigma Komunikasi Profetik: Gagasan dan Pendekatan	Simbiosis Rekatama Media, Bandung ISBN : 978-602-7973-48-0	Terbit Januari 2017
4	Peta Pemikiran Fishum: Aktivitas Media Sosial dan Prospek Muslim Kosmopolitan di Indonesia	Buku FISHUM ISBN : 978-602-50028-0-9	Terbit September 2017
5	Perang Semesta dalam Kajian Budaya dan Media	Simbiosis Rekatama Media, Bandung ISBN : 978-602-7973-42-8	Terbit Oktober 2016
6	Pemuja Sepak Bola <i>Kuasa Media atas Budaya</i>	Gramedia, Jakarta ISBN : 978-602-424-099-8	Terbit Mei 2016
7	Ilmu Komunikasi Tradisi, Perspektif dan Teori	Calpulis, Yogyakarta ISBN : 978-602-60216-8-7	Terbit Desember 2013
8	Rezim Media, <i>Pergulatan Demokrasi, Jurnalistik dan Infotainment dalam Industri Televisi</i>	Gramedia, Jakarta ISBN : 978-979-22-9347-0	Terbit Januari 2013
9	Simulasi Mistik Televisi	Pustaka Pelajar, Yogyakarta ISBN : 978-602-9033-41-0	Terbit Februari 2011

No	Judul	Penerbit	Status
10	Jurnalistik Infotainment, <i>Kancah Baru Jurnalistik dalam Industri Televisi</i>	Pilar Media, Yogyakarta ISBN : 979-3921-33-1	Terbit Maret 2007
11	Jurnalisme Damai, <i>Meretas Idiologi Peliputan di Area Konflik</i>	Pilar Media, Yogyakarta ISBN : 979-3921-25-0	Terbit Agustus 2006

ARTIKEL/MANUSKRIP

No	Judul	Penerbit	Status
1	The Rise of Political Hatred in Twitter Conversations of Indonesian Netizens	Sage Open (Q3) https://journals.sagepub.com/home/sgo	In Review
2	Hoax Logic in the Political Activities of Indonesian Netizens on Twitter	Historia y Comunicacion Social (Q3) https://revistas.ucm.es/index.php/HICS	In Review
3	Islam Nusantara, Ulemas, and Social Media: Understanding the Pros and Cons of Islam Nusantara among Ulemas of West Sumatra	Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies (Q1) http://ijims.iainsalatiga.ac.id/index.php/ijims/	In Editing
4	Activities On Twitter And The 212 Defend Islam Rally Through The Perspective Of The Indonesian Ulema Council	Aljami'ah (Q3) http://www.aljamiyah.or.id/index.php/AJIS/author	In Editing
5	Citizen Journalism and Public Participation in the Era of New Media in Indonesia: From Street to Tweet	Media and Communitacion (Q2) https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/index	TERBIT Agustus 2019

No	Judul	Penerbit	Status
6	Activities of Netizens on Social Media and Religious Spirituality of Indonesian Millennials in the Era of New Media.	The International Journal of Religion and Spirituality in Society (Q2) <i>https://religioninsociety.com/journal</i>	TERBIT Maret 2019
7	Expressions of Hatred on Twitter and the Formation of a Spiral of Anxiety on Social Media in Indonesia	Search Journal (Q4) <i>http://search.taylors.edu.my/</i>	TERBIT Maret 2019
8	New Media, New Relations: Cyberstalking on Social Media in the Interaction of Muslim Scholars and the Public in West Sumatra, Indonesia	Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication (Q3) <i>http://ejournal.ukm.my/mjc/issue/view/1075</i>	TERBIT Maret 2018
9	Media Sosial dan Prospek Muslim Kosmopolitan: Konstruksi & Peran Masyarakat Siber pada Aksi Bela Islam	Jurnal Komunikasi Islam (AKREDITASI NASIONAL) <i>http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/issue/view/18</i>	TERBIT Oktober 2018
10	The Use of Social Media and Religious Rage in the Case of the Vihara Burning in Tanjung Balai, Indonesia	Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman (AKREDITASI NASIONAL) <i>http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/epis/article/view/1243</i>	TERBIT Agustus 2018
11	Strategi Media Relations Perusahaan Pertambangan Timah dan Kematian Agenda Setting Media di Bangka Belitung	Jurnal Kajian Komunikasi UNPAD (AKREDITASI NASIONAL) <i>http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/index</i>	TERBIT Juni 2018
12	Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia	Jurnal Aspikom (AKREDITASI NASIONAL) <i>http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/issue/view/21/showToc</i>	TERBIT Juni 2017

