

## DISINFORMASI PEMBAKARAN BENDERA KALIMAT TAUHID

Cahya Suryani  
Cahyasuryani01@gmail.com  
Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO)

---

### Article Info

#### Keyword:

*Disinformation, Burning of the Tawhid flag, ideology*

### Abstract

*There was a burning of tauhid flag on 28 oct 2018 at kec limabngan garut. It was known as the flag of hti. This action became widely spread out through the video with many argumentation and opinion. Besides, there was false infirmation about flag burning. This study focused to give description text analysis, practical discourse analysis and socio cultural on this burning flag incident. The object of the study is the false information of tauhid flag burning. Data collection technique is documentation from turnbackhiix.id. Data analysis uses critical discourse analysis by fairclough. From the analysis, it can be concluded that there is a negative opinion construction toward muslim. Second, this negative framing has also a political situation at that time.*

*Copyright © 2020 Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.*

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini memberikan dampak positif yang paling terasa adalah jarak, dimana individu satu dengan individu lainnya dapat terhubung dengan mudah tanpa dibatasi ruang dan waktu. Selain jarak yang semakin dekat, perkembangan teknologi juga memberikan dampak negatif, salah satu dampak negatif adalah perkembangan disinformasi melalui media sosial. Seiring dengan perkembangan teknologi, juga di ikuti dengan berkembangnya media sosial. Media sosial menjadi salah satu sarana untuk berkomunikasi, berinteraksi dan berbagi informasi antar individu. Informasi yang dibagikan melalui media sosial dapat berupa informasi fakta dan bersifat benar namun juga dapat berupa informasi tidak benar atau informasi bohong. Informasi tidak benar yang tersebar dapat berupa disinformasi, misinformasi dan mal-informasi (Ireton dan Posseti,2018). Menurut Allcot dan Gentzkow (2017) ketika seseorang terkontaminasi berita hoax, individu tersebut akan dengan mudahnya percaya pada kebenaran informasi tertentu, dan salah satu konsekuensi dari kepercayaan itu adalah

mudah berbagi, sehingga dapat memunculkan konflik tertentu akibat kurangnya verifikasi dan rendahnya tingkat pengecekan fakta.

Individu yang memiliki akun media sosial memiliki dua pilihan yaitu menyebarkan berita dengan mudahnya turut menyebarkan disinformasi, hanya dengan cara memilih fitur bagikan. Sekarang ini, hampir seluruh negara di dunia menjadikan disinformasi sebagai masalah utama yang harus di selesaikan. Menurut Rubin dalam falis (2014) disinformasi adalah informasi yang dibuat secara sengaja lalu disebarakan melalui media sosial atau media lainnya. Disinformasi adalah informasi yang sengaja dibuat dan disebarakan melalui media sosial atau media lainnya. Bentuk-bentuk disinformasi tidak selalu berupa tulisan, namun juga dapat berupa editan gambar, ataupun video, dimana ciri khusus dari disinformasi adalah adanya opini yang di ikutsertakan dalam fakta.

Disinformasi berkaitan erat dengan literasi media yang dimiliki oleh setiap individu. Literasi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi,memahami, menafsirkan, membuat bahan cetak tertulis (Unesco,

#### Corresponding Author:

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO)  
Jl. HR. Rasuna Said Kawasan Epicentrum Utama Mall Epicentrumwalk – Office Suite A529 Kuningan, Jakarta Selatan 12940  
Indonesia  
Email: Cahyasuryani01@gmail.com

2017). Hal ini sesuai dengan pendapat Aufderhaide (1992) literasi merupakan sebuah kemampuan untuk mengevaluasi dan mengkomunikasikan berbagai bentuk pesan. Seseorang yang memiliki tingkat literasi yang rendah akan mudah percaya pada berita palsu. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Gumilar, Adiprasetyo dan Maharani (2014) yang mengatakan bahwa jalan utama untuk mengantisipasi hoax adalah membangun kompetensi publik melalui literasi media untuk menghadapi luapan banjir informasi. Disinformasi yang tersebar melalui media online memberikan dampak negatif bagi kehidupan, dimana salah satu dampaknya adalah semakin intoleransinya.

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) merupakan sebuah komunitas yang konsen pada disinformasi. Berdasarkan data mapping yang dilakukan oleh MAFINDO jumlah disinformasi yang berhasil di *debunk* dalam website Turnbackhoax.id selama tahun 2018 sebanyak 997 disinformasi, dimana pada bulan oktober merupakan bulan terbanyak dalam persebaran berita disinformasi yaitu 111 berita dengan 11 kategori topik yang berhasil diklasifikasi. Sedangkan pada bulan-bulan lainnya jumlah disinformasi yang berhasil di *debunk* hanya sekitar 60-100an disinformasi.

Kategori topik disinformasi pada tahun 2018 yang berhasil di *debunk* adalah topik agama, topik politik, etnis, bisnis, penipuan, kesehatan, bencana alam, kriminalitas, lalulintas, fenomena dan lain-lain. Pada bulan oktober 2018 dominasi persebaran disinformasi di dominasi oleh disinformasi politik dan agama. Salah satu tema disinformasi yang beredar pada bulan oktober adalah disinformasi mengenai pembakaran bendera dengan lambang tauhid pada hari santri nasional. Dimana pada tanggal 22 oktober setiap tahunnya terdapat perayaan hari santri. Tahun 2018 perayaan hari santri juga dilaksanakan namun bedanya pada tahun ini juga terjadi sebuah insiden yang cukup mengganggu yaitu peristiwa pembakaran bendera dengan lambang Tauhid di Garut.

