

Relasi Politik, *Bullying* dan Etika Mengenai Isu “Muslim Uighur” di Media sosial

Yofiendi Indah Indainanto

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro

Email: *Yofiendi@gmail.com*

Abstract

This study analyzes how the practice of political relations, cyberbullying and ethics in responding to Uighur Muslim issues through six posts that show attitudes and explanations on Twitter account Mahfud MD. The research method used is descriptive qualitative, with a virtual ethnographic approach. The results of the study show that the conversation in Twitter comments starts with the opinion leaders raising influencers in every comment about the issue of discrimination against Uighur Muslims. The development of interaction becomes a place to attack Mahfud MD's personal by eliminating the main problems. Interaction of comments leads to the assessment of different attitudes between political elites who are not assertive, on the fear factor, and the existence of power relations outside religious issues. Poor social media ethics that act as commentary interactions do not create understanding and understanding of the issue. As a result, bullying has often taken place under comments dominated by avatar and anonymous accounts.

Keywords: *Virtual Ethnography, Social Media, Muslim Uighurs, Cyberbullying, Media Ethics*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis, bagaimana praktek relasi politik, *cyberbullying* dan etika dalam menanggapi isu muslim Uighur melalui enam postingan yang menunjukkan sikap dan penjelasan di akun Twitter Mahfud MD. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pendekatan etnografi virtual. Hasil penelitian menunjukkan perbincangan dalam komentar twitter dimulai dari *opinion leaders* memunculkan *influencer* dalam setiap komentar terhadap isu diskriminasi muslim Uighur. Perkembangan interaksi justru menjadi ajang menyerang personal Mahfud MD dengan menghilangkan permasalahan utama. Interaksi komentar mengarah pada penilaian sikap berbeda pandangan antara elit politik yang tidak tegas, pada faktor ketakutan, dan adanya relasi kuasa diluar isu agama. Etika bermedia sosial yang buruk menjadi penyebab interaksi komentar tidak menimbulkan pengertian dan pemahaman tentang isu. Akibatnya aksi *bullying* banyak terjadi dikolom komentar dengan didominasi menggunakan akun avatar dan anonim.

Kata Kunci: **Etnografi Virtual , Media Sosial, Muslim Uighur, Cyberbullying, Etika Media**

Pendahuluan

Isu penindasan muslim Uighur turut menarik perhatian masyarakat di Indonesia yang dimulai dari gerakan online di twitter

ke offline. Bahkan pemerintah Indonesia turut mengambil sikap melalui pernyataan dari beberapa menteri dan pejabat negara. Mulai dari menteri Polhukam Mahfud MD,

menteri luar negeri Retno Marsudi, dan kepala staf kepresidenan Moeldoko. Meskipun banyak kasus-kasus penindasan umat Muslim dunia terbilang banyak seperti tabel 1, dimana mengalami berbagai bentuk diskriminasi. Namun muslim Uighur menjadi hangat diperbincangkan saat ini.

Tabel 1:

Bentuk-bentuk penindasan umat muslim,
 Sumber: Penelusuran internet oleh peneliti

Rusia	Muslim Tatar	upaya pendudukan masyarakat asli Krimea yang didominasi muslim Tatar
India	Muslim India	Kontroversi UU Citizenship Amendment Bill (CAB) yang dapat membuat umat muslim kehilangan kewarganegaraan
Myanmar	Rohingnya	Dugaan genosida etnis muslim
Cina	Uighur	Penindasan, pelanggaran HAM dan diskriminasi etnis
Filipina	Muslim Moro	Diskriminasi pembangunan dan menginginkan otonomi di Mindano

Sumber: Penelusuran internet oleh peneliti

Medium interaktif di media sosial mampu memunculkan akun dominan (*opinion leaders*) yang mempengaruhi orang lain. Sebut Mahfud MD. Olahan big data dari DroneEmprit mengenai tagar(#) *#Cina-is-Terrorist* mampu menembus 1m

percakapan dalam 3 hari. Drone Emprit telah mengumpulkan 1.140.662 twits. Menyebut trend dimulai dari bahasa Turki, kemudian berkembang Fandom K-Pop, hingga diperpanjang oleh Bahasa Indonesia. Hashtag *#China_is_Terrorist* dimulai oleh pengguna Turki (lihat gambar 1). Artinya isu tersebut menjadi perhatian warga dunia.

Kegaduhan yang terjadi di Indonesia tidak terlepas dari sikap pemerintah Indonesia yang lamban dalam melihat persoalan dan anggap sangat bergantung pada Cina. Terlebih perbedaan pandangan mengenai sikap Menteri Koordinator Mahfud MD dan Moeldoko justru ramai dipemberitaan media online, sehingga menimbulkan asumsi yang mengarah retaknya kabinet. Terbukti media *Pojoksatu.id* memberitakan adanya kertakan dalam kabinet. pada dasarnya, media dengan reputasi ideologi tertentu berpengaruh pada sikap politik yang berimplikasi terhadap partisipasi menanggapi isu (Habel, 2012:258).

Gambar 1:

Pergerakan trend #Cina-is-Terrorist di Twitter



Bantahan Mahfud MD menegaskan Indonesia tidak intervensi dan melakukan

diplomasi lunak. Mahfud MD justru menyalahkan media online yang memberitakan secara melebih-lebihkan sehingga mendorong dirinya memposting di twitter. Melalui akun twitter peribadinya, Mahfud MD memberikan keterangan yang dimuat dalam enam postingan menunjukkan sikap pemerintah Indonesia terhadap isu mengenai kemanusiaan muslim Uighur. Interaksi yang langsung di Twitter, seperti yang dijelaskan Terri L. Towner dimana penggunaan media massa merupakan prediktor positif (*a positive predictor*) dari partisipasi politik, dan internet (media sosial) memberikan peran vital dalam dunia politik (Fitri, 2018:286). Pergeseran konsumsi dan pengguna dari media massa konvensional ke media sosial mendorong, media sosial dijadikan sebagai alat menyampaikan aspirasi perihal informasi politik yang mampu menarik perhatian masyarakat. Terlebih penggunaan simbo-simbol digunakan untuk menekankan sebuah tulisan verbal seperti *emoticon* jauh lebih efektif dalam menyampaikan pesan (Juariah dkk, 2017:64). Model komentar langsung dilakukan pengguna melalui komentar menimbulkan reaksi beragam yang tersalurkan mulai dari dukungan, kekecewaan bahkan *bullying*.