No	Judul	Penerbit	Status
13	Agama di Era Media: Kode Religius dalam Industri Televisi Indonesia	Jurnal Esensia (AKREDITASI NASIONAL) http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/esensia/article/view/1283	TERBIT Juni 2016
14	Religiusitas Sepak Bola dalam Rezim Media; Perspektif Fans Sepak Bola Indonesia	Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Yogyakarta (AKREDITASI NASIONAL) http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1803	TERBIT Juni 2016
15	Membebaskan Tubuh dari Penjara Media: Pendekatan Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi dalam Komunikasi Profetik.	Jurnal Musawwa (AKREDITASI NASIONAL) http://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/MUSAWA	TERBIT Juni 2016
16	Terbentuknya Identitas Fans Sepak Bola sebagai Budaya Massa dalam Industri Media	Jurnal Informasi UNY Yogyakarta https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/11377	TERBIT Desember 2016
17	Agama, Politik, dan Ideologi Media ^[1] (Analisis Wacana Kritis Berita Korupsi Petinggi Partai Politik)	Jurnal el-Hekam, http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/elhekam	TERBIT Juni 2016
18	Politik Pemberitaan dalam Kasus Korupsi Petinggi Partai Politik (Analisis Isi Berita Kasus Korupsi Luthfi Hasan Ishaq, Anas Urbaningrum, dan Ratu Atut Chosiyah pada Koran Tempo, Kompas, dan Republika)	Jurnal Komunikasi Profetik http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/viewFile/1109/1022	TERBIT Juni 2014

No	Judul	Penerbit	Status
19	Post Media Literacy: Menyaksikan Kuasa Media Bersama Michel Foucault	Jurnal Aspikom <i>http://www.jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/4</i>	TERBIT Juli 2010
20	Simulasi Mistik dan Implosi Makna Religius dalam Sinetron <i>Rahasia Ilahi</i> pada Stasiun Televisi TPI	Jurnal Ilmu Komunikasi (AKREDITASI NASIONAL)	TERBIT Juni 2010
21	Diskursus Identitas Umat Islam dalam Industri Televisi (<i>Dari Polemik Islam Fundamental-Liberal hingga Komodifikasi Islam Popular</i>)	Jurnal Komunikasi Profetik (AKREDITASI NASIONAL)	TERBIT Juni 2009
22	Simulasi Islam Imajiner dalam Sinetron Mistik Religius pada Stasiun Televisi	Jurnal Sosio Religia (AKREDITASI NASIONAL)	TERBIT Juni 2010

G. KEGIATAN PENGAJARAN

No	Kegiatan Pengajaran	Tempat/Instansi
1	Mengajar Mata Kuliah <i>Perspektif dan Teori Komunikasi</i> (3 SKS)	Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
2	Mengajar Mata Kuliah <i>Agama dan Media</i> (2 SKS)	Kajian Hermenitika Al-Qur'an Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
3	Mengajar Mata Kuliah <i>New Media</i> (2 SKS)	Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
4	Mengajar Mata Kuliah <i>Sistem Komunikasi Indonesia</i> (2 SKS)	Fak. Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta

No	Kegiatan Pengajaran	Tempat/Instansi
5	Mengajar Mata Kuliah <i>Komunikasi Profetik</i> (2 SKS)	Fak. Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
6	Mengajar Mata Kuliah <i>Opini Publik</i> (3 SKS)	Fak. Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
7	Mengajar Mata Kuliah <i>Manajemen Redaksional Media Penyiaran</i> (3 SKS)	Fak. Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Univeristas Islam Indonesia (UII)
8	Mengajar Mata Kuliah <i>Penulisan Berita Media Penyiaran</i> (3 SKS)	Fak. Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Univeristas Islam Indonesia (UII)
9	Mengajar Mata Kuliah <i>Opini Publik</i> (3 SKS)	Fak. Isipol Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY)
10	Mengajar Mata Kuliah <i>Penulisan Ilmiah</i> (2 SKS)	Fak. Isipol Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY)
11	Mengajar Mata Kuliah <i>Media dan Demokrasi</i> (3 SKS)	Fak. Isipol Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY)
12	Mengajar Mata Kuliah <i>Komunikasi Politik</i> (3 SKS)	Fak. Isipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)
13	Mengajar Mata Kuliah <i>Manajemen Kampanye</i> (3 SKS)	Fak. Isipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)

H. PENGALAMAN ORGANISASI

No	Organisasi	Tahun	Jabatan
1	HMI Badko Jawa Bagian Tengah	1996-1998	Ketua Bidang PA
2	Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Pusat	2007-2010	Ketua Bidang Anggota dan Organisasi
3	Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) Pusat	2014-2016 2018-2020	Ketua Bidang Ilmu Terapan

I. PENGALAMAN PERJALANAN

Tahun	Tujuan
2017	Zurich, Bern, Viena, Praha, Dresden.
2016	Paris, Madrid, Cordoba, Granada, Malaga, Murcia, Sevilla, Valencia, Barcelona, London, Edinburgh, Glasgow, Leeds, New Castle, Nottingham, Leicester, Manchester, Liverpool.
2014	Singapura, Kuala Lumpur, Bangkok, Manchester, Liverpool, Madrid, Barcelona, Milan, Turin, Venesia.
2013	Washington DC, Boston, New York.
2012	London, Paris, Zurich.
2011	Munich, Roma, Paris, Amsterdam.
2010	Amsterdam, Den Haag, Luxembourg, Brussel.

