

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Twitter menjadi salah satu alat politik dan berkembang juga menjadi alat propaganda. Di India saat ini Twitter dimanfaatkan untuk menyebarkan konten propaganda anti-Islam, hal ini membuat India mengalami lonjakan kekerasan komunal yang dihadapi oleh kaum minoritas India, terutama Islam. Berbagai hukum baru yang masuk dalam kehidupan sehari-hari mereka untuk mencampuri pakaian keagamaan, makanan, dan dimana serta bagaimana mereka beribadah. Supremasi etnis yang terjadi sudah tidak dapat dikendalikan oleh pengadilan, partai oposisi, dan media independen. Konsep dan cita-cita negara pluralisme mendapatkan perdebatan dari kaum nasionalis Hindu. Dalam pandangan Savarkar, hanya mereka yang menganggap India sebagai negara dan tanah air suci Hindu mereka yang benar-benar menjadi orang India atau dapat kita kenal dengan *Hindutva* yang berarti ke-Hindu-an (Serhan, 2022). Dengan begitu umat Islam dan Kristen hanya mampu memenuhi syarat patriotisme untuk dianggap sebagai warga kenegaraan India dan mereka tidak akan pernah memenuhi syarat tanah suci, karena tanah suci mereka ada di Arab atau Palestina.

Gambaran yang suram dari India yang konservatif dengan nasionalisme budaya yang agresif pada minoritas ditunjukkan oleh dinamika politik internal dibawah kepemimpinan fasis Modi dari Bharatiya Janata Party (BJP). Nasionalisme Hindu telah mempengaruhi politik India dengan menyerang masjid dan gereja, membunuh umat islam yang mengkonsumsi sapi, lembu dan kerbau oleh pasukan *Hindutva* (Jathol et al, 2019). Akibatnya, masyarakat India terfragmentasi antara praktisi *Hindutva* dan orang-orang yang menganjurkan sekuler, dengan mayoritas konservatif yang menguasai India saat ini, yang menyebarkan politik kebencian.

Supremasi Hindu di India memunculkan gerakan propaganda anti-Islam dan gerakan tersebut lebih kuat secara online dari pada yang sebenarnya di masyarakat India. Propaganda merupakan suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi opini atau tindakan publik melalui penyampaian

pesan yang dipilih secara selektif serta menggunakan teknik-teknik manipulatif untuk mencapai tujuan tertentu (Lock and Ludolph, 2019). Propaganda dapat digunakan untuk tujuan politik, militer, ekonomi, dan budaya. Dalam konteks hubungan internasional, propaganda sering digunakan sebagai alat untuk mempengaruhi opini publik tentang kebijakan dan tindakan suatu negara. Sejarah propaganda dalam hubungan internasional dapat ditelusuri hingga awal abad ke-20 ketika negara-negara besar mulai memperkenalkan propaganda sebagai alat untuk memenangkan dukungan domestik dan internasional untuk kebijakan mereka. Studi tentang propaganda dalam konteks hubungan internasional juga mencakup analisis dampaknya terhadap masyarakat internasional dan keamanan global. Lebih lanjut, setiap negara memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi penggunaan propaganda mereka, seperti faktor budaya, sejarah, sosial dan politik. Propaganda memiliki berbagai macam bentuk seperti media massa, kampanye iklan, dan media sosial. Di era digital, propaganda sering kali tersebar melalui platform media sosial seperti Facebook dan Twitter, yang dimana pesan yang dimuat dalam media sosial tersebut dapat dengan mudah menyebar secara global dalam waktu singkat. Salah satu *hard propaganda* anti-Islam yang dilakukan di India adalah melalui media sosial berupa Twitter. Tweet-tweet yang tersebar terutama di India adalah untuk mempengaruhi opini publik terhadap pandangannya ke komunitas Islam. Dengan mengeksploitasi isu sensitif kaum Islam, masyarakat India dan bahkan petinggi negara tersebut yang tidak sejalan dengan konsep sekularisme, menyebarkan tweets mereka yang dengan kampanye *hashtag*, teks dan video kekerasan yang menargetkan kepada umat Islam.