Banyak penelitian yang melihat media sosial digunakan untuk menyampaikan pesan politik dalam berbagai isu. Sebut, penelitian Stier dkk, (2018) yang

menganalisis model teks, menemukan penggunaan media sosial (facebook dan twitter) dalam konteks politik digunakan untuk tujuan berbeda. Politisi dan pengguna mendiskusikan berbagai topik di media sosial mengenai isu menonjol. Disukusi online seperti ini tidak sedikit memberikan perbedaan pandangan. Umumnya disukusi berlangsung terbuka dan bahkan berbeda pandangan seperti Penelitian Barnidge (2017) melihat paparan ketidaksetujuan politik di media sosial pengaturan online tatap muka dan anonim yang melakukan survei di Amerika Serikat menemukan bahwa pengguna media sosial lebih banyak mengalami perselisihan dibanding bukan pengguna. Pengguna lebih memperhatikan media sosial dibanding saluran komunikasi lain dan menganggap perselisihan di media sosial itu positif. Perbedaan pandangan dari disukusi tersebut pada dasarnya meningkatkan partisipasi politik seperti dalam penelitian Ahmad, Alvi, dan Ittefaq (2019), bagaimana politik online berdampak meningkatnya partisipasi politik kehidupan offline di kalangan mahasiswa di pedesaan Pakistan

Ada perbedaan gaya elit dalam menyampaikan pesan antara media massa dan media sosial. Menurut Holmes (2005) menyebut perbedaan karakter internet (didalamnya media sosial) dengan televisi (media konvensional). Pertama, internet memiliki karakter terdesentralisasi

(*decentralized*) sementara televisi tersentralisasi (*centered*). Artinya pesan yang disampaikan modelnya berbeda, mulai dari satu orang ke orang banyak, berubah dari orang banyak ke orang banyak (*many to many*). Kedua, internet membuat komunikasi interaktif yang memunculkan praktek komunikasi dua arah dan bukan satu arah. Ketiga, internet memiliki kemampuan menghindari kontrol kekuatan tertentu, sementara televisi mudah dikontrol (Hasfi, 2019:98). Konteks komunikasi dua arah membuat praktek kekuasaan terbagi pengaruhannya, karena pengguna media sosial mampu memberikan respon yang berbeda dan memungkinkan perbedaan pandangan mempengaruhi interaksi dengan pengguna lain dalam merespon. Praktek ini pada dasarnya memberikan kebebasan pengguna untuk bersikap pada fenomenan yang memungkinkan pengguna menjadi *influencer* bagi pengguna lain.

Twitter sebagai mode komunikasi, didefinisikan oleh tiga fitur utama: kesederhanaan, impulsif, dan ketidaksopanan. Twitter menuntut kesederhanaan karena keterbatasan karakternya, Twitter secara struktural melarang komunikasi pesan rinci dan canggih karena keterbatasan sistem. Impulsif konteks ini, pengguna tidak membutuhkan usaha, sedikit pemikiran ke depan, refleksi, atau pertimbangan konsekuensi. Ketidaksopanan mengacu pada ucapan,

menghina atau serangan. Pertama, Twitter jelas informal. Kurangnya perhatian dengan tata bahasa yang tepat dan gaya merusak norma-norma yang cenderung menegakkan kesopanan. Kedua, Twitter menghilangkan interaksi menciptakan konteks di mana orang tidak mempertimbangkan bagaimana interaksi mereka akan mempengaruhi orang lain (Ott, 2017:60-62). Artinya postingan dan komentar netizen bebas dan memungkinkan menimbulkan konflik dalam interaksi siber. Kemampuan media sosial yang dapat memperluas jumlah dan jenis aktor yang berinteraksi maupun bernegosiasi dibidang komunikasi politik lebih terbuka dan terdesentralisasi yang menarik banyak aktor berpartisipasi dalam menentukan ruang publik. Dampaknya akan berpengaruh pada produksi informasi politik. Namun, banyaknya informasi juga menghasilkan ketidakstabilan, konflik, dan kontradiksi dalam skenario politik. Kuantitas yang lebih besar belum tentu sama dengan kualitas yang lebih tinggi, karena menimbulkan banyak pilihan (Casero-Ripollés, 2018:965-966).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi diskriptif kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Menurut Kate J. Ward (1999:96) Etnografi virtual memberikan akurasi yang lebih sebagai sebuah metode mengungkapkan komunitas virtual, karena metode ini mengkontruksi ulang

(*deconstructs*) pemikiran komunitas, mampu mengilustrasikan bagaimana komunitas virtual bersifat sementara, tidak tetap, temporal, dan terfragmentasi dibanding dengan komunitas offline (Nasrullah, 2018:3). Wawancara dan survei dalam etnografi virtual, bisa dirubah melalui koleksi/ arsip yang telah dimiliki yang sumbernya dari info-info yang beredar di wilayah online Evans, (2010:2) dalam ((Rachmaniar, 2017:7). Level analisis etnografi virtual meliputi ruang media (struktur perangkat media), dokumen media (isi aspek pemaknaan teks/grafis), objek media (interaksi dalam dunia siber), pengalaman (motif efek dan manfaat hubungan *offline* dan *online*), (Nasrullah, 2018:45). Paradigma yang digunakan adalah kritis dimana setiap pesan yang disampaikan akan berkaitan dengan relasi dan struktur kekuasaan dan sarat akan kepentingan. Paradigma ini bertujuan untuk perubahan sosial (Sunarto dkk, 2011:9). Artinya sebuah diskusi online yang dimediasi oleh media sosial mampu memberikan pengaruh dalam memberikan perubahan mulai dari persepsi, dan sikap terhadap persoalan tertentu yang didalamnya memiliki relasi kekuasaan.

Hasil dan Pembahasan

Ruang Siber Pembentuk *Opinion Leaders*

Bentuk Twitter memiliki karakteristik yang memungkinkan

penggunanya membuat tulisan pendek (mikroblog) sebagai bentuk ekspresi diri dan dapat dilihat pengguna atau kelompok terbatas. Mediasi Twitter yang mampu memunculkan, percakapan dan dialog (obrolan ringan di telepon), kolaborasi dan pertukaran (seperti email atau SNS, tetapi langsung ditujukan ke spesifik pengguna, tidak terikat pada antarmuka PC atau situs web), ekspresi diri dan komunikasi diri, pembaruan dan pemeriksaan status, berbagi informasi dan berita, pemasaran dan periklanan (Dijck, 2014:7), sering dimanfaatkan secara maksimal. Lenskip konsumsi informasi yang bergeser dari media konvensional ke media sosial turut merubah cara bagaimana pesan diproduksi. Konteks komunikasi politik menjadikan media sosial sebagai bentuk mengekspresikan sikap politik, membangun citra, merubah opini publik bahkan menyerang rival politik. Berbeda dengan media konvensional yang membutuhkan aktor politik sebagai narasumber dalam membangun opini, media sosial memungkinkan setiap orang menjadi dominan dan berpengaruh dalam perkembangan informasi politik atau dikenal *influencer* dan *opinion leader*.