Pemberitaan mengenai terjadinya pembakaran bendera ini berkembang dengan sangat pesat baik melalui media konvensional maupun media online. Reaksi yang berkembang di masyarakat pun beragam mulai dari pembelaan maupun hujatan. Hujatan dan ujaran

kebencian yang terjadi saat peristiwa pembakaran bendera tersebut dapat terlihat jelas pada postingan-postingan media sosial. Hujatan tersebut mengarah pada propaganda memecah belah persatuan bangsa Indonesia. Salah satu penyebab terjadinya propaganda di masyarakat adalah berkembangnya berita disinformasi atau berita bohong mengenai peristiwa tersebut.

Penelitian ini berfokus pada disinformasi pembakaran bendera tauhid yang terjadi pada oktober 2018, dimana data disinformasi tersebut diperoleh dari hasil *debunk* yang dilakukan oleh tim fact checker MAFINDO. Data yang digunakan dari data pemetaan dan analisis yang terdapat pada website Turnbackhoax.id. Website ini merupakan kepemilikan dari Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO). Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi dan meminimalkan tipuan informasi di kalangan masyarakat. Secara khusus penelitian ini mengidentifikasi disinformasi pembakaran bendera Tauhid yang beredar di media sosial yang berhasil di periksa fakta oleh MAFINDO. Salah satu dampak disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid adalah masyarakat tidak percaya pada pemerintah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis dengan perspektif Fairclough. Perspektif Fairclough (2001) ada tiga dimensi kerangka kerja CDA yaitu (1) analisis teks (2) analisis praktik diskursif dan (3) analisis sosio-kultural. Analisis teks di fokuskan pada narasi disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid, representasi dalam penelitian ini mengacu pada hasil pengkodean (encoding) pengalaman manusia tentang dunia dengan menggunakan bahasa. Analisis praktik diskursif mengarah pada proses produksi, konsumsi dan distribusi teks, dimana proses ini akan berbeda tergantung dari faktor sosial yang melingkupinya. Analisis sosio-kultural yaitu mengidentifikasi praktik kekuasaan yang tersembunyi dalam teks yang muncul dalam teori ideologi dan hegemoni.

Objek penelitian ini mengenai disinformasi pembakaran bendera dengan lambang Tauhid yang beredar selama tahun 2018. Disinformasi yang dimaksud di-

dokumentasikan dari data disinformasi yang di debunk oleh tim fact checker MAFINDO yang di publish pada website <https://turnbackhoax.id> 2018. Dimana data tersebut merupakan pertanyaan atau aduan masyarakat pada akun facebook Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax (FAFHH) which are (<https://www.facebook.com/groups/fafhh/account>).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data disinformasi yang digunakan dalam penelitian ini mengenai topik disinformasi yang berkaitan dengan pembakaran bendera dengan lambang tauhid pada tanggal 22 oktober 2018. Dari data yang dikumpulkan dan berhasil di debunk oleh tim Fact checkers maka dapat dituliskan sesuai tabel 1 di bawah ini.

Tanggal	Judul
22 oktober 2018	Pernyataan GP Ansor terkait Banser NU Garut yang membakar bendera tauhid bertuliskan Laa illaha illah Muhamad rasullullah
24 oktober 2018	Bendera Tauhid di bakar Indonesia, erdogan menangis lalu berpesan ini
26 oktober 2018	Dimarkas PBB Cuma bendera Saudi yang tidak pernah turun setengah tiang
27 oktober 2018	Pernyataan timses Prabowo- Sandiaga terkait Prabowo bersama HTI di twitter
8 Novem ber 2018	Protes muslim Rusia atas pembakaran bendera Tauhid
6 Desemb er 2018	10 juta massa PBNU dan GP Ansor akan mengepung kedubes Arab Saudi

Tabel 1 . Data disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid

Tabel 1 merupakan data berisikan tanggal dan judul yang berkaitan langsung dengan topik pembakaran bendera kalimat Tauhid, dimana disinformasi ini di sebarakan melalui media sosial seperti facebook dan twitter. Hasil penelitian ini menganalisis disinformasi menggunakan analisis wacana kritis dari fairclough. Alasan penelitian ini menggunakan pendekatan fairclough karena pendekatan ini menyatukan tiga dimensi yaitu teks yang terdiri dari representasi, relasi dan identitas, dimensi kedua praktik diskursif meliputi produksi

teks, penyebaran teks dan konsumsi teks dan dimensi ketiga praksis sosial yang terdiri dari situasional, instiusional dan sosial ( Haryatmoko, 2016).

Disinformasi dengan topik pembakaran bendera lambang Tauhid menyebar dengan sangat cepat melalui media sosial baik melalui platform facebook, twitter maupun youtube. Bahasa yang digunakan dalam rangkaian berita disinformasi ini menggunakan kalimat ujaran kebencian dan ajakan berbau politis atau dapat dikatakan menggunakan kalimat propaganda. Disinformasi dengan topik ini pun tidak hanya beredar pada bulan oktober namun juga beberapa bulan sesudahnya. Hal ini terlihat pada tabel 1, pada bulan november dan desember pun masih ramai peredaran berita disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid.

Analisis wacana kritis memandang teks tidak dapat terlepas dari konteks teks tersebut diciptakan. Dalam merekonstruksi berita disinformasi dalam pembakaran bendera lambang Tauhid menggunakan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough. Adapun penjelasan dari analisis tersebut adalah sebagai berikut.

