



RADIKALISME DI MEDIA SOSIAL: PENYEBUTAN DAN KONTEKS SOSIAL PENGGUNAANNYA

Abdul Wahid, Nia Ashton Destitry, Fariza Yuniar Rakhmawati
Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Brawijaya

INFORMASI ARTIKEL

Diterima: 16 Maret 2020
Direvisi: 20 Juli 2020
Tersedia: online: 31 Agustus 2020

KATA KUNCI

Biased-discourse Radicalism, Religious Tolerance Social Media

KORESPONDENSI

E-mail: wahidjumaizah@ub.ac.id,

A B S T R A C T

Radicalism is often only placed face to face between radical groups versus the state. In fact, radicalism is not only born because of the contradiction between the two but involves the mediation of ideas through social media. This paper seeks how the discourse of radicalism on social media by content analysis method on social media during August-September 2018. This study reveals that radicalism on social media is not only related to religious issues. Some of the other issues attributed to radicalism are about elections, politics, government, criminality, and other social issues. The various contexts of the radicalism talks often do not refer to major events, but radicalism is associated with other contexts unrelated to the main event as a reference. This shows how social media is becoming an intermediary for biased "radicalism" discourse.

PENDAHULUAN

Radikalisme berbasis agama dianggap sebagai permasalahan dalam berbangsa. Hasil survey Wahid Institute pada 2016 menyebutkan, terjadi peningkatan jumlah peristiwa tindak kekerasan atas nama agama. Peristiwa pelanggaran beragama dan berkeyakinan pada 2016 tercatat sebanyak 204 peristiwa dengan 315 tindakan. Jumlah ini naik 7% dari tahun 2015 yang dilaporkan sebanyak 190 peristiwa dengan 249 tindakan dan pada 2014 tercatat sebanyak 158 peristiwa. Hasil riset Setara Institute (2012) juga menyebutkan, terdapat 216 kasus serangan terhadap minoritas agama pada 2010, 244 kasus pada 2011, dan 264 kasus pada 2012. Tindakan kekerasan ini bertolak belakang dengan mitos masyarakat Indonesia yang memiliki corak lembut dan tidak pemaarah.

Meski sebagian besar masyarakat Indonesia menolak secara tegas bentuk tindak radikalisme, tapi tindakan radikalisme masih

diyakini sebagai “perjuangan” bagi masyarakat lain. Survey Wahid Institute menyebutkan 72 persen masyarakat tidak setuju dengan radikalisme. Tapi, survey tersebut juga masih menemukan 7,1 persen responden meyakini tindak radikalisme dilakukan untuk perjuangan menegakkan syariat. Keyakinan radikalisme sebagai bentuk perjuangan ini karena dalam setiap gerakannya selalu menggunakan simbol-simbol Islam

Data tentang radikalisme di atas menunjukkan gejala sikap intoleran dalam kehidupan berbangsa dan bernegara yang semakin menguat. Radikalisme merupakan upaya memaksakan kehendak beragama pada kelompok lain yang berbeda. Upaya ini tidak hanya dilakukan pada kelompok minoritas, tapi juga mayoritas yang dianggap tidak sejalan dengan kelompoknya. Radikalisme dianggap terjadi karena pemahaman keagamaan yang sempit dan menganggap kebudayaan lokal

bertentangan ajaran agama (INFID, 2016; Wahid Institute, 2016).

Para peneliti melihat, radikalisme berkembang sejalan dengan perubahan keadaan sosial politik, terutama paska orde Baru (Lovita, 2017; Van Bruinessen, 2013). Sedangkan aspek lain yang dianggap berpengaruh adalah keadaan politik timur tengah (Qodir, 2008), penilaian terhadap kegagalan modernisme di negara mayoritas Islam (Eliaz, 2004), kemiskinan (Asrori, 2015), dan sikap pemerintah yang tidak kunjung menyelesaikan persoalan keagamaan (Wahid Institute, 2016). Sedangkan Human Right Watch (2013) mengatakan, radikalisme tidak lepas dari pengaruh aktor politik lokal, partai politik, maupun aturan diskriminatif pada minoritas.

Lovita (2017) menyebutkan, radikalisme justru tumbuh subur sejalan dengan terbukanya sistem demokrasi paska orde baru. Kelompok radikal mengupayakan pendirian negara berbasis agama yang dipandang harus diadaptasi oleh negara. Pada beberapa peristiwa, upaya pemaksaan pada kelompok lain ini menimbulkan korban jiwa sebagaimana peristiwa di Cikeusik 2011.

Lovita (2017) melihat tindakan radikalisme dilakukan melalui berbagai cara, baik melalui level struktur maupun kultur. Radikalisme agama memberikan implikasi sosial dan politik melalui sikap intoleran yang dapat berkembang menjadi sikap diskriminatif dan tindak kekerasan. Hal ini disebabkan karena radikalisme mengandung ideologi yang mampu mengontrol pengetahuan individu atas tafsir benar dan salah. Menurut Van Bruinessen (2013), gerakan radikalisme tidak hanya mewujud dalam organisasi gerakan baru, tapi juga telah merasuk pada tubuh ormas Islam yang sudah mapan seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Muhammadiyah. Zuly Qodir (2008) bahkan menyebutkan, radikalisme telah merasuk pada institusi pendidikan, partai politik, hingga organisasi massa non pemerintah. Di level pendidikan menengah, Rokhmad (2012) menemukan buku ajar juga dimasuki materi yang mendorong siswa untuk membenci agama dan bangsa lain.

Keadaan politik pasca orde Baru memang dinilai memberikan ruang berkembangnya paham radikal di Indonesia. Tapi, konteks politik tersebut tidak semata berdiri sendiri.