Baumgartner dan Morris (2009) menjelaskan bahwa paparan terhadap berita diantara raung publik dapat meningkatkan pertimbangan politik (Kasmania & Ramle, 2014:354), artinya semakin orang banyak

berinteraksi di media twitter, akan memberikan pemahaman tentang politik, dan melakukan partisipasi lebih baik dalam kegiatan politik. Artinya publik memiliki pengaruh sama besar di media Twitter dalam memberikan informasi mengenai isu viral. *Opinion leader* dalam konteks ini elit politik memiliki pengaruh dalam membentuk opini yang sering di “*aminkan*” perkataannya oleh pendukungnya. Komunikasi dimediasi teknologi membuat elit politik setatusnya sama dengan publik, dan mengurangi kekuasaan pengaruhnya meskipun dibio akun memiliki keterangan jabatan dan kedudukan, sebut seperti akun twitter Mahfud MD yang aktif memposting isu terkini mengenai aktivitas keseharian dirinya dan pendapat isu terkini.

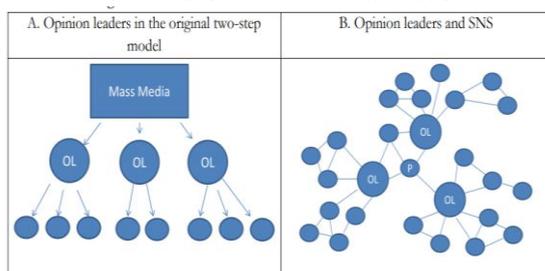
Penelusuran penulis dalam postingan di Twitter, Mahfud MD yang menjabat Menteri Pohlukam aktif berpendapat di media twitter mulai dari menunjukan postingan tentang sikap, klarifikasi, pendapat, dan aktivitas keseharian. Sebelum menjabat menteri Polhukam, Mahfud MD sangat aktif memberikan opini, dan keritikan terhadap terhadap isu terkini.

Peran Twitter dalam memfasilitasi politisi dalam memberikan pendapat dan membangun relasi tidak terbantah, bahkan menjadi ritual yang harus dilakukan setiap harinya untuk memposting pendapat. Bagi Pengguna twitter, Mahfud MD adalah orang yang memiliki posisi tertentu sebagai

opinion leaders karena keahlian dalam bidang tertentu, sehingga postingannya dianggap menarik dan mencerminkan keahliannya. Sebut studi Annika & Maria (2018:592) mengatakan *opinion leaders* mendorong orang untuk mengakses konten postingan terutama mulai dari pendapat, rencana, dan tindakan. Kesemuanya dianggap penting dan dijadikan pembelajaran mengenai informasi yang didasari keahlian *opinion leaders* secara kusus kusus. Temuan Karlsen (2015:22) tentang peran *opinion leaders (OL)* menunjukkan bahwa *OL* memiliki jaringan online yang lebih besar dari pada yang lain, punya lebih banyak pengikut, lebih aktif dalam hal menyebar pesan politik. Ketika berkomentar dan berdiskusi, serta terkait dengan, konten tentang politik cakupannya mengarah pada tingkat yang jauh lebih besar daripada kelompok lain. Mahfud MD sebagai *opinion leaders* memiliki jaringan luas, terbukti dengan pengikut 32 juta mampu membentuk jaringan kuasa politik tertentu, sehingga postingan mengenai politik akan mengarah kepada kelompok elit politik sebagai cerminan kelompok. Maka, tidak heran apa yang berkembang diskusi online mengarah pada keseluruhan sikap pemerintah yang disampaikan oleh Mahfud MD. Gambar 3 menunjukkan media sosial dengan peraktek SNS mampu membuat penyebaran informasi berkembang kearah yang tidak bisa perediksikan, sehingga

memunculkan peran baru dalam yang mempengaruhi orang lain atau dikenal *influencer*. Artinya pesan yang disampaikan akan berbeda interpretasi, yang peran OL sebagai sumber informasi sangat dipengaruhi *influencer*. *Influencer* disini mampu mempengaruhi orang dalam berkomentar, mulai dari mendukung, menolak dan *bullying*. *Influencer* pada komentar postingan Mahfud MD cenderung bertentangan dengan sikap yang diharapkan oleh Mahfud MD sehingga komentar banyak mengarah pendapat negatif.

Gambar 3:
Perbedaan model opinion leaders media konvensional dan media sosial



Sumber: (Karlsen, 2015:8).

Artefak Media Sebagai Representasi Sikap Politik

Mahfud MD selaku Menteri Polhukan yang melekat dalam dirinya membuat postingan tentang sikap pemerintah terhadap isu kemanusiaan dan agama muslim Uighur di China menimbulkan perdebatan Nitizen di Twitter. Penelusuran postingan komentar nitizen antara dukungan dan kertikan jauh lebih banyak keritikan, bahkan mengarah kepada

bullying ke personal Mahfud MD. Tercatat ada enam postingan yang mulai dari pembelaan, dan sikap terhadap isu tersebut.

Tabel 2:
Data respon nitizen hingga tanggal 20 januari 2020

Postingan ke	Komentar	Retweet	Suka
1	38	74	348
2	89	122	718
3	76	59	354
4	163	102	559
5	1,4 ribu	576	2,9 rb
6	68	53	404

Sumber: Hasil olahan peneliti

Rentetan postingan dalam akun twitter Mahfud MD @mohmahfudmd tersebut meliputi : Pertama “*1-POJOK1.id yang ikut-ikutan dikutip oleh Babe menulis berita omong kosong tentang Kabinet Retak Karena Perbedaan Statement Mahfud MD dan Moeldoko Soal Uighur. Pernyataan kami malah sinkron, kok dibilang retak*”. Postingan tersebut merespon pendapat analis politik dari Universitas Al Azhar Indonesia Ujang Komarudin kutipan “*Ada komunikasi yang tak baik juga di Istana. Harusnya dalam membuat pernyataan para pejabat tak berbeda-beda,*” dengan judul “*Kabinet Retak, Moeldoko dan Mahfud MD Sudah Berseberangan, “Ada Komunikasi Tak Baik di Istana”* yang diberitakan oleh Pojoksatu.id. Penilaian ini didasari pada