### 1. Analisis Teks (Mikro)

Fairclough dalam Eriyanto (2001) mengatakan bahwa teks digunakan sebagai bentuk representasi sesuatu yang mengandung ideologi tertentu sehingga teks dibongkar secara linguistik karena ingin melihat bagaimana sesuatu realitas itu ditampilkan, dimana teks tersebut bisa jadi mengandung ideologi tertentu. Dalam analisis teks ini meliputi tiga elemen dasar yaitu representasi relasi dan identitas

### Representasi Disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid

Representasi dalam wacana ini berfokus pada teks disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid. Menurut teori ini teks merupakan bentuk representasi sesuatu yang mengandung ideologi tertentu. Hasil dari analisis keenam berita disinformasi pembakaran bendera Tauhid peneliti menemukan wacana berbau isu politik yang direpresentasikan dalam teks dengan menyertakan isu sensitif agama. Wacana dalam narasi berita disinformasi dengan topik pembakaran bendera lambang tauhid ini menggambarkan peristiwa pema-

karan bendera yang dilakukan oleh Banser NU dengan narasi teks yang mengarah pada perlakuan diskriminasi yang diterima oleh Umat Muslim yang dikaitkan langsung dengan isu pergantian presiden. Mulai dari isu sikap pemerintah yang tidak membela umat islam, lalu isu pemerintah yang tidak peduli terhadap insiden pembakaran bendera tersebut, namun negara Rusia yang bukan negara muslim malah bereaksi dan membela. Aspek kebahasaan, disinformasi pembakaran bendera kalimat tauhid menggunakan kalimat sindiran.

Alat yang digunakan untuk merepresentasikan disinformasi pembakaran bendera dengan lambang tauhid tersebut yaitu melalui diksi, potongan video dan editan foto beserta narasi. Diksi yang dimaksud disini adalah penggunaan kalimat ketidakadilan yang dirasakan umat islam karena bendera lambang tauhid di bakar oleh Tim banser. Alat kedua adalah penggunaan foto pemimpin sebuah negara Islam yang memiliki citra positif di mata masyarakat Islam yaitu foto presiden Turki Erdogan menangis yang di tambah narasi tangisan Erdogan karena kecewa Bendera Tauhid di bakar. Selain itu disinformasi dengan topik pembakaran bendera lambang tauhid ini juga menggunakan potongan video dengan penggunaan bahasa Asing, lebih tepatnya potongan kalimat bahasa Rusia, dimana arti dari kalimat Bahasa Rusia tersebut di artikan sebagai bentuk kemarahan pemuda Rusia atas insiden pembakaran bendera ini.

Selain penjabaran representasi di atas, bendera yang di bakar bukan panji rasullullah melainkan milik bendera ormas yang sudah di bubarkan yaitu Hizbut Tahrir Indonesia (HTI). Bendera lambang milik Rasullullah di kenal dengan liwa dan Rayah. Liwa adalah bendera negara berwarna putih, bertuliskan tauhid hitam, sedangkan rayah adalah panji bendera dengan ukuran lebih kecil, berwarna hitam dengan tulisan putih digunakan saat berperang. Nardirsyah Hosen berpendapat bahwa bendera HTI dan ISIS bukanlah bendera Islam, dan saat ini bukanlah zaman perang. Nur (2019) mengatakan bahwa peristiwa pembakaran bendera HTI bertuliskan kalimat tauhid pada tanggal 22 oktober 2018 membuktikan bahwa ada propaganda politik kebangsaan yang akan mencederai dan merusak akar dan ideologi bangsa Indonesia. HTI mengusung ideologi khilafah. Hal ini jelas terlihat dalam insiden

pembakaran bendera lambang tauhid, dimana bendera yang di bakar adalah bendera milik HTI sebagai bentuk ideologi Khilafah.

Berdasarkan analisis ada indikasi dari narasi yang di gunakan dalam disinformasi mengarah pada propaganda dari ideologi HTI. Hal ini berdasarkan dari narasi yang dituliskan dalam postingan disinformasi yang menyamakan kondisi masyarakat Indonesia saat ini dengan kondisi masyarakat sebelum Muhammad SAW di utus sebagai Rasul, sehingga mereka ingin meniru keberhasilan Rasullullah dalam memerintah yaitu dengan merobak sistem yang ada di dalamnya dan menggantinya dengan darul Islam.

### **Relasi**

Wacana dalam disinformasi bertopik pembakaran bendera lambang tauhid menggambarkan isu politik pergantian presiden yang berhubungan langsung dengan pemilihan umum pada bulan April 2019. Dimana pada berita disinformasi ini menggambarkan bahwa pemerintah tidak memberikan perhatian khusus pada umat Islam yaitu dengan adanya organisasi massa yang melakukan pembakaran bendera lambang tauhid tersebut. Selain itu wacana yang digunakan dalam narasi dan postingan disinformasi ini menggunakan aspek emosional masyarakat yaitu dengan menggunakan kalimat yang mengarah pada keyakinan yang di anut sebagian besar masyarakat Indonesia. Salah satu contoh kalimatnya adalah “Ya Allah... itu bendera Tauhid kami Umat Islam mati di selimuti kalimat itu kenapa dibakar?” Wacana dalam narasi disinformasi juga mengarah pada pilihan politik, beberapa kalimat yang digunakan menunjukkan rasa tidak suka pada presiden dan menginginkan pergantian presiden.