Perkembangan radikalisme juga tidak dapat dilepaskan dari teknologi informasi sebagai media penopang persebaran gagasan radikalisme. Nafi' Muthohirin (2015) mencoba menelusuri gerak radikalisme Islam yang dilakukan melalui jejaring media sosial. Hasilnya, media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, dan *WhatsApp* telah menjadi ruang baru untuk melakukan propaganda, perekrutan, pelatihan, perencanaan, dan ajakan mendirikan negara yang berbasis pada agama. Penggunaan media sosial ini menargetkan anak muda dan dapat menjadi ancaman bagi kebangsaan di masa depan. Generasi muda merupakan kelompok yang lebih mudah disasar gerakan radikal karena pemahaman keagamaan yang dangkal (INFID, 2016).

Data di atas menunjukkan gerakan radikalisme atas nama agama menjadi persoalan serius di Indonesia. Keterbukaan informasi dan kondisi politik paska orde baru membuat persebaran gagasan radikalisme ini berkembang di masyarakat. Berbagai institusi pendidikan, lembaga pemerintah, organisasi non-pemerintah, hingga generasi muda secara perlahan menjadi sasaran gerakan ini. Radikalisme dapat mendorong tindakan kekerasan dalam berbagai bentuk. Hal paling sederhana dari tindak kekerasan ini adalah upaya pemaksaan gagasan oleh satu kelompok pada kelompok yang lain.

Radikalisme mencirikan cara berfikir tunggal mengenai cara beragama dalam masyarakat. Padahal, masyarakat Indonesia dikenal memiliki beragam tradisi. Keragaman masyarakat secara langsung meniscayakan cara berfikir, perilaku, kebudayaan, dan cara berkomunikasi yang berbeda. Radikalisme yang bersifat mono-tafsir berkebalikan dengan praktik masyarakat Indonesia yang multikultur. Multikulturalisme masyarakat ini bukan menjadi penghalang bagi tersebarnya gagasan yang selanjutnya mendominasi masyarakat. Berbagai aliran keyakinan dapat dijalankan berdampingan: Budha, Hindu, Islam, Konfucionisme, hingga kepercayaan pada nenek moyang. Bahkan, pada masa gerakan nasional dan perumusan kemerdekaan Indonesia, aliran kepercayaan tidak dijadikan sebagai dasar negara dan diterima oleh mayoritas umat Islam pada saat itu. Padahal, umat Islam merupakan mayoritas penganut kepercayaan di Indonesia dengan komposisi 95 persen. Artinya, penerimaan masyarakat pada

gagasan yang berkembang tidak mengenal jalan kekerasan sebagaimana yang dibawa dalam gerakan radikalisme.

Permasalahan radikalisme banyak disorot oleh berbagai pihak, baik pemerintah, organisasi non pemerintah, maupun kelompok masyarakat sipil. Berbagai gerakan anti-hoax, anti-*hate speech*, hingga edukasi pembuatan konten media dilakukan di berbagai tempat. Berbagai usaha tersebut dilakukan secara reaktif atas fenomena yang terjadi, sehingga menyulitkan pengukuran sejauh mana efektifitas usaha deradikalisasi tersebut. Thompson, R.L (2012) menemukan, media sosial mampu membuat individu dan kelompok menjadi radikal secara politis dalam hubungannya dengan perubahan sosial di masing-masing negara berkembang. Nouh, M., Nurse, R. J., & Goldsmith, M. (2019) juga menyebutkan, media online sebagai platform yang digunakan kelompok radikal untuk menyebarkan gagasannya dan bahkan mengarah pada tindakan terorisme. Pada bagian lain, Wahid (2020) melihat radikalisme di media sosial mewujud pada istilah seperti 'kafir' yang membawa konsekuensi pada diskriminasi kelompok minoritas. Melihat relasi media sosial dan radikalisme tersebut, Ganesh & Bright (2020) menyarankan untuk menelusuri bentuk radikalisme di media sosial pada beberapa wilayah yang berbeda.

Tulisan ini berupaya untuk mengidentifikasi bagaimana bentuk radikalisme yang terdapat di media sosial, terutama dalam konteks Pemilihan Umum di Indonesia. Identifikasi ini penting untuk mengetahui pola dan isu-isu yang diangkat dalam penyebaran radikalisme.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Radikalisme di Indonesia

Menurut Afif Muhammad, istilah radikal berasal dari kata *radic* (akar) yang bermakna sesuatu bersifat mendasar atau hingga ke akar-akarnya, dimana istilah radikal ini dapat dilekatkan pada pemikiran atau paham tertentu (Damayanti, Thayibi, Gardhiani, & Limy, 2003). Radikalisme merupakan pemahaman yang sangat lekat dengan konteks agama. Sudut pandang agama melihat radikalisme sebagai paham keagamaan yang mengacu pada dasar agama dengan fanatisme tinggi, sehingga kelompok dengan paham tersebut berupaya

memaksakan pemahaman mereka kepada kelompok lain yang berbeda paham dengan menggunakan kekerasan (Asrori, 2015). Radikalisme agama menunjukkan tindakan-tindakan ekstrim oleh individu/kelompok yang cenderung menimbulkan kekerasan dengan mengatasnamakan agama (Damayanti, Thayibi, Gardhiani, & Limy, 2003).

Istilah radikalisme agama kini identik dengan Islam yang pada akhirnya melahirkan istilah Islam radikal. Tidak ada kesepakatan yang pasti mengenai makna dari istilah Islam radikal yang juga sering disebut dengan fundamentalis, militan, atau Islamis dimana istilah-istilah tersebut merujuk pada pihak yang mengupayakan pendirian negara Islam atau khalifah (khilafah) atau menjadikan Syaria sebagai sumber hukum, dengan atau tanpa kekerasan (Hadiz, 2008). Fenomena radikalisme di kalangan umat Islam seringkali disandarkan dengan paham keagamaan, meskipun radikalisme juga dapat lahir dari berbagai aspek seperti ekonomi, politik, sosial, dan sebagainya (Rokhmad, 2012). Radikalisme dimaknai sebagai perilaku keagamaan yang menghendaki perubahan secara drastis dengan karakter keras yang bertujuan untuk merealisasikan target tertentu (Asrori, 2015). Penjelasan mengenai istilah radikalisme yang telah dipaparkan sebelumnya menunjukkan bahwa berdasarkan sudut pandang agama radikalisme tidak bisa dilihat secara terpisah dari konteks politik dimana perilaku radikalisme menuntut adanya perubahan yang mendasar sebagai bagian dari agama yang dipahami.