Mahfud MD yang baru masuk kedalam kabinet. Moeldoko selama ini dikenal dekat dengan istana dan perannya sangat vital dalam kabinet. Berbeda pandangan tersebut dinilai akan berdampak pada kepercayaan publik yang berkurang. Ujang Komarudin sebagai sumber informasi dikenal akif dalam mengamati politik di Indonesia. Pada 2016 mendirikan Indonesia Political Review (IPR) yang berfungsi mengamati dinamika politik di Indonesia dan melahirkan ide, gagasan-gagasan yang dapat disumbangkan terhadap Indonesia. Melihat dari rekam jejak tersebut, apa yang disampaikan Ujang tentu berlasaan sebagai seorang pengamat politik, artinya pengaruhnya dalam membentuk opini publik sangat tinggi. Opini publik sebagai efek politik dimulai dari opini individu tentang perbincangan politik yang menyentuh individu baik diterima atau ditolak, umumnya terbentuk pengertian, pengetahuan, sikap (*attitude and opinion*) dan gerakan pelaksanaan (*practice*), (Syahputra, 2018:61). Kepercayaan politik adalah komponen penting dari masyarakat demokratis yang berfungsi dengan baik karena menumbuhkan kepatuhan pada hukum dan memberikan ruang bagi pemerintah untuk mengatasi permasalahan sosial bahkan dalam kasus dimana mungkin memerlukan pengorbanan dari publik (Hetherington, 2005; Jacobs & Matthews, 2012; Levi & Stoker, 2000) dalam (Klein & Robison, 2019:11-12).

Kedua, “2-Moeldoko mengatakan bahwa Pemerintah RI takkan intervensi dlm urusan Uighur sedangkan Menko Polhukam mengatakan sudah lama melakukan Diplomasi Lunak. Dimana pertentangannya? Saya mengatakan diplomasi lunak justeru krn tdk ingin intervensi. Klop, kan?”. Penegasan ini justru membuat opini publik menjadi terpecah, pasalnya membandingkan kedua pernyataan pejabat dengan satu tujuan yang sama, memberikan kesan ada yang salah dalam proses komunikasi dalam proses menanggapi isu muslim Uighur. Ada upaya elit mengambil momentum dengan menunjukkan perannya didepan publik dengan harapan mendapat simpati. Dugaan itu mencuat kala Mahfud MD mengambil peran dalam memberikan keterangan yang seharusnya dilakukan menteri luar negeri. Dugaan tersebut merujuk penelitian Gita, Yofiendi dan Patria (2019) yang melihat media sosial dijadikan strategi membentuk kesan. Artinya media sosial sekarang digunakan untuk membentuk citra branding dengan memanfaatkan berbagai isu.

Ketiga, “3-Faktanya Indonesia punya hubungan diplomatik dengan Cina. Karena Indonesia tak ingin intervensi dan menganggap itu urusan internal Cina maka diplomasi yang dilakukannya ya lunak saja. Makanya Sy minta penjelasan dan menjelaskan langsung kpd Dubes Cina”. Hubungan Indonesia dengan Cina terbilang

baik. Terbukti terjalin kerjasama dalam berbagai bidang mengalami peningkatan. Konteks hukum internasional, Indonesia menganut prinsip tidak mengintervensi/*non-interference* atas persoalan internal satu negara, sehingga mustahil mengintervensi yang berkaitan dengan persoalan dalam negeri. konsistensi sikap ini ditujukan mulai dari kasus Rohingnya di Myanmar dan berlanjut di Ughur Cina. Namun persoalan yang terjadi bukan soal itu, melainkan bagaimana membangun kepercayaan ditengah masyarakat yang pudar terhadap Cina terlebih produk dan proyek banyak di Indonesia. Artinya runtuhnya kepercayaan terhadap Cina berdampak pada kondisi kesetabilan pembangunan dan ekonomi.

Keempat, 4-Sy undang Dubes Cina ke kantor Menko Polhukam dan menyatakan *bhw situasi di Uighur mengusik sebagian orang Islam di Indonesia. Sy sering ke Cina dan melihat banyak mesjid, restaurant halal, dan pemukiman2 muslim rasanya aman saja. Kok di Uighur ada yang begitu?*. Merujuk pendapat Chirot (1998) tentang level konflik, permasalahan muslim Uighur masuk kedalam konflik internal berintensitas rendah (*Conflict, low level war*) dengan karakter konflik dapat memanas atau dingin dan tidak terpecahkan selama beberapa dekade. Termasuk kedalam perang etnis yang mungkin dihentikan dengan mediasi dan bisa meningkat jika salah penanganan (Karisma, 2017:45). Bentuk diskriminasi

rasial yang dialami muslim Ughur terlihat dari beda penanganan dengan muslim Hui yang menganut Islam lebih banyak dengan 10,5 juta dan merupakan terbesar kedua dari 55 etnis Minoritas di Cina yang diakui secara resmi. Muslim Ughur bukan semata persoalan agama, melainkan tentang kebudayaan yang berbeda dengan Cina daratan. Artinya persoalan ini berkaitan dengan sejarah masa lalu tentang kebudayaan, dan sikap politik. Diplomasi lunak dan intervensi tidak akan menyelesaikan permasalahan karena butuh mediasi antara keduanya pihak berkonflik. Kepedulian bangsa Indonesia hanya dapat terlihat dari memberikan simpati dan dukungan, serta mendorong PBB untuk menyelidiki persoalan tersebut. Kegaduhan yang ditimbulkan dari perbedaan pandangan tersebut, justru mempertegas sentimen agama di Indonesia yang beberapa waktu belakangan meningkat mulai dari berbagai gerakan masa (demo 212) , politik (isu politik identitas) dan ujaran kebencian yang mengatas namakan agama. Selama ini elit penguasa dinilai tidak ramah terhadap mayoritas umat Islam, mulai dari kasus penanganan konflik agama (masjid dibakar), hingga upaya pembatasan izin massa untuk melakukan aksi demo. Persoalan ini seperti bola saju yang semakin-lama membesar dan semakin sensitif mengenai agama, terlebih dengan adanya media sosial yang mudah

memberikan gesekan akibat banyaknya informasi yang menyimpang.

Kelima, *5-Kpd Dubes Cina Sy tanya, mengapa di Uighur ribut sedang di daerah2 lain kaum muslimin di Cina aman? Saya tegaskan bhw kita tak ingin ikut campur tapi ingin tahu masalahnya. Setelah dia menjelaskan, ya, sudah. Kita tak mau intervensi.* Laporan The Wall Street Journal (WSJ) yang menyebut Cina berusaha membendung keritik mengenai Uighur dengan memberkan bantuan finansial dan beasiswa kepada ormas Islam. Bahkan membiayai ormas, MUI, wartawan dan akademisi untuk berkunjung ke Xinjiang untuk melihat langsung kondisi camp muslim Uighur. Namun, penelusuran digital Narasitv yang diunggah di Youtube pada 14 Januari *“Tipu Daya China Kepada Rombongan Indonesia di Kamp Uighur”* ada upaya propaganda yang dilakukan Cina yang hanya menunjukkan rombongan ke tempat terbatas, namun menutup akses terhadap camp lainnya. Bahkan, Narasitv menyebut sebelumnya ada camp pagar kawat berduri yang sengaja dihilangkan dan akses wartawan terbatas pada akses camp tertentu. Artinya ada upaya Cina melakukan propaganda dan kemungkinan memberikan keterangan palsu kepada Pemerintah Indonesia sangat memungkinkan terjadi. Cina berupaya membangun hubungan baik dengan Indonesia karena ada nilai investasi di Indonesia yang tinggi dan dampak

penolakan masyarakat Indonesia akan menambah sentimen anti Cina yang imbasnya menimbulkan pemboikotan.