### **Identitas**

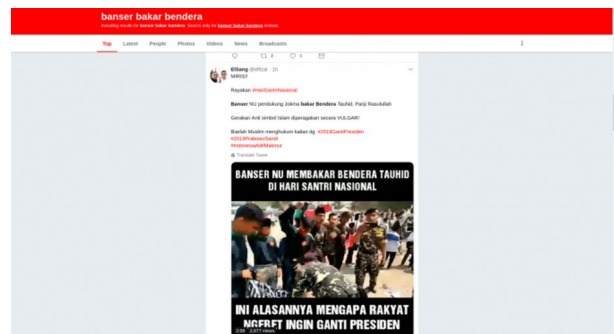
Hasil analisis dari enam disinformasi yang berhasil di debunk oleh tim fact checker menunjukkan bahwa terdapat indikasi sebuah organisasi yang tidak terima bendera lambang organisasinya di bakar yaitu HTI, dimana sudah jelas bahwa bendera yang dibakar bukan panji Rasullullah namun merupakan bendera HTI. Hal ini sesuai dengan pengakuan dari oknum yang membawa bendera dan mengibarkannya di hari santri Nasional pada tanggal 22 oktober 2019, pengakuan tersebut di muat dalam situs online <https://beritagar.id/>

artikel/berita/kesimpangsiuran-bendera-hti . Hizbut Tahrir Indonesia merupakan partai politik yang berideologi Islam yang didirikan oleh Taqiyuddin An-Nabhani di Yordania.

## 2. Analisis Praktik produksi Teks

Analisis praktik produksi teks memberikan perhatian pada bagaimana produksi dan konsumsi sebuah teks. Dimensi kedua dalam metode analisis Fairclough adalah analisis praktik produksi teks, dimana dalam dimensi ini memiliki tiga aspek yang dapat ditinjau, yaitu aspek produksi teks yaitu dengan cara melakukan wawancara mendalam pada pembuat teks dalam penelitian ini berarti mewawancarai pembuat disinformasi. Namun peneliti tidak dapat melakukan aspek pertama karena peneliti kesulitan untuk menemukan siapa sosok yang pertama kali membuat disinformasi ini. Aspek kedua adalah penyebaran teks dan aspek ketiga adalah konsumsi teks.

Aspek penyebaran teks dalam konteks disinformasi pembakaran bendera lambang Tauhid dilakukan melalui media sosial baik melalui platform facebook, twitter dan youtube. Berdasarkan hasil data dari turnbackhoax.id maka terlihat jelas bahwa pada hari insiden pembakaran bendera saat itu juga disinformasi yang bertema itu beredar. Pada tanggal 22 oktober 2018 beredar potongan video pembakaran bendera yang ditambahkan dengan narasi disinformasi dengan judul Ya Allah... itu bendera tauhid, kami umat Islam mati di selimuti kalimat itu, kenapa di bakar? Potongan video tersebut viral di youtube lalu juga dibagikan melalui platform facebook dengan menggunakan alat foto yang berisikan narasi "Banser NU membakar bendera Tauhid di hari Santri Nasional, ini alasannya mengapa rakyat ngebet ingin ganti presiden. Untuk postingan berita disinformasinya dapat diakses pada laman <https://turnbackhoax.id/2018/10/22/benar-pernyataan-gp-ansor-terkait-banser-nu-garut-yang-membakar-bendera-tauhid-bertuliskan-la-ilaha-illa-allah-muhammad-rasulullah/>



Gambar 1

Tanggal 24 oktober 2018 juga beredar disinformasi dengan topik pembakaran bendera, namun disinformasi kali ini disebarkan melalui salah satu akun facebook dengan menggunakan alat berupa editan foto sosok presiden Turki yang sedang digandrungi oleh masyarakat Indonesia dan ditambahkan narasi cuplikan berita dari salah satu situs berita online. Disinformasi yang beredar pada tanggal ini dengan menggunakan editan foto Presiden Erdogan telah dibagikan sebanyak 5258 kali melalui akun facebook. Hal ini sesuai dengan tangkapan layar dalam situs <https://turnbackhoax.id/2018/10/24/salah-bendera-tauhid-dibakar-di-indonesia-erdogan-menangis-lalu-berpesan-seperti-ini/>. Untuk lebih jelasnya postingan disinformasi dapat dilihat pada gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2

Postingan disinformasi ketiga mengenai topik pembakaran bendera lambang Tauhid terjadi pada tanggal 26 oktober 2018. Persebaran disinformasi ini masih menggunakan akun facebook, dan dengan alat foto asli dan menggunakan kalimat mengarah pada keyakinan

beragama. “Di markas PBB Cuma bendera Saudi yang tidak pernah turun setengah tiang.. karena adanya kalimat Tauhid di bendera tsb. Disini bendera bertuliskan kalimat Tauhid malah di bakar. Allohul musta’an”. postingan disinformasinya dapat dilihat pada laman berikut ini <https://turnbackhoax.id/2018/10/26/salah-di-markas-pbb-cuma-bendera-saudi-yg-tidak-pernah-turun-setengah-tiang/>