Di Indonesia persoalan radikalisme berkaitan dengan Islam politik yang dinilai sebagai produk dari fase panjang perkembangan kapitalis otoriter di bawah pemerintahan Orde Baru (1966-1988) dimana penilaian ini bertentangan dengan pendapat sejumlah pakar terorisme yang menyampaikan bahwa Islam politik radikal merupakan hasil dari kehancuran Orde Baru (Hadiz, 2008). Pasca Orde Baru membawa ruang bagi warga negara untuk menyuarakan berbagai pandangan alternatif yang diasumsikan akan mengantarkan Indonesia menuju kondisi yang lebih baik. Masa tersebut memberikan ruang bagi para aktor yang memiliki sikap berseberangan dengan budaya Barat, pasar bebas, dan demokrasi (Hadiz, 2008). Oleh karena itu, Islam radikal muncul sebagai alternatif

paham yang menawarkan praktik ideal bernegara dengan mengusung isu keadilan sosial.

Kemunculan gerakan Islam radikal di Indonesia disebabkan oleh dua faktor antara lain faktor internal dari dalam umat Islam sendiri melalui penyimpangan norma agama dan faktor eksternal di luar umat Islam baik yang dilakukan oleh penguasa maupun hegemoni Barat (Asrori, 2015). Salah satu faktor eksternal dari luar umat Islam ini merujuk pada tawaran paham dan praktik sekuler, kapitalis, dan liberal yang diterapkan oleh negara-negara Barat. Selain itu faktor eksternal yang memicu kemunculan radikalisme ditunjukkan oleh praktik yang dilakukan oleh penguasa dalam hal ini adalah lembaga negara. Oleh karena itu, Damayanti, Thayibi, Gardhiani, & Limy (2003) menyebutkan bahwa kemunculan kelompok Islam radikal atau ekstrimisme Islam dikarenakan krisis kepercayaan kepada lembaga negara, lembaga agama, dan lembaga politik. Ketidakpercayaan kepada negara atau pemerintah dipicu oleh terjadinya ketimpangan kondisi sosial dan ekonomi di tengah masyarakat. Asrori (2015) menyebutkan bahwa kemiskinan merupakan faktor yang mendorong munculnya radikalisme di Indonesia. Presiden Tanzania Jakaya Kikwete menilai bahwa keyakinan adalah benih radikalisme dan kemiskinan adalah pupuk radikalisme (Stith, 2010). Oleh karena itu, radikalisme dipandang sebagai sebagai sebuah solusi untuk keluar dari kemiskinan.

Paham radikalisme di Indonesia sangat dekat dengan anak muda. Anak muda menjadi rentan terhadap pemikiran-pemikiran radikal. Faktor lain yang dapat menyebabkan paham radikalisme terjadi adalah proses Islamisasi yang terjadi di kalangan anak muda. Peneliti LIPI, Anas Saidi, menjelaskan bahwa paham radikalisme terjadi karena proses Islamisasi yang dilakukan di kalangan anak muda berlangsung secara tertutup (cenderung tidak terbuka terhadap pandangan Islam lain yang berbeda dengan keyakinan mereka) yang dapat mengarahkan pada sikap intoleran dan berakibat pada disintegrasi bangsa karena mereka menganggap ideologi Pancasila sudah tidak relevan lagi (Lestari, 2016).

Radikalisme (Islam radikal) dapat muncul dari aktivitas konsumsi media. Berbagai media baik media massa atau media berbasis internet

seperti media sosial dimanfaatkan oleh kelompok-kelompok tertentu untuk menyebarkan gagasan mereka. Media massa dan media sosial ini menjadi medium yang digunakan untuk menyebarkan pesan keagamaan (keislaman) dalam sudut pandang yang diyakini oleh kelompok-kelompok tersebut. Konten media diproduksi dan dibingkai sedemikian rupa untuk menggiring khalayak menyepakati pemikiran kelompok tersebut. Produksi dan pembingkai pesan keislaman melalui media massa dan media sosial tentu dibatasi oleh ruang dan waktu. Hal ini menyebabkan penerimaan pesan keislaman menjadi ditafsirkan secara terbatas dan tidak menyeluruh. Kondisi ini mengubah praktik pembelajaran agama Islam yang sebelumnya dilakukan dalam jangka panjang dan berkelanjutan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang agama Islam, beralih menjadi pembelajaran singkat yang melahirkan pemahaman dangkal atas agama Islam.

Persoalan yang selanjutnya muncul adalah khalayak yang mengonsumsi konten agama Islam melalui media massa dan media sosial mengklaim bahwa mereka telah memahami Islam. Fenomena ini menunjukkan praktik pendangkalan proses pembelajaran dan pemahaman konten agama melalui media massa dan media sosial. Penerimaan pesan keislaman yang tidak menyeluruh ini dapat berdampak pada klaim kebenaran paham agama versi audiens. Klaim kebenaran ini akan menghasilkan sikap dan tindakan penerima pesan (audiens) yang cenderung menyalahkan atau menolak paham dan praktik Islam lainnya.

Radikalisme juga dapat tumbuh dan berkembang melalui ujaran kebencian (hate speech). Ujaran kebencian atas kelompok lain sering muncul melalui berbagai medium antara lain tatap muka seperti pengajian, media massa seperti televisi, dan media sosial (Asrori, 2015). Ujaran kebencian ini yang memicu penolakan atas kelompok lain.