Keenam *“ 6-Coba, dimana pertentangan keterangan saya dgn Moeldoko. Kan sama2 bersikap tidak akan intervensi. Ibaratnya, kalau saya dan Pak Moeldoko hadir ke sidang kabinet ya sama2 hadir tapi Pak Moeldoko lewat pintu sebelah barat sedang saya lewat pintu sebelah timur”*. Postingan ini konotasannya sama dengan postingan ke 2, yang mempertegas pernyataan Mahfud MD. Interaktivitas internet fungsinya sental karena menyangkut hubungan pengguna dengan pasokan komunikasi dan hubungan tersebut di antara para pengguna itu sendiri (Bentivegna 2002:54). Melihat dari rentenan 6 pesan, ada upaya mempertegas yang dilakukan Mahfud MD melalui postingan. Artinya ada kepanikan dalam internal elit yang ditimbulkan dari gerakan masyarakat Indonesia mulai dari offline dan online. Interaktivitas antar pengguna dan hubungan dengan pengguna sendiri mampu membentuk *blogosphere* mampu membangun kekuatan aktivitas online dalam merevolusi politik, sehingga *blogosphere* politik yang disebut *“netroots”* mampu mencerminkan sikap demokratis pendapat dari publik bukan dari elit (Small, 2011:877-878). Gerakan ini yang memungkinkan mampu menurunkannya kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Penegasan

ini justru mengarah pada sikap pemerintah yang lemah menanggapi isu-isu dunia, terlebih menyangkut umat Islam yang notabennya terbesar di dunia.

Objek Interaksi, *Bullying* Merusak *Branding*

Identitasnya berbeda dalam dunia siber dan dunia nyata salah satu penyebab maraknya bullying di dunia siber akibat tampilan dari bio, postingan, identitas lain tidak mencerminkan kehidupan nyata. Artinya orang akan bebas berkomentar, melakukan bullying dan berpendapat di dunia virtual karena didukung dengan media sosial, namun itu tidak merepresentasikan kehidupan nyata. Merujuk pada pendapat Taylor & Jordan (, 2002:65-87) sumber kekuatan individu di dunia siber, pertama, *Identity fluidity* yaitu kemampuan bermain identitas yang mampu membedakan kehidupan online dan offline. Kekuatan ini memungkinkan orang membentuk akun anonim dan fake akun. Kedua, *Anti-hierarchical* yaitu pembagian wewenang di dunia online tanpa pusat otoritas berdiri dalam arus informasi. Artinya batas informasi yang ada di dunia nyata dapat dilakukan, dalam dunia online mudah dilewati atau tidak dibatasi akses. Peraktek ini membuka partisipasi, pengambilan keputusan, menciptakan potensi kesimpulan sepihak. Ketiga, *A world made of information* yaitu semua faktor yang

memastikan berbagai bentuk identitas dan hierarki ada di dunia online menggambarkan individu-individu yang melakukan aktivitas online. Pada tahap ini seseorang akan membentuk identitas dari apa yang diposting dan melakukan interaksi dengan pengguna lain.

Kekuatan individu dalam dunia siber sering kali digunakan untuk menyerang orang lain dengan melakukan *bullying* seperti yang dialami Mahfud MD saat memposting sikap dan pandangannya mengenai isu kekerasan Muslim Uighur. Penulis melihat, banyaknya komentar, didominasi komentar negatif bahkan penghinaan oleh akun anonim. Hal tersebut didasari pada nama yang terlihat dalam akun twitter tidak mencerminkan nama pengguna asli seperti akun @NegeriDagelanz, @mmahrusa1, @HijrahAhmad88, @HD_hadirochma, @sukuTigo, akun tersebut contoh banyaknya akun yang berkomentar di postingan Mahfud MD. Penulis mengidentifikasi bentuk *bullying* terhadap Mahfud MD pertama cenderung mengarah pada penyerangan terhadap sikap yang mengaitkan dengan masa lalu, kedua personal dan mengaitkan dengan jabatan menteri. Sebut, komentar FTR_Jeep @JJeep dengan melihat sikap Mahfud MD pada 20 desember 2018. Hal tersebut tentu berbeda dengan kondisi sekarang dengan konteks yang berbeda. artinya ada ketidakkonsisten yang dilihat dari nitzen dari apa yang ditampilkan

Mahfud MD dulu dan sekarang. Postingan ini justru melebarkan konteks permasalahan (muslim Uighur menjadi menggeblur) yang mengarah pada penghakiman personal diambil dari rekam jejak digital. Berbeda dengan bullying yang dilakukan akun @rha_tjoensimatu “Perhatian.!!! Sesama Anjing Dilarang Mendahului”, @lawehh “Kecerdasan hilang setelah kejujuran memudar”, @Ad68655140 “Urat malu.a putus udah”, @NegeriDagelanz “KAFIR” yang sangat lantang menghina Mahfud MD, hal tersebut lantaran melihat postingan pertama. Penulis menilai ada ketidakdewasaan dalam berkomentar dan kecenderungan sengaja untuk menjatuhkan personal. Ketidakdewasaan tersebut mengarah pada etika bermedia yang buruk, karena pada dasarnya apa yang disampaikan Mahfud MD bagian dari representasi diri sebagai Menteri Polhukam. Praktek akun anonim mempertegas *Identity fluidity* dan *Anti-hierarchical* dapat terjadi dalam dunia maya sebagai bentuk kekuasaan individu.