Gambar 3

Disinformasi keempat berhasil di debunk pada tanggal 27 oktober 2018. Disinformasi kali ini menggunakan alat berupa gambar dan tambahan narasi yang menyerang salah satu calon presiden yang akan bertarung dalam konstetasi politik April 2019. Disinformasi kali ini beredar melalui platform twitter dengan tagar #PrabowobersamaHTI. Tagar di gaungkan warga-net ditengah poleik pembakaran bendera bertuliskan kalimat Tauhid yang di bakar oleh Banser NU. Disinformasi ini langsung di klarifikasi oleh Juru Bicara Badan Pemenangan Nasional (BPN) Prabowo Subianto -Sandiaga Uno, dimana Siane Indriyani menegaskan pihaknya tidak menginisiasi tagar #PrabowoBersamaHTI yang kini tengah ramai di Twitter. Sumber postingan disinformasi dapat di akses pada laman berikut <https://turnbackhoax.id/2018/10/27/benar-pernyataan-timses-prabowo-sandiaga-terkait-prabowobersamahti-di-twitter/>



Gambar 4

Disinformasi ke lima beredar masih beredar beberapa minggu setelah insiden pembakaran bendera kalimat tauhid. Tanggal 8 november 2018 . disinformasi kali ini menggunakan ranah simpatik dari pemuda di negara yang mayoritas penduduknya bukan muslim. Untuk disinformasi yang berhasil di debunk pada tanggal ini persebaran disinformasinya melalui saluran facebook dan twitter. Alat yang digunakan rekaman video berbahasa Rusia, potongan gambar dan tambahan narasi. <https://turnbackhoax.id/2018/11/08/salah-protas-muslim-rusia-atas-pembakaran-bendera-tauhid/>



Gambar 5



Gambar 6



Gambar 7

Disinformasi keenam mengenai topik pembakaran bendera kalimat Tauhid berhasil di debunk pada tanggal 6 desember 2018. Disinformasi ini berkembang sebagai respon dari cuitan dubes Arab

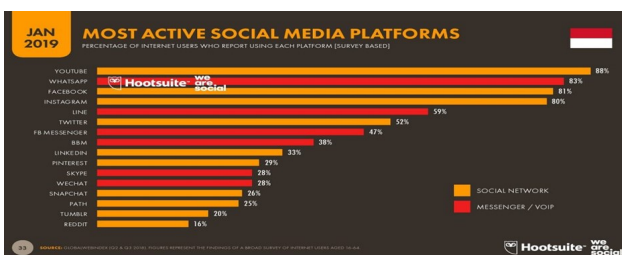


Saudi mengenai tanggapan terhadap pembakaran bendera tersebut. Persebaran disinformasi ini melalui media sosial facebook, dan postingan disinformasinya dapat dilihat pada situs <https://turnbackhoax.id/2018/12/06/salah-10-juta-massa-pbnu-gp-ansor-akan-mengepung-kedubes-arab-saudi/>



Gambar 8

Berdasarkan pemaparan dari keenam disinformasi dengan topik pembakaran bendera kalimat tauhid yang beredar maka ditemukan bahwa persebaran disinformasi tersebut menggunakan media sosial facebook, twitter dan youtube. Hasil riset dari we are social menemukan bahwa tiga media sosial yang dominan di akses oleh pengguna media sosial di indonesia adalah youtube, facebook dan instagram. Twitter merupakan media sosial peringkat empat yang dominan di akses. Pengguna internet di Indonesia sebagian besar rata-rata mengakses media sosial sebanyak delapan jam 36 menit selama satu hari, hal ini berdasarkan laporan riset dari we are social tahun 2019. Apabila di tinjau dari ini maka sangat wajar pengguna media sosial yang memiliki literasi tidak memadai untuk terkena dampak dari disinformasi.



Gambar 9 Sumber : We Are Social

Aspek ketiga adalah aspek konsumsi. Dimana pada penyebaran disinformasi ini menyasar masyarakat Indonesia yang memiliki literasi digital yang kurang memadai, konsumen disinformasi merupakan pengguna media sosial media sosial yang kurang teliti dalam melihat sebuah postingan, umumnya masyarakat yang memiliki rasa tidak suka pada pemerintah Indonesia yang sedang memimpin, hal ini ditandai dengan

komentar-komentar yang dituliskan dalam postingan disinformasi tersebut. Selain itu pengguna media sosial yang menjadi korban dari disinformasi ini umumnya mudah kaget dengan hanya membaca judul berita yang terlalu bagus, atau terlalu ekstri sehingga membuat keinginan dalam diri mereka untuk segera membagikan postingan tersebut.

### 3. Analisis Praktik Sosial Budaya

Dimensi ketiga dari analisis wacana kritis metode Fairclough adalah analisis praktik sosial budaya, Aspek situasional berkaitan erat dengan fenomena situasi dan waktu saat terjadinya pemberitaan. Saat disinformasi mengenai pembakaran bendera kalimat tauhid beredar masyarakat Indonesia sedang dalam persiapan menyambut pesta demokrasi 2019. Kilas balik fenomena tersebutnya berita disinformasi saat pemilihan umum tahun 2014 dimana saat itu banyak beredar berita bohong yang menggunakan identitas agama sebagai salah satu topik disinformasi. Hal ini terus berlanjut sampai saat ini, dimana disinformasi mengenai postingan politik bertopik agama masih marak. Dampak dari disinformasi yang terjadi terus menerus adalah lunturnya toleransi umat beragama, penganut agama satu akan mengklaim agamanya benar. Selain itu juga masyarakat cenderung mudah percaya pada postingan di situs online baik melalui media sosial ataupun situs pemberitaan online yang belum tentu berita yang di tuliskan benar adanya.