Metodologi Penelitian

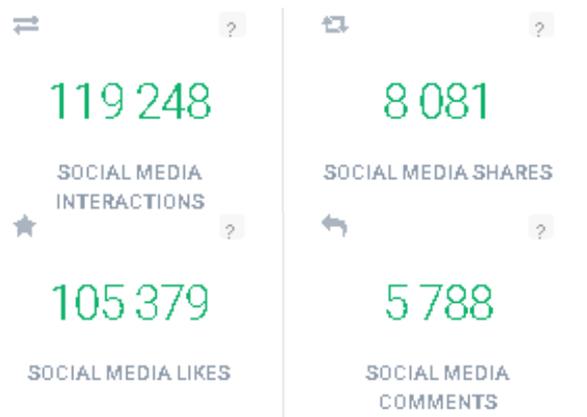
Riset ini menggunakan analisis isi pada *Big Data* di media sosial dengan menggunakan *software Brand24*. Analisis isi digunakan untuk mencari tema dan konteks dalam media sosial. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini meliputi sumber data primer yaitu unggahan di media sosial Facebook, Twitter, dan Instagram

sepanjang Agustus-September 2018. Pada masa tersebut, pembicaraan tentang radikalisme mulai muncul secara masif menjelang masa Pemilu 2019. Kata “radikalisme” digunakan sebagai kata kunci untuk mengetahui bagaimana kata tersebut digunakan pada berbagai konteks sosial. Setelah data terkumpul berdasarkan waktu yang ditentukan, peneliti melakukan tabulasi dan menganalisis berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan kata “radikalisme” pada software yang digunakan. Pengkategorian tema ini dianalisis secara interaktif dan dihubungkan dengan konteks yang lebih luas. Selain itu, data sekunder juga digunakan untuk memberikan konteks pada temuan hasil studi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Gambaran “Radikalisme” di Media Sosial

Media sosial menjadi ruang untuk membentuk wacana radikalisme secara tak terbatas. Dari hasil penelusuran tentang kata radikalisme di media sosial sepanjang 27 Agustus – 30 September 2018, kata radikalisme tercatat disebut oleh pengguna media sosial sebanyak 7.722 kali. Penyebutan kata radikalisme tersebut telah mendapat tanggapan dan disebarkan pada pengguna media sosial lain (*social media reach*) sebanyak 49,193 juta kali dalam kurun akhir Agustus hingga September 2018. Penyebutan “radikalisme” di media sosial dapat tercatat berlipat ganda. *Social media reach* merupakan perkiraan jumlah orang yang terlibat atau terhubung langsung dengan penyebutan kata (*mention*) “radikalisme” di media sosial. Keterlibatan pada kata “radikalisme” ini tidak hanya berlaku pada akun yang memposting, tapi juga dapat terhitung pada sejumlah *followers/subscribers/friends* (teman atau pengikut di media sosial).

Selain itu, sepanjang periode riset juga disebutkan, penggunaan “radikalisme” terdapat pada 119.248 interaksi di media sosial (Facebook, Instagram, dan Twitter). Interaksi ini dapat terjadi melalui komentar, sharing artikel, ataupun bentuk lain. Tingginya interaksi ini menunjukkan, radikalisme tidak hanya dipraktikkan melalui tindakan kekerasan di dunia sosial, juga meluas pada ruang virtual di media sosial. Penyebutan radikalisme di media sosial juga mendapat tanggapan berupa likes sebanyak 105.379 kali, shares sebanyak 8.081 kali, serta mendapatkan komentar sebanyak 5.788 kali.



Gambar 1: Jumlah interaksi, share, likes, dan komentar di media sosial yang menyebutkan kata radikalisme sepanjang 27 Agustus 2018 – 30 September 2018.

Sumber: Data yang diolah dari unggahan Facebook, Instagram, dan Twitter sepanjang Agustus-September 2018.

Dari tiga media sosial yang dianalisis, penyebutan kata “radikalisme” paling banyak ditemukan di Twitter. Terdapat 58% kata radikalisme (sebanyak 4479 kali) disebutkan oleh pengguna media sosial Twitter, sebanyak 1863 kali (24,1%) disebutkan di Instagram, serta sebanyak 1380 kali atau 17,9% tercatat di Facebook. Meski Twitter menjadi media sosial yang paling banyak menyebutkan kata “radikalisme”, akan tetapi bukan berarti Twitter menjadi media sosial yang paling banyak mendapatkan perhatian dari netizen.



Diagram 1: Prosentase penyebutan “radikalisme” di media sosial Facebook, Instagram, dan Twitter Agustus-September 2018.

Sumber: Data yang diolah dari unggahan Facebook, Instagram, dan Twitter sepanjang Agustus-September 2018.

Dari jumlah kunjungan pada media sosial yang diteliti, Facebook memiliki tingkat kunjungan yang jauh lebih tinggi daripada Twitter maupun Instagram. Sepanjang periode akhir Agustus hingga September 2018 lalu, total jumlah pengunjung Facebook mencapai 12,4 M pengguna. Sedangkan Twitter hanya memiliki pengunjung 2,7 M dan Instagram sebanyak 2,8 M akun aktif. Hal ini memungkinkan Facebook menjadi ruang yang lebih potensial untuk memperbesar pembicaraan tentang radikalisme.

Interaksi Pengguna Media sosial tentang “radikalisme”

Penyebutan kata “radikalisme” juga kerap dibarengi dengan penggunaan tagar/hashtag (#) yang dihubungkan dengan kata lainnya. Beberapa tagar yang populer digunakan terkait dengan penyebutan radikalisme adalah #radikalisme, #indonesia, #pancasila, #indonesiadamai, #indonesiahebat, #2019gantipresiden, #jokowi2periode, #toleransi, #jokowimakruf2019, #bhinnekatunggalika, dan lain-lain. Berbagai penggunaan tagar tersebut dimunculkan seiring dengan peristiwa penting pada waktu tertentu. Bahkan, radikalisme disebutkan secara intensif pada beberapa peristiwa; Asian Games, deklarasi #2019gantipresiden, serta aksi walk-out SBY pada deklarasi damai Pilpres 2019. Penyebutan “radikalisme” ini diiringi dengan tingginya interaksi antar pengguna media sosial. Tingkat interaksi di media sosial dapat dilihat dari jumlah penyebutan, likes, shares, comments, dan keterjangkauan (reach).