Gambar 4:
postingan @JJeep yang diambil positngan lama



Lalu ada yang *membully* dengan bahasa halus seperti, Heri Magek @herimagek “Cerdas sekali Paduka Yang Mulia. Karena walaupun rakyat telah bersuara sebagaimana pengakuan Yang Mulia sendiri namun pemerintah tetap menganggap Uyghur adlh urusan domestik China sbgmana pernyataan Yang Mulia Moeldoko”, @iKhalis “Saya berharap, semoga Bung Karno gak malu dengar penerusnya punya faham kayak gini”. @kholilcell12 “Tindakan pembenaran pak? Ingat jabatan paling lama 10Thn. Tapi tanggung jawab dunia akherat. Muslim itu bersaudara”. Penggunaan bahasa seperti paduka yang mulia dasarnya digunakan untuk orang yang terhormat seperti raja dan hakim, namun dalam konteks tersebut digunakan untuk menunjukan penghinaan yang terlihat dari posisi sitantik mengarah pada menjatuhkan karakter personal pada hinaan yang dianggap berlebihan. Ada pula yang membandingkan dengan kejayaan masa lalu, hinaan @iKhalis jelas menunjukan rasa kecewa yang dialamatkan kepada Mahfud karena postingan tersebut menunjukan kelemahan anak bangsa, berbeda dengan masa lalu yang sangat berani menentang masa lalu. Komentar @kholilcell12 yang meningkatkan tentang masa jabatan, seolah-olah menyudutkan Mahfud telah gila jabatan dan menghalakan segala cara untuk bertahan dari jabatan termasuk mengorbankan iman. Asumsi tersebut

dipertegas dengan komentar @hasferi “*Dulu indonesia itu disegani bahkan digelari sebagai macan asia.. Indonesia itu negara muslim terbesar didunia lho pak betapa anehnya respon indonesia selembek ini.. Diumur anda yg diambang pintu kubur anda terlihat hanya mencintai jabatan anda bukan rakyat!*”. Komentar-komentar tersebut pada dasarnya berbeda konteks diluar isu, sehingga ada upaya pembunuhan karakter menjadi persoalan utama. Komentar netizen merupakan representasi individu bukan kolektif, namun mampu merubah persepsi kolektif. Kekuasaan individu inilah yang terus memosisikan individu pada tingkat yang besar (mengarah pada influencer) atau hanya komentar biasa. Persoalannya bukan pada suka atau tidak, melainkan media memfasilitasi untuk melakukan hal tersebut karena *Identity fluidity* tidak akan terjadi didunia nyata.

Perkembangan bullying mengarah pada relasi kuasa antara ranah pribadi dan politik yang menyebabkan personal Mahfud MD masuk kedalam sistem dalam narasi komentar netizen, seperti @staff_gk_umum “*Dimengerti. Karna gajimu pun duit hutangan dari china*”, @Mamat05838699 “*Takut dijewer sama aseng.. mana berani lah...*”, @s_rychef “*Juga punya hubungan hutang-piutang yg sangat erat sekali ya.....*”, @SuwitoRobby “*Gaji tambahan krn mnjd juru bicara China mantab kakeh teh #XiJinping_Is_TheNewHilter*”, komentar-

komentar seperti itu menempatkan posisi Mahfud MD pada keterdesakan dimana penilaian rendah yang mengaitkan harga diri dengan jabatan dan uang. Kesannya harga diri seseorang dan bangsa dapat dibeli dengan uang dan bangsa yang memiliki uang mampu menguasai orang maupun negara lain. Wacana-wacana seperti ini memosisikan orang yang berada dilingkungan pemerintah tidak memiliki kuasa. Artinya ketidakmampuan dalam membela muslim Uighur disebabkan karena pemerintah Indonesia dikuasai pemerintah Cina karena persoalan utang. Berdasarkan data statistik utang luar negeri Indonesia (SULNI) yang dirilis Bank Indonesia (BI) per September 2019 utang Indonesia yang berasal dari China tercatat sebesar 17,75 miliar dollar AS atau setara Rp 274 triliun (kurs Rp 13.940). Hal ini meningkat tipis dibandingkan per Agustus 2019 yang mencatatkan utang sebesar Rp 17,09 miliar dollar

(<https://money.kompas.com/read/2020/01/04/111700826/dikaitkan-dengan-natuna-berapa-utang-indonesia-ke-china?page=all>), Ada kewajaran netizen menilai demikian. Masuknya Mahfud dalam wacana ini tidak terlepas dari upaya diplomasi lunak yang dilakukan dengan kedubes Cina dinilai tidak tepat, karena beranggapan tidak menyelesaikan masalah. Akibatnya Mahfud terikut pada wacana-wacana yang dilontarkan netizen. Sebut, @yantomee

“*entah mengapa, susah sekali percaya statement seseorang sesudah menjabat dipemerintahan, terlalu banyak hal² yg membuat susah utk percaya lagi...*”, @mariadi63425147 “*Ternyata masuk kelingkungan setan telah berhasil mbuat anggotanya mnjadi setan*”. Mahfud MD diposisikan terbelenggu pada sistem yang mengaruskan Ia bersikap sesuai dengan kepentingan kelompoknya. Atas dasar itu, Mahfud dinilai telah menjadi bagian sistem yang selama ini bertentangan dengan keinginan masyarakat. Namun, serangan netizen, memposisikan Mahfud MD kehilangan jati diri, karena dulu sangat peduli dengan kepentingan umat dan kemanusiaan, hal tersebut terlihat dari berbagai postingan sebelum menjabat, sehingga ada pembandingan yang dilakukan netizen untuk merusak karakter personal.

Melihat *cyberbullying* yang dilakukan Netizen terhadap Mahfud MD permasalahannya melebar dari persoalan agama dan kemanusiaan menuju persoalan pribadi (@SonhajiSaid “*Rakyat dan warga mana yng mau percaya omongan PROF MABUK...*”) dengan membullying status, dan kemampuan. Kemudian bergulir ke ranah intrenal negeri yang menyeret Mahfud MD terhadap persoalan dan tindakan (@lawyer_fauzi “*argumen prof ini mengindikasikan takut ditendang dari jabatannya.. seharusnya prof berani bertindak, masalah HAM adalah masalah*

universal, sudah sepatutnya negara2 yg meratifikasi konvensi hak sipol dan hak ekosob turun tangan atas peristiwa dugaan pelanggaran HAM oleh Tiongkok !”). Isu HAM merupakan isu yang sangat sensitif dalam negeri, hal tersebut yang membuat bangsa Indonesia menjadi sorotan dunia, terlebih rezim sekarang tidak tegas dalam mengusut kasus HAM. Satus sipil yang menjabat menteri Polhukam membuatnya menjadi sasaran Netizen tentang kamapuaannya dalam menyelsaika kasus HAM. Kemudian bergerak bullying ke ranah ekonomi yang mengait—ngatkan kebijakan yang disampaikan Mahfud MD lebih pada persoalan ekonomi dibanding kemanusiaan @staff_gk_umum “*Dimengerti. Karna gajimu pun duit hutangan dari china*”. Bentuk kekuatan cyber yang muncul saat individu di depan layar, adalah kekuatan cyber sebagai kepemilikan virtual. Kekuatan siber ini, pertama, menopang kemampuan untuk memaksakan niat atau kemauan pada seseorang atau sesuatu yang lain, kedua, hanya direalisasikan melawan resistensi dan, ketiga, dapat terakumulasi ke dalam sistem dominasi (Taylor & Jordan, 2002:89). Hal tersebut membuat orang mampu melakukan bullying tanpa melihat konteks dan objek.