Berdasarkan dari analisis disinformasi mengenai pembakaran bendera kalimat tauhid maka terlihat jelas bahwa sasaran dari postingan ini adalah pemerintah dan presiden Indonesia yang diragukan keislamannya oleh sebagian masyarakat. Hal ini terlihat jelas dalam komentar-komentar maupun narasi tambahan yang disertakan dalam postingan disinformasi tersebut. Organisasi Islam NU yang memberikan dukungan pada pemerintah pun menjadi target sasaran dari pemberitaan disinformasi ini. Namun bukan berarti disinformasi mengenai pembakaran bendera kalimat tauhid ini hanya menyerang pemerintah maupun presiden, akan tetapi juga menyerang calon presiden kubu lawannya, sehingga tidak dapat disimpulkan pihak pendukung salah satu capres sebagai pembuat hoaks. Hasil penelitian ini berkaitan langsung dengan teori propa-

ganda.

Disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid termasuk dalam propaganda. Propaganda menurut Lasswell adalah sebuah teknik untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasi representasinya. Sedangkan Casey mengemukakan bahwa propaganda adalah usaha untuk menetapkan suatu sikap dan pendapat yang berkaitan dengan suatu doktrin atau program.

Liliweri (2017) mengatakan bahwa propaganda memiliki tiga tujuan yaitu :

- a. Mempengaruhi opini publik, dimana salah satu tujuan propaganda adalah mengubah pandangan umum tentang sesuatu yang akan diikuti tindakan yang sesuai dengan pendapat tersebut, karena propaganda tidak hanya mengkomunikasikan informasi fakta atau kebenaran saja. Sehingga propaganda dapat memberikan perubahan pendapat baik secara positif maupun negatif.
- b. Memanipulasi emosi, propaganda dapat dilakukan dengan cara negatif dengan tujuan yang manipulatif. Dimana target khalayak dapat dimanipulasi emosinya dari rasa suka menjadi tidak suka, dari rasa biasa menjadi benci maupun sebaliknya.
- c. Tujuan ketiga dari propaganda adalah untuk menggalang dukungan atau penolakan, tujuan utama dari propaganda adalah mengubah sikap dan perilaku target khalayak untuk mendukung atau menolak suatu pesan yang disampaikan. Dengan kata lain, propaganda dapat mengubah suatu posisi, sikap bahkan perilaku individu terhadap individu lainnya.

Perubahan pandangan, perilaku dan sikap publik terhadap sebuah isu menjadi tujuan utama dari propaganda. Berdasarkan hasil penelitian terhadap Disinformasi pembakaran bendera kalimat tauhid yang beredar pada bulan oktober- desember 2018 dapat dikategorikan sebagai propaganda. Dimana, dari hasil penelitian terlihat jelas bahwa teks maupun narasi yang beredar bersamaan dengan disinformasi kalimat tauhid mengarah pada pemerintah dan presiden Indonesia yang tidak suka pada agama Islam yaitu dengan menggunakan citra negatif pemerintah yang tidak peduli dengan insiden pembakaran bendera dibandingkan

dengan negara Rusia yang bukan negara dengan masyarakat mayoritas beragama Islam.

Ruslan (2010) memberikan definisi citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Citra dapat berupa tanggapan positif maupun negatif. Citra dapat berbentuk dukungan, ikut serta dan tindakan positif lainnya yang selaras dengan sebuah objek, namun citra juga dapat berbentuk penolakan, kebencian ataupun bentuk negatif lainnya. Citra akan selalu melekat pada individu, dimana individu dapat memiliki citra positif ataupun negatif tergantung dari proses pembentukan citra itu sendiri.

Jefkins (2003) membagi citra menjadi enam (6) bentuk yaitu :

- 1) Mirror image atau citra bayangan, dimana sebuah penggambaran citra yang diyakini dan di anggap benar oleh perusahaan atau pimpinan dalam suatu perusahaan namun pandangan diluar belum tentu selamanya baik. Ketika sebuah perusahaan atau individu memiliki keinginan bahwa citra yang dibangun positif namun pandangan diluar melihat hal yang berbeda dalam artian antara keinginan memiliki citra dengan realita berbeda;
- 2) Citra kini berkaitan dengan pengalaman yang dimiliki individu terhadap suatu objek, dimana pengalaman itu disampaikan atau diceritakan kepada orang lain;
- 3) Citra keinginan yaitu citra harapan dari individu atau instansi yang diterima dan dimaknai dengan baik oleh publiknya;
- 4) Citra perusahaan adalah upaya perusahaan untuk citra yang baik di mata publik;
- 5) Citra serba aneka merupakan citra pelengkap dan terakhir
- 6) Citra penampilan yaitu citra yang ditujukan pada publik yang berkaitan dengan kinerja atau penampilan diri dari individu atau organisasi.

Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Berdasarkan data dari situs <https://www.indonesia.go.id/profil/agama> jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam sebanyak 87,2% dari



total penduduk Indonesia. Teks- teks dan gambar dalam disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid menggiring opini masyarakat untuk mempertanyakan keberpihakan pemerintah terhadap penduduk beragama Islam dan juga menggiring opini masyarakat untuk tidak mempercayai pemerintah karena tidak membela bendera kalimat tauhid yang di bakar dalam acara tahunan hari santri. Penggiringan opini ini dilakukan dengan membuat citra negatif pemerintah melalui narasi seperti pada disinformasi pada tanggal 22 oktober 2018 “Banser NU membakar bendera Tauhid di hari Santri Nasional, ini alasannya mengapa rakyat ngebet ingin ganti presiden”.