Pada diagram di atas, tingkat interaksi di media sosial pada kata radikalisme tercatat terlihat menanjak pada tanggal 29 Agustus 2018 serta pada 17, 23, dan 26 September 2018

Pada 29 Agustus 2018, penyebutan radikalisme di media sosial tercatat sebanyak 333 kali yang tersebar di Twitter (169), Facebook (94), dan Instagram (70). Beberapa isu lain yang dikaitkan dengan radikalisme di antaranya adalah peristiwa pembubaran deklarasi #2019gantipresiden di beberapa kota, terutama Surabaya pada Minggu (26/08). Akun Instagram Reaksirakyat1 mengunggah video yang paling mendapat banyak perhatian dari masyarakat.

Pada unggahan tersebut, akun Reaksirayat1 menuliskan keterangan video yang diupload dengan kalimat*Ke bengisan kaum Barbar...* Kalimat tersebut digunakan untuk menggambarkan perlakuan dari sekelompok massa yang merobek-paksa kaos dagangan yang dijajakan oleh pedagang di lokasi aksi demo di Surabaya. Upload dari akun tersebut juga menambahkan caption yang bernada menghujat. Pada caption tersebut juga disebutkan kemungkinan adanya partai yang mendalangi perlakuan “barbar” sebagaimana video yang diunggah. Unggahan dari akun media sosial tersebut mendapat likes sebanyak 4109 dan dikomentari oleh 830 netizen yang bersumber dari unggahan video dan caption dari akun reaksirakyat1 pada 29 Agustus di media sosial Instagram.

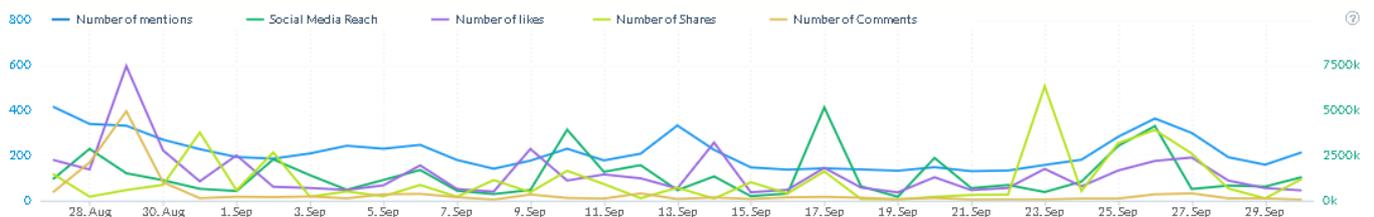


Diagram 2: Interaksi penyebutan “radikalisme” di media sosial Facebook, Twitter, dan Instagram sepanjang Agustus-September 2018
 Sumber: Data yang diolah dari unggahan Facebook, Instagram, dan Twitter sepanjang Agustus-September 2018.

Tingginya interaksi pada tanggal tersebut tidak dapat dilepaskan dari peristiwa Asian Games 2018 terutama setelah Hanifan, atlet pencak silat Indonesia berhasil mendapatkan medali emas. Keberhasilan tersebut direspon oleh dua pasangan Capres 2019 Jokowi dan Prabowo dengan saling berpelukan. Pencapaian Hanifan dianggap menjadi sebab dua tokoh nasional yang saling berseteru dalam Pilpres 2019 tersebut saling merangkul dan dijadikan headline di berbagai media arus utama.

Rakyat Kecil Yang Mengais Rezeki dari Jualan Kaos , Dagangannya Dirobek-robek Semua , Laknat Kalian ! , Ini Cara2 PKI . Siapa Dibalik Ini Semua , Adakah PARTAI Yang Mendalangi Ini Semua ?
 #surabaya
 #suroboyo
 #radikalisme
 #rezimpanik
 #rezimotoriter
 #2019diatakutdiganti

Interaksi yang terjadi pada 29 Agustus tersebut dikaitkan dengan politik biner (Jokowi dan Prabowo), kebangsaan, Pancasila, dan isu sosial lain. Meski penggunaan tagar #2019gantipresiden seperti posting dari akun *reaksirakyat1* di atas, beberapa akun lain juga menggunakan tagar tersebut secara berbeda. Hal ini tampak pada akun Instagram *ana_ndjau*. Dengan memiliki pengikut sebanyak 3,2 ribu, *ana_ndjau* membuat unggahan di Instagram yang justru diarahkan untuk mengkritik kelompok yang selama ini mengusung tagar #2019gantipresiden. Unggahan akun tersebut dilakukan dengan cara melakukan unggah-ulang (*repost*) dari akun media sosial yang lain. Unggahan dari pemilik akun *ana_ndjau* ini mendapat likes sejumlah 1024 dan 220 komentar.

Beberapa konteks pembicaraan yang tersebar di media sosial pada tanggal 29 Agustus 2018 ini di antaranya adalah terkait *toleransi, pancasila, hoax, gerakan, terorisme, politik, dan lain sebagainya*. Hal ini menunjukkan, penggunaan kata radikalisme pada tanggal tersebut tidak hanya dikaitkan dengan peristiwa pokok yang menjadi acuan (seperti Asian Games), tapi sudah melebar pada ranah politik dan ranah sosial lain.

Selain pada tanggal 29 Agustus, interaksi di media sosial yang menyebutkan kata “radikalisme” secara masif juga tampak pada 17 September 2018. Pada tanggal ini, tercatat kata “radikalisme” disebutkan sebanyak 172 kali. Dari jumlah tersebut, Twitter menjadi media yang paling banyak mencatatkan penyebutan kata “radikalisme”. Sebanyak 78 kali kata radikalisme disebutkan di Twitter. Jumlah tersebut merupakan 45,3% dari total 172 kali penyebutan radikalisme di media sosial. Sedangkan pada media sosial yang lain, radikalisme terdapat di Instagram sebanyak 52 (30,2%) dan Facebook sebanyak 42 kali (24,4%).



Diagram 3: Prosentase penyebutan “radikalisme” di Twitter, Instagram, dan Facebook pada tanggal 17 September 2018.

Sumber: Data yang diolah dari unggahan Facebook, Instagram, dan Twitter sepanjang Agustus-September 2018.