Etika Netizen Berkomentar

Melihat komentar bullying terhadap Mahfud MD yang dilakukan Netizen, ada persoala-peroalan etika bermedia sosial yang

dilangar dalam konteks ini, pertama nitizen tidak membaca rentetan postingan secara menyeluruh, hal tersebut terlihat dari komentar-komentar yang tidak memiliki kontinuitas diantar postingan, sehingga ada dugaan nitizen berkomentar berdasarkan postingan tersebut, padahal rentetan postingan menjelaskan kronologi peristiwa.

Kedua, Komentar tidak masuk akal, @AkioDad “*Ba to the Cot,...*” yang banyak membuat spam di komentar. Komentar-komentar tersebut turut mempropokasi nitizen berkomentar serupa. Ketiga, tidak menggunakan bahasa yang baik dan sopan seperti @rha_tjoensimatu “*Perhatian!!! Sesama Anjing Dilarang Mendahului*”. bahasa-bahasa tersebut sangat etis terlebih diutarakan kepada pejabat negara dan dalam kontes berkomentar di media sosial. Pelanggaran etika bahasa dan kesopanan sangat banyak mewarnai dalam bahasa komentar nitizen. Ada hal yang dihilangkan dalam komentar nitizen yaitu tidak memahami konteks perbincangan, sehingga mengarah pada bentuk bullying. Keempat, tidak menghargai privasi terlihat dari beberapa komentar yang mengaitkan persoalan pribadi dengan sikap pemerintah. Seperti @aryfaryf “*..... Biar Allah dan Baginda Rasulullah yang tahu atas pernyataan sikap pak @mohmahfudmd sebagai seorang muslim*”). Manusia tidak bisa menghakimi seseorang yang berkaitan dengan akidah dan kepercayaan, sehingga ketika persoalan

tersebut yang notabennya masalah kemanusiaan dan agama dinegara lain , turut memposisikan Mahfud sebagai pejabat negara untuk mengusitk persoalan keimanan tentu melanggar privasig. Kelima, mengkritik dengan isi yang berbobot, hampir menyeluruh komentar yang dilakukan nitizen menjatuhkan karakter dan lari dari persoalan utama. Ada yang mengaitkan dengan takut kehilangan jabatan menteri, digaji dari uang ngutang, menjadi bagian dari Cina, disebut bodoh, dan mementingkan kepentingan ekonomi dibanding keagamaan. *Bullying* seperti ini sangat dominan menyerang personal Mahfud MD. Keenam, menghasut orang dan menebar kebencian, etika ini sangat terlihat dalam beberapa komentar yang menyebut Mahfud berada pada lingkaran setan, menuduh manjadi bagian dari cina dan mendukung kepentingan cinta @Nining50557009 “*Pak Mahfud nih pintar apa pura2 pintar sih, kalo lihat dari histori sih pak mahfud lebih pintar dari bosnya tapi kok jadi malah sama dengan. Sayang sekali ilmu dan iman bapak spertinya tergadaikan oleh nafsu jabatan ya pak*”).

Penutup

Kasus *Bullying* yang dialami Mahfud MD sangat mencerminkan rendanya etika bermedia masyarakat Indonesia. Perbincangan interaksi siber yang menempatkan *opinion leaders* memproduksi konten menjadikan

Mahfud MD mampu menimbulkan diskusi online dan memunculkan *influencer* yang mempengaruhi netizen untuk berkomentar. Interaksi ini menimbulkan dugaan adanya relasi politik yang dilontarkan netizen. Relasi ini mampu menimbulkan kegaduhan yang mengarah adanya hubungan yang kurang harmonis dan berdampak pada kekurangannya kepercayaan publik terhadap elit politik. Sebagai masyarakat yang memiliki kultur keramah-tamahan dan mencerminkan ada sopan-santun tinggi, nyatanya jauh dari harapan saat berinteraksi dimedia sosial.

Mahfud MD saat mengklarifikasi persoalan sikap pemerintah menjadi contoh bagaimana kebebasan berekspresi di media sosial justru menjadi ajang *pembullying* terhadap pejabat negara. Setidaknya Mahfud MD mendapatkan *bullying* mengenai persoalan privasi, status dan kemampuan. Hal tersebut yang terlihat dari komentar-komentar, dalam menyuarakan pendapat, netizen sering menggunakan bahasa-bahasa yang kasar dan tak bermoral dalam menyampaikan pendapatnya, sehingga menyudutkan Mahfud MD. Etika bermedia sosial yang rendah, menjadi penyebab keritikan, komentar menghilangkan konteks postingan yang mengarah pada pembunuhan karakter.

Daftar Pustaka

- Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq, M. 2019. The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan. *SAGE Open*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/2158244019864484>
- Barnidge, M. 2017. Exposure to Political Disagreement in Social Media Versus Face-to-Face and Anonymous Online Settings. *Political Communication*, 34(2), 302–321. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1235639>
- Bergström, A., Belfrage, M. J., & Belfrage, M. J. 2018. News in Social Media Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism*, 0811, 1–16. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625>
- Casero-Ripollés, A. 2018. Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *Profesional de La Informacion*, 27(5), 964–974. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>
- Dan Nimmo. 2011. *KOMUNIKASI POLITIK Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Dijck, J. van. 2014. Tracing Twitter: The Rise of a Microblogging Platform. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 7(December), 333–348. <https://doi.org/10.1386/macp.7.3.333>
- Fitri, S. N. 2018. *Pro Kontra Gerakan Tagar # 2019GantiPresiden Sebagai Sarana Kampanye dalam Pemilu*.
- Habel, P. D. 2012. Following the Opinion Leaders? The Dynamics of Influence