Narasi yang digunakan membentuk citra negatif pemerintah yaitu dengan menggunakan kalimat “rayakan #harisantrinasional Banser NU pendukung jokowi bakar bendera Tauhid Panji Rasullullah” . citra negatif yang dihasilkan mempunyai tujuan akhir yaitu propaganda publik. Dimana propaganda ini dimaksudkan untuk membentuk sikap dan perilaku antipati terhadap pemerintah. Sesuai dengan pendapat dari Casey yang mengatakan propaganda adalah usaha untuk menetapkan suatu sikap dan pendapat yang berkaitan dengan suatu doktrin atau program. Dalam konteks disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid doktrin atau program yang dituju adalah mengganti presiden Jokowi karena membiarkan bendera panji Rasullullah di bakar oleh Banser NU. Berdasarkan analisis terhadap teks-teks disinformasi pembakaran bendera kalimat tauhid, penelitian ini melihat adanya upaya menggiring opini masyarakat untuk tidak mempercayai pemerintah, Presiden Jokowi sebagai simbol dari pemerintahan.

Representasi pemerintah yang gagal dikonstruksi oleh citra pemerintah yang tidak membela Islam. Sebaliknya pemerintahan yang berhasil di representasikan dengan citra pemerintahan yang membela Islam. Citra yang dimaksud dalam hasil penelitian adalah citra sebagai cermin dari realitas (Baudrillard, 1983), menurut Baudrillard terdapat empat (4) fase citra atau image yaitu 1) citra sebagai cermin dari realitas atau sebagai representasi; 2) citra menjadi topeng dan penyesar dari realitas; 3) citra menyembunyikan ketiadaan realitas; dan 4) citra tidak ada kaitan sama sekali

dengan realitas.

Disinformasi pembakaran bendera kalimat tauhid yang menggunakan gambar presiden Erdogan sedang menangis membuat citra negatif pada pemerintahan presiden Jokowi. Disinformasi yang berhasil didebunk pada tanggal 24 oktober 2018 ini juga menyertakan tambahan narasi “Presiden Erdogan pun angkat bicara, terkutuklah yang melakukannya” . disinformasi ini menggiring opini masyarakat bahwa Presiden Erdogan adalah sosok pemimpin pemerintahan yang mempunyai citra positif, dimana beliau ikut bersuara terhadap kasus pembakaran bendera, sedangkan Presiden Indonesia saat ini di citrakan sebagai pemimpin yang tidak peduli dengan Islam.

Hasil temuan ketiga dari penelitian ini adalah ideologi HTI (Hizbut Tahrir Indonesia) yang terdapat dalam disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid. Berdasarkan pengakuan dari oknum yang membawa bendera, bendera yang dibawa kemudian dibakar oleh Banser NU adalah bendera milik HTI bukan Panji Rasullullah. Merujuk pada Ad/ART HTI, HTI memiliki simbol bendera tauhid dengan warna hitam dan putih. Bendera dengan tulisan Tauhid yang berlatar belakang hitam identik dengan simbol HTI. HTI merupakan sebuah organisasi yang telah dilarang keberadaannya oleh pemerintah Indonesia. Berdasarkan Perppu nomor 2 tahun 2017 tentang organisasi masyarakat, isinya mengatakan bahwa organisasi HTI dinyatakan sebagai organisasi terlarang dan HTI dibubarkan atas dasar pemerintah memiliki bukti bahwa organisasi HTI hendak mengubah Pancasila.

Pemilihan umum tahun 2019 merupakan sebuah momen istimewa bagi masyarakat Indonesia karena pemilihan presiden akan berlangsung bersamaan dengan pemilihan anggota legislatif. Situasi politik Indonesia saat ini sangat luar biasa, dinamika politik terjadi antara aktor politik maupun akar rumput. Dinamika yang berkembang mengenai kandidat-kandidat yang akan bertarung pada pemilihan umum tersebut. Pada pemilihan presiden dan wakil presiden 2019 isu agama menjadi salah satu isu yang membentuk polarisasi pada masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat yang mengakses media sosial. Polarisasi politik terjadi sejak pemilihan presiden Indonesia tahun 2014, dimana

polarisasi ini membuat perpecahan atas ideologi yang dipilih oleh masyarakat. Perpecahan ini teras jelas saat melihat putusannya hubungan pertemanan karena perbedaan pilihan politik. Menjelang pemilihan presiden 2019 polarisasi politik semakin terlihat dan menguat baik dalam interaksi di dunia sosial nyata maupun interaksi di dunia maya melalui media sosial.

Dampak dari persebaran disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid adalah polarisasi politik, dimana polarisasi ini dapat terjadi karena adanya propaganda. Presiden petahanan menggandeng KH. Maruf Amin sebagai calon wakil presiden untuk pemilu 2019. KH. Maaruf Amin merupakan tokoh NU, dimana oknum yang membakar bendera kalimat Tauhid adalah anggota Banser. Banser atau Barisan Ansor Serbaguna Nahdlatul Ulama merupakan badan otonom NU dari GP Ansor. Propaganda publik mengarah pada konstelasi politik antara petahanan dengan calon presiden yang telah mencalonkan sebelumnya. Kubu petahanan merupakan struktur pemerintahan yang sah dan masih berlaku hingga tahun 2019. Calon presiden kubu lawannya merupakan penantang yang telah mencalonkan pada pemilu 2014 namun tidak berhasil terpilih.