Penyebutan “radikalisme” memang tercatat lebih banyak di Twiter. Seperti pada fase sebelumnya (29 Agustus 2018) dimana radikalisme mendapat tanggapan/interaksi para pengguna media sosial yang banyak, pada 17 September 2018 ini juga interaksi di media sosial terhadap kata radikalisme ini cukup tinggi. Tercatat, terdapat 4095 interaksi di media sosial yang terdiri dari 325 kali *shares*, 367 *likes*, dan 103 komentar dari total 172 kali kata radikalisme disebut.



Gambar 2: Statistik penyebutan kata “radikalisme” di media sosial sepanjang 17 September 2018.

Sumber: Data yang diolah dari unggahan Facebook, Instagram, dan Twitter sepanjang Agustus-September 2018.

Beberapa topik yang diunggah pengguna media sosial masih tidak dapat dilepaskan dari sosio-politik, terutama terkait dengan Pemilu 2019. Akun Instagram *kaospresiden24* tercatat sebagai akun yang mencatatkan interaksi terbanyak di media sosial. Akun tersebut mengunggah editorial *Media Indonesia* yang ditayangkan oleh televisi swasta MetroTV. Bagi akun *kaospresiden24*, narasi yang dibawa oleh editorial tersebut terlalu menyudutkan aksi 212 yang telah dihelat pada 2017 untuk melengserkan Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) yang saat itu bertarung pada Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta sebagai Petahana.

Unggahan akun Instagram *kaospresiden24* tersebut telah dilihat 37.063 kali, mendapat likes sebanyak 2238 kali, dan dikomentari oleh 53 pengguna Instagram yang lain. Komentar pada unggahan tersebut juga bernada sama. Para netizen mengarahkan komentar pada MetroTV

secara sinis sejalan dengan caption yang dibuat oleh akun *kaospresiden24*. Beberapa komentar tampak seperti dari akun *mr.gengges* yang menyebut “*Sikat saja media yang gak jelas.*”, akun *meirara_shop* dengan komentar “*Untuk METRO tv kalau mau menyajikan berita untuk masyarakat apa adanya aja jangan dibuat-buat. Tapi kalau mau curhat sama surya paloh aja jangan sama masarakat, karena masarakat lebih PINTAR dari METRO tv.*”, dan akun *bink171169* dengan komentar “*Yah..... metromini di percaya. PERCAYALAH PADA ALLOH.*”.

Pada bagian lain, beberapa pengguna media sosial juga mengomentari peristiwa 212, HTI, dan tagar #2019gantipresiden secara berbeda. Akun Twitter @Airin_NZ mengunggah posting lewat Twitter yang berisi tentang ulasan beberapa kasus tentang Operasi Tangkap Tangan (OTT) KPK, pembubaran HTI, pengetatan terhadap proyek pembangunan yang dianggap tidak jelas. Unggahan akun@Airin_NZ di Twitter tersebut mendapat tanggapan sebanyak 648 favorit/*likes* (seperti *likes* di Instagram) dan diretweet (diunggah ulang pengguna akun

diskursus lanjutan pada masalah sosial yang kompleks.

Interaksi pengguna media sosial tentang “radikalisme” yang tercatat paling banyak di media sosial terjadi lagi pada tanggal 23 September dan 26 September 2018. Pada peristiwa 23 September, aksi *walk-out* (WO) Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dari deklarasi damai Pemilu Presiden 2019 mendapat sorotan dari pengguna media sosial. Aksi WO tersebut dikaitkan dengan organisasi HTI yang dianggap berkembang pesat pada jaman SBY.

Sedangkan interaksi tinggi terkait penyebutan kata “radikalisme” pada 26 September 2018 terjadi setelah lembaga Survei LSI menyebut bahwa aksi 212 yang dilakukan pada akhir 2017 merupakan pintu pembuka radikalisme di Indonesia satu tahun belakangan. Sebanyak 366 kali kata radikalisme disebutkan di media sosial. Dari total penyebutan tersebut, tercatat terjadi interaksi antar pengguna media sosial sebanyak 5344 kali. Interaksi tersebut terdiri dari 786 bentuk *share*, 4416 *likes*, dan 142 komentar atas unggahan dari pengguna media



Gambar 5: Konteks sosial penyebutan kata “radikalisme” di tiga media sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram) sepanjang 27 Agustus 2018 hingga 30 September 2018.

Sumber: Data yang diolah dari unggahan Facebook, Instagram, dan Twitter sepanjang Agustus-September 2018.

Twitter lain) sebanyak 296 kali. Selain itu, unggahan tersebut juga dikomentari oleh pengguna Twitter lain sebanyak 55 kali.

Akan tetapi, penyebutan kata “radikalisme” oleh akun @Airin_NZ ini kemudian tidak banyak mengarah pada perilaku dan fenomena radikal terkait agama. Radikalisme ditangkap oleh pengguna akun Twitter yang lain sebagai bagian dari politik dan korupsi. Meski banyak akun di media sosial yang terlindung di balik anonimitas, interaksi yang terbangun tidak sampai mempertanyakan kredibilitas akun asli atau anonim. Pesan yang diunggah dan mendapat tanggapan banyak dari pengguna media sosial lain ini menunjukkan bagaimana pesan di media sosial menjadi pemicu

sosial.

Wacana radikalisme di media sosial

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, penyebutan kata “radikalisme” di tiga media sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram) dalam kurun 27 Agustus 2018 hingga 30 September 2018 tercatat telah dibicarakan sebanyak 7729 kali. Total penyebutan tersebut mendapat perhatian dan jangkauan (*reach*) lebih dari 49,1 juta yang tersebar di tiga media sosial. Interaksi yang terbangun dari penyebutan kata “radikalisme” terjadi sebanyak 119.247 kali yang terdiri dari *share* (8081), *likes* (105381), dan komentar (5785). Thompson (2012, h. 169) menyebut, Facebook dan Twitter sesungguhnya

mendorong penggunaannya untuk terlibat dan saling mendukung dalam aksi politik. Hal ini disebabkan karena sifatnya yang terbuka dan membuat penggunaannya saling berbagai informasi untuk menguatkan pandangan politiknya secara spesifik.