- Among Media Opinion, the Public, and Politicians. *Political Communication*, 29(3), 257–277. <https://doi.org/10.1080/10584609.2012.694986>
- Hasfi, N. 2019. Komunikasi Politik di Era Digital. *Politika, Jurnal Ilmu Politik*, 10(1), 93–111.
- <https://money.kompas.com/read/2020/01/04/111700826/dikaitkan-dengan-natuna-berapa-utang-indonesia-ke-china?page=all>. (n.d.). Dikaitkan dengan Natuna, Berapa Utang Indonesia ke China? Halaman all - Kompas.com. Retrieved January 20, 2020, from <https://money.kompas.com/read/2020/01/04/111700826/dikaitkan-dengan-natuna-berapa-utang-indonesia-ke-china?page=all>
- Juariah, S., & Setiawan, A. 2017. Studi Etnografi Virtual Pesan Nonverbal tentang Prinsip Menikah Muda dalam Instagram @ nikahasik. *Jurnal Komunikator*, 9(1).
- Juniarti, G., Indainanto, Y. I., & Augustine, P. Y. 2019. Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan di Instagram Menjelang Pilpres 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 116–132. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.116-132>
- Karisma, G. 2017. Konflik Etnis di Xinjiang: Kebijakan Monokultural dan Kepentingan Negara China Terhadap Keutuhan Wilayah. *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 19(1), 41–52. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Karlsen, R. 2015. *Followers are opinion leaders : The role of people in the flow of political communication on and beyond social networking sites*. (August). <https://doi.org/10.1177/0267323115577305>
- Kasmania, M. F., & Ramle, N. 2014. Can Twitter be an Effective Platform for Political Discourse in Malaysia? A Study of #PRU13. *He International Conference on Communication and Media*.
- Klein, E., & Robison, J. 2019. Like, Post, and Distrust? How Social Media Use Affects Trust in Government. *Political Communication*, 00(00), 1–19. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1661891>
- Nasrulah, R. 2018a. *ETNOGRAFI VIRTUAL Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrulah, R. 2018b. *Khalayak Media, Identitas, Ideologi dan Perilaku Pada Era Digital*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ott, B. L. 2017. The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*, 34(1), 59–68. <https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1266686>
- Rachmaniar. 2017. Studi Etnografi Virtual Tentang Belajar Bisnis Untuk Ibu Rumah Tangga di Saluran Youtube Belajar Berbisnis Authors. *SOSIOGLOBAL Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 1(2), 168–174.
- Small, T. A. 2011. *What The Hastag? Tamara A . Small WHAT THE HASHTAG? A content analysis of Canadian politics on Twitter*. (July 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.554572>
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. 2013. Social

- media and political communication: a social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 1277–1291. <https://doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>
- Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. 2018. Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Mediation of Political Communication on Facebook and Twitter. *Political Communication*, 35(1), 50–74. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728>
- Sunarto, Adnan Hussein, Mario Antonius Birowo, Agustina Zubair, Setio Budi HH, Bonaventura Satya Bharata, Fajar Junaedi, MC Ninik Sri Rejeki, Y. Argo Twikromo, Basuki Agus Suparno, Chatarina Endah P, Anang Hermawan, Y. L. 2011. *Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Syahputra, I. 2018. *Opini Publik*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Taylor, T. L., & Jordan, T. 2002. Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet. In *Contemporary Sociology* (Vol. 31). <https://doi.org/10.2307/3089671>

JURNAL Interaksi

Jurnal Ilmu Komunikasi

Pesan Kesetaraan Gender Dalam Pidato Emma Watson di PBB Tahun 2014
Rio Saputra Ambarita

Pemberitaan Aksi Gerakan Tagar 2019 Ganti Presiden
Analysis Framing Robert N. Entman di *Mediaindonesia.com* Periode September
2018 – Januari 2019
Diah Agung Esfandari, Muhammad Izzuddin Alqosam

Branding Dan Positioning Identitas Budaya Indonesia Dalam Pesan Iklan TV
Komersial Bejo Bintang Toedjoe Jahe Merah
Agus Hermanto, Sa'diah El Adawiyah

Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ke Olivier Café,
Jakarta
Tashia Tariq

Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid
Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda

Relasi Politik, *Bullying* dan Etika Mengenai Isu “Muslim Uighur” di Media sosial
Yofiendi Indah Indainanto

Breaking Down “Firewall” among Public Relations and Journalism
Jamroji, Nasrullah

Strategi Komunikasi untuk Program *Corporate Social Responsibility* dalam
Pemberdayaan Masyarakat
Arifin Saleh, Mislan Sihite

JURNAL *Interaksi*

Jurnal Ilmu Komunikasi

Jurnal Interaksi diterbitkan oleh Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) bekerjasama dengan Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APIK PTM) yang terbit dua kali dalam setahun pada bulan Januari dan Juli. Terbit pertama kali pada bulan Januari 2017.

Jurnal Interaksi memuat tulisan yang difokuskan pada pemikiran kontemporer Ilmu Komunikasi, Media, Teknologi Komunikasi, Komunikasi Terapan, dalam berbagai sudut pandang atau perspektif.

Alamat Redaksi :

Jurnal Interaksi , Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU Gedung C

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan, Sumatera Utara 20238

No. HP : 0822 7700 0285 - 0815 3414 4140

Email : jurnalinteraksi@umsu.ac.id

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi>



JURNAL *Interaksi*

Jurnal Ilmu Komunikasi

Pesan Kesetaraan Gender Dalam Pidato Emma Watson di PBB Tahun 2014

Rio Saputra Ambarita

Pemberitaan Aksi Gerakan Tagar 2019 Ganti Presiden

Analysis Framing Robert N. Entman di *Mediaindonesia.com* Periode September 2018 – Januari 2019

Diah Agung Esfandari, Muhammad Izzuddin Alqosam

Branding Dan Positioning Identitas Budaya Indonesia Dalam Pesan Iklan TV Komersial Bejo Bintang Toedjoe Jahe Merah

Agus Hermanto, Sa'diah El Adawiyah

Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ke Olivier Café, Jakarta

Tashia Tariq

Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid

Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda

Relasi Politik, *Bullying* dan Etika Mengenai Isu “Muslim Uighur” di Media sosial

Yofiendi Indah Indainanto

Breaking Down “Firewall” among Public Relations and Journalism

Jamroji, Nasrullah

Strategi Komunikasi untuk Program *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan Masyarakat

Arifin Saleh, Mislan Sihite

JURNAL *Interaksi*

Jurnal Ilmu Komunikasi

Volume 4 Nomor 1 Edisi Januari 2020

DAFTAR ISI

1-11

Pesan Kesetaraan Gender Dalam Pidato Emma Watson di PBB Tahun 2014

Rio Saputra Ambarita

12-23

Pemberitaan Aksi Gerakan Tagar 2019 Ganti Presiden

Analysis Framing Robert N. Entman di *MediaIndonesia.com* Periode September 2018 – Januari 2019

Diah Agung Esfandari, Muhammad Izzuddin Alqosam

24-40

Branding Dan Positioning Identitas Budaya Indonesia Dalam Pesan Iklan TV Komersial Bejo Bintang Toedjoe Jahe Merah

Agus Hermanto, Sa'diah El Adawiyah

41-49

Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ke Olivier Café, Jakarta

Tashia Tariq

50-67

Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid

Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda

68-85

Relasi Politik, *Bullying* dan Etika Mengenai Isu "Muslim Uighur" di Media sosial

Yofiendi Indah Indainanto

86-97

Breaking Down "Firewall" among Public Relations and Journalism

Jamroji, Nasrullah

98-105

Strategi Komunikasi untuk Program *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan Masyarakat

Arifin Saleh, Mislan Sihite