Twitter menjadi salah satu media sosial terbesar didunia, dengan *daily user* sebanyak 229 juta user yang tercatat dari tahun 2017 sampai dengan 2022 yang diunggah oleh statista pada November 2022 (Dixon, 2022). Dengan pengguna sedemikian banyak, twitter menjadi salah satu media sosial yang memiliki pengaruh bagi perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Twitter adalah salah satu platform media sosial yang sangat menjunjung *freedom of speech*. Konsep *freedom of speech* adalah produk dari demokrasi, kebebasan berpendapat merupakan salah satu kunci sebuah demokrasi berjalan. Namun disisi lain, banyak

yang mengkhawatirkan dari kebebasan berpendapat didalam platform Twitter ini, yaitu ketakutan akan digunakan untuk menyebarkan konten-konten negatif dan berbahaya, misalnya adalah penyebaran konten hoax, ujaran kebencian, propaganda dan konten-konten berbahaya lainnya. Dalam hal ini, memang terbukti adanya bahwa Twitter menjadi sarana untuk menyebarkan berbagai macam konten yang mengandung informasi yang berbahaya bagi ranah umum, salah satunya adalah propaganda yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok anti-Islam sehingga menyebabkan islamophobia.

Banyak ahli berpendapat bahwa internet secara umum dan media sosial secara khusus memiliki peran penting terhadap ekonomi, politik, dan budaya di seluruh dunia. Lebih lanjut, internet dan media sosial memiliki pengaruh independen terhadap politik, baik dalam demokrasi maupun rezim otoriter. Peran yang terlihat dari media sosial dalam mengkoordinasikan protes dan memberikan suara kepada oposisi dalam rezim otoriter telah menciptakan harapan besar terhadap internet dan media sosial sebagai "*Liberation Technology*" (Zhuravskaya et al., 2020). Menurut Morozov dalam Zhuravskaya (2020) mengatakan bahwa rezim otoriter menggunakan internet dan media sosial untuk pengawasan, propaganda, serta pengalihan isu. Zhuravskaya juga menyebutkan bahwa pengamat menyalahkan media sosial atas munculnya populisme, penyebaran ide-ide xenophobia, dan penyebaran *hoax* (Zhuravskaya et al., 2020).

India merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama hindu dengan persentase sebesar 79.62%, kemudian diikuti Islam 14.2%, Kristen 2.3%, Sikhs 1.9%, Budha 0.8%, Jains 0.4%, dan penganut agama lainnya sebanyak 8.1%, data tersebut didapat dari Laman Pew Research Center (Kramer, 2021). Partai politik yang sedang berkuasa di India saat ini adalah Bharatiya Janata Party (BJP) sebuah partai yang didirikan di atas landasan ideologis nasionalisme Hindu. Dipimpin oleh Perdana Menteri Narendra Modi, berhasil mengalahkan Partai Kongres petahana yang telah memerintah India selama sebagian besar sejarah politik India setelah merdeka. BJP menuduh Partai Kongres terlibat dalam "*pseudo-sekularisme*" dan memenangkan hati mayoritas Hindu di negara tersebut, sedangkan Partai Kongres cenderung lebih memihak pada komunitas minoritas

India. Berkuasanya BJP menandakan pergeseran menuju nasionalisme pro-Hindu (Vaishnav, 2019).

Sebagai kelompok minoritas, umat Islam mengalami berbagai macam tantangan, baik dari segi sosial, ekonomi, politik, dan budayanya. Kelompok Islam ditekan oleh kelompok militan Hindu sehingga umat Islam memisahkan diri dan hidup diluar lingkungan dari kelompok-kelompok yang menekan mereka (Putri, 2012). Meskipun mereka sudah mencoba memisahkan untuk menghindari dari penindasan, mereka tetap diberlakukan dengan tindakan yang sama di dunia maya, salah satunya Twitter. Pada masa Pandemi Corona 2019, umat minoritas Islam dituduh dan disalahkan sebagai penyebab dan distributor virus corona. Tudingan tersebut bermula dari 955 wisatawan asing yang datang ke acara Tabligh Jamaat pada Maret 2020, dan Polisi Delhi menyatakan bahwa mereka bersalah karena melanggar panduan Covid-19. Lalu berbagai macam media yang berupa saluran berita utama seperti Zee News, Republic TV, Aaj Tak, Network 18, dan beberapa media mainstream lainnya menyalahkan kelompok Islam karena telah menyebarkan Corona di India. Kemudian kebencian terhadap umat Islam semakin meningkat ketika bermunculan *hashtag* yang semakin memperburuk reputasi umat Islam, seperti #coronajihad, #covidjihad, dan #tablighjamaatvirus dari Maret sampai Agustus 2020 (Bhatia and Arora, 2022). Banyak bermunculan