Radikalisme dalam beberapa studi sebelumnya selalu dikaitkan dengan gerakan keagamaan, terutama dimulai dari gerakan *Liqo'* yang dilakukan secara terstruktur di beberapa masjid kampus (Qodir, 2014: 161-165). Beberapa istilah juga dihubungkan secara erat dengan radikalisme ini, seperti kata fundamentalisme, pan-Islamisme, dan terorisme (Hadiz, 2008).

Pada studi ini, media sosial menempatkan kata radikalisme dalam konteks yang sangat luas. Temuan ini sejalan dengan beberapa riset sebelumnya seperti Thompson (2012), Noh, M., Nurse, R. J., & Goldsmith, M. (2019), Wahid, A (2020). Tidak hanya konteks gerakan agama, konteks politik, kebangsaan, bahkan olahraga juga dikaitkan secara kuat dengan kata radikalisme. Berikut beberapa konteks sosial yang melatari penggunaan kata “radikalisme” di media sosial sepanjang akhir Agustus hingga September 2018:

Terorisme, Fundamentalisme, Radikal, dan Intoleransi

Radikalisme tidak dapat dilepaskan dari “terorisme”, “fundamentalisme”, dan “intoleransi”. Dalam konteks ini, penyebutan radikalisme erat kaitannya dengan konteks gerakan keagamaan dan politik yang sedang hangat di Indonesia. Meskipun pada data tidak dikaitkan dengan penggunaan yang ketat, beberapa topik yang dikaitkan dengan “radikalisme” tersebut menandakan, media sosial berhasil menjadi sarana yang menyederhanakan gagasan tentang radikalisme dan dihubungkan dengan konteks lain secara longgar. Tidak ada perdebatan esensial tentang apa dan bagaimana radikalisme dikaitkan dengan terorisme maupun kata lain. Peristiwa umum seperti Asian Games, dapat secara semena-mena dihubungkan dengan radikalisme melalui penggunaan tagar #radikalisme.

Jokowi, Pemerintah, dan Kerja nyata

Penyebutan “radikalisme” pada konteks ini dikaitkan dengan politik pemerintah yang sedang

berkuasa, yaitu Joko Widodo dan segala kebijakan yang diambil selama menjalankan pemerintahan sejak 2014-2018. Secara umum, sandingan kata “radikalisme” dengan pemerintahan digunakan secara berbeda. Akun yang memiliki posisi pro terhadap pemerintah menempatkan “radikalisme” secara positif harus diperangi karena dapat memecah persatuan bangsa. Sedangkan akun yang berposisi oposisi terhadap pemerintah melihat “radikalisme” justru digunakan secara politis oleh pemerintah untuk menyudutkan kelompok Islam yang berafiliasi dengan Gerakan #2019gantipresiden. Meski terlihat berbeda, kedua kelompok tersebut (baik pro dan oposisi) sama-sama menempatkan radikalisme sebagai bentuk tindakan yang salah. *Ganti Presiden dan Pemilu*

Kontestasi Pemilihan Umum (Pemilu) yang akan digelar pada 2019 juga menjadi latar politik penyebutan kata “radikalisme”. Penggunaan kata ini tidak lepas dari gerakan yang dimotori oleh Mardani Ali Serra, Petinggi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang mengusung tagar #2019gantipresiden. Pada peristiwa sepanjang Agustus-September 2018, terlihat penggunaan *hashtag* atau tagar tersebut memang digunakan sebagai upaya untuk menggunakan “radikalisme” dalam konteks politik.

Beberapa latar sosial di atas tidak berdiri sendiri. Pada masing-masing diskusi yang dilakukan, kerap kali penyebutan kata “radikalisme” digunakan secara bergantian. Dalam konteks sosio-politik, penyebutan “radikalisme” tidak hanya digunakan oleh kelompok yang mendukung Joko Widodo. Tapi, “radikalisme” juga digunakan oleh kelompok oposan yang menyuarakan tagar #2019gantipresiden dan cenderung menyerang pemerintah. Kerap kali, penggunaan kata dalam konteks yang berbeda dan bersamaan ini memunculkan tuduhan yang seringkali tanpa didasari data dari kedua belah pihak.

Media sosial memang menjadi perantara gagasan yang dapat dibaca sebagai perpanjangan kesadaran politik manusia; kesadaran manusia untuk mengkomunikasikan dunia sosialnya. Tapi, media sosial juga harus dipandang sebagai ruang yang cukup rumit. Seringkali, gagasan yang tersebar di media sosial sulit dilacak dan dibuktikan sebagai wujud kesadaran manusia yang dipresentasikan melalui user unik di media

sosial. Pada titik ini, media sosial merupakan ruang rumit yang tidak dapat digunakan sebagai acuan utama untuk membicarakan diskursus utuh, sebagaimana studi penggunaan kata “radikalisme” pada penelitian ini.

SIMPULAN

Radikalisme di media sosial Facebook, Twitter, dan Instagram disebutkan dalam bentuk unggahan konten dengan konteks berbeda. Interaksi yang terjadi di media sosial dapat diketahui melalui jumlah *likes*, *share*, dan komentar. Banyaknya interaksi ini menentukan keterjangkauan (*reach*) pada pengguna media sosial lain.