Suasana politik menjelang pemilihan presiden diwarnai oleh isu agama. Dimana pemerintahan presiden Jokowi di representasikan sebagai pemerintahan yang gagal menjalankan roda pemerintahan, kegagalan tersebut di citrakan dengan simbol dan narasi pemerintahan yang tidak memperdulikan Islam dan tidak Islami karena membiarkan terjadinya pembakaran bendera kalimat Tauhid yang di yakini oleh masyarakat sebagai bendera Panji Rasulullah SAW. Atas dasar narasi tersebut disinformasi pembakaran bendera mengarah pada topik pergantian Presiden 2019.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan diatas dapat menjelaskan bahwa teks disinformasi dengan topik pembakaran bendera kalimat Tauhid bernuansa argumentasi dan penggiringan deskriptif negatif terhadap sesama Muslim. Penggiringan deskriptif negatif terhadap sesama Muslim terjadi karena adanya perbedaan pendapat

mengenai bendera yang dibakar tersebut, kubu yang membakar menganggap bendera tersebut adalah bendera HTI dan kubu yang lain menganggap bendera Panji Rasulullah. Persebaran disinformasi pembakaran bendera kalimat tauhid membentuk citra negatif pemerintah yang memimpin saat ini, citra negatif tersebut terjadi karena membiarkan terjadinya pembakaran bendera kalimat Tauhid, dimana narasi yang digunakan mengarah pada propaganda politik yaitu pergantian Presiden 2019. Postingan disinformasi pembakaran bendera kalimat Tauhid dipengaruhi oleh situasi politik negara saat ini dimana Indonesia akan menggelar Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden pada bulan April 2019. Salah satu calon wakil Presiden yang akan bertarung pada pemilu 2019 adalah kader NU, dimana pembakar bendera kalimat Tauhid adalah Banser, salah satu organisasi NU. Disinformasi ini menyerang pemerintahan Jokowi dan juga menyerang calon wakil presiden yang dipilih Jokowi untuk mendampinginya maju dalam pemilu 2019.

Untuk mencegah terjadinya polarisasi politik akibat peredaran disinformasi dengan tema politik, penelitian ini merekomendasikan adanya literasi politik bagi masyarakat Indonesia terutama literasi mengenai penggunaan media sosial, dimana literasi ini dapat dilakukan secara kolaboratif antara negara, akadeisi, lembaga swadaya masyarakat dan masyarakat itu sendiri. masyarakat pengguna media sosial dididik untuk dapat berpikir kritis dan berpikir rasional ketika memperoleh informasi baik dari media sosial maupun dari media lainnya. Hal ini bertujuan agar mencegah terbentuknya polarisasi karena propaganda dalam bentuk disinformasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allcot, H. & Gentzkow, M. 2017. *Social Media and Fake News in the Election 2016*. Journal of Economic Perspektif.
- Aufderheide, Patricia (1992). *Media Literacy. A report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Queenstown Maryland : The Aspen Institute Wye Center.

- Baudrillard, J. (1983). *Simulations*. (Paul Foss, Paul Patton & Philip Beitchman, Trans.) New York: Semiotexte Inc.
- Eriyanto. (2001). *Analisis wacana: pengantar analisis teks media*. LKiS Yogyakarta.
- Fallis, D. (2014). *A functional analysis of disinformation*. iConference 2014 Proceedings.
- Fairclough, N. (2001). *Critical discourse analysis*. How to analyse talk in institutional settings: A casebook of methods, 25-38.
- Gumilar, G. (2017). *Literasi media: Cerdas menggunakan media sosial dalam menanggulangi berita palsu (HOAX) Oleh Siswa SMA*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1).
- Haryatmoko, J. (2016). *Critical Discourse Analysis*. PT Rajagrafindo Persada.
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. UNESCO Publishing.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations* (alih bahasa oleh Daniel Yadin). Edisi Kelima Jakarta: Erlangga.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media.
- Nur, A. N. (2019). Propaganda Dakwah Beraroma Khilafah. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(1), 49-60.
- Ruslan, R. (2006). *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations edisi Revisi ke Enam*.
- UNESCO (2005) *Development of information literacy : through school libraries in South-East Asia Countries, Bangkok*.
- (<https://www.facebook.com/groups/fafhh/account>).
- <https://en.unesco.org/themes/literacy>
- <https://turnbackhoax.id/2018/10/22/benar-pernyataan-gp-ansor-terkait-banser-nu-garut-yang-membakar-bendera-tauhid-bertuliskan-la-ilaha-illaallah-muhammad-rasulullah/>
- <https://turnbackhoax.id/2018/10/24/salah-bendera-tauhid-dibakar-di-indonesia-erdogan-menangis-lalu-berpesan-seperti-ini/>.
- <https://turnbackhoax.id/2018/10/26/salah-di-markas-pbb-cuma-bendera-saudi-yg-tidak-pernah-turun-setengah-tiang/>
- <https://turnbackhoax.id/2018/10/27/benar-pernyataan-timses-prabowo-sandiaga-terkait-prabowober-samahti-di-twitter/>
- <https://turnbackhoax.id/2018/11/08/salah-protus-muslim-rusia-atas-pembakaran-bendera-tauhid/>
- <https://turnbackhoax.id/2018/12/06/salah-10-juta-massa-pbnu-gp-ansor-akan-mengepung-kedubes-arab-saudi/>

### Website

- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
- <https://beritagar.id/artikel/berita/kesimpangsiuran-bendera-hti> .