Penyebutan radikalisme di media sosial tidak hanya terkait dengan isu-isu agama. Beberapa isu lain yang dikaitkan dengan penyebutan radikalisme adalah tentang pemilu, politik, pemerintah, kriminalitas, dan isu sosial lain. Berbagai konteks pembicaraan radikalisme tersebut seringkali tidak mengacu pada peristiwa utama, tapi radikalisme dihubungkan dengan konteks lain yang tidak terkait sama sekali dengan peristiwa utama sebagai acuan. Hal ini menunjukkan bagaimana media sosial menjadi perantara diskursus “radikalisme” yang bias. Mediasi gagasan melalui media sosial memang berpusat pada *user* sebagai pengguna yang dapat membuat unggahan apapun. Pada titik ini, diskursus tentang “radikalisme” di media sosial tidak dapat dibaca begitu saja sebagai ekspresi wacana yang natural dari *user* sebagai perpanjangan manusia. Perlu kehati-hatian dalam memandang diskursus yang tersebar di media sosial. Media sosial sebagai medium perpanjangan komunikasi manusia, harus dipahami tidak hanya sebagai perpanjangan kesadaran manusia. Juga, sebagai ruang mediasi gagasan yang rumit karena seringkali tidak dapat dibedakan antara bot dan kesadaran manusia yang utuh. Dengan demikian, posisi media sosial tidak lantas ditempatkan sebagai perantara antar manusia. Bagaimanapun, studi ini belum sampai membedakan antara pengguna dan akun bot, buzzer, atau akun “ternakan”. Permasalahan ini dapat menjadi salah satu lokus yang dapat digali lagi melalui riset lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2016). Gerakan Radikalisme dalam Islam: Perspektif Historis. *Addin*, 10(1), pp.1-28.
- Asrori, A. (2015). Radikalisme di Indonesia: Antara historis dan antropisitas. *Kalam: Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam*. 9 (2): 253-268.
- Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT). n.d. Strategi menghadapi paham radikalisme terorisme – ISIS. URL <http://belmawa.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2016/12/Strategi-Menghadapi-Paham-Radikalisme-Terorisme.pdf>. Diakses tanggal 24 Juni 2017.
- Darmadji, A. (2011). Perilaku prososial vs kekerasan sosial: Sebuah tinjauan pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Islam El-Tarbawi*. 1 (4): 27-34.
- Damayanti, N. P., Thayibi, I., Gardhiani, L. A., & Limy, I. (2003). Radikalisme agama sebagai salah satu bentuk perilaku menyimpang: Studi kasus Front Pembela Islam. *Jurnal Kriminologi Indonesia*. 3 (1): 43-57.
- Darmadji, A. (2011). Perilaku Prososial vs Kekerasan Sosial: Sebuah Tinjauan Pendidikan Islam. *El-Tarbawi*, 4(1), p.59599.
- Eliraz, G. (2004). *Islam in Indonesia: Modernism, radicalism, and the Middle East dimension*. Brighton: Sussex Academic Press.
- Fuad, A. N. (2007). Interrelasi fundamentalisme dan orientasi ideologi gerakan Islam kontemporer. *ISLAMICA*. 2 (1): 16-26.
- Ganesh, B. and Bright, J. (2020). Countering Extremists on Social Media: Challenges for Strategic Communication and Content Moderation. *Policy & Internet*, 12(1), pp.6-19.
- Hadiz, V.R. (2008). Towards a Sociological Understanding of Islamic Radicalism in Indonesia. *J. Contemp. Asia* 38, 638–647. DOI:10.1080/00472330802311795
- Hilmy, M. (2015). Radikalisme agama dan politik demokrasi di Indonesia pasca-orde baru. *MIQOT*. XXXIX (2): 407-425.

- Human Right Watch. 2013.
- INFID. *Persepsi dan Sikap Generasi Muda terhadap Radikalisme dan Ekstrimisme Kekerasan*, Laporan Survey 6 Kota (Agustus-Oktober 2016)
- Jahroni. (2004). Modernisme dan Radikalisme Islam di Indonesia: Menafsirkan Warisan Muhammad Abduh dan Rashid Rida. *Studia Islamika*, 11 (3).
- Lembaga Ketahanan Nasional (2016). Pengaruh Idealisme Generasi Muda dan Berkembangnya Jaringan Terorisme Terhadap Ketahanan Nasional Indonesia, *Jurnal Kajian Lemhanas RI, Edisi 28* Desember 2016.
- Lestari, S. (2016). Anak-anak muda Indonesia makin radikal? - BBC Indonesia [WWW Document]. URL http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/02/160218_indonesia_radikalisme_anak_muda. Diakses tanggal 19 Juni 2017.
- Lovita, L. (2017). *Radikalisme Agama di Indonesia: Urgensi Negara Hadir dan Kebijakan Publik yang Efektif*. Jakarta: INFID
- Nouh, M., Nurse, R.J. and Goldsmith, M. (2019). Understanding the radical mind: Identifying signals to detect extremist content on twitter. In *2019 IEEE International Conference on Intelligence and Security Informatics (ISI)* (pp. 98-103). IEEE.Muthohirin, N. 2015. Radikalisme Islam dan pergerakannya di media sosial. *Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman Afkaruna*. 11 (2): 240-259. DOI 10.18196/AIJIS.2015.0050
- Qodir, Z. (2008). Gerakan Salafi Radikal dalam Konteks Islam Indonesia. *Islamica*, Vol. 3 No. 1, September 2008
- Qodir, Z. (2014). *Radikalisme Agama di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Pustaka Pelajar.
- Rokhmad, A. (2012). Radikalisme Islam dan upaya deradikalisasi paham radikal. *Walisongo*. 20 (1): 79-114.
- Setara Institute. (2012). Indeks Kinerja Penegakan HAM 2012. Laporan diunduh dari <http://setara-institute.org/index-kinerja-penegakan-ham-2012/>
- Stith, C.R. (2010). Radical Islam in East Africa. *Ann. Am. Acad. Pol. Soc. Sci.* 632, 55–66. DOI:10.1177/0002716210378676
- Thompson, R. (2011). Radicalization and the use of social media. *Journal of strategic security*, 4(4), pp.167-190.
- Van Bruinessen, M. ed. (2013). *Contemporary Developments in Indonesian Islam: Explaining the " Conservative Turn"*. Institute of Southeast Asian Studies.
- Wahid, A. (2020). Persepsi “Kafir” pada Muslim dan Non-Muslim: Konteks, Penggunaan, dan Komunikasi Partisipatif. *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 1(2), pp.79-92.
- Wahid Institute. (2016). *Year End Report of Religious Freedom in Indonesia*. published in the collaboration of The Wahid Institute and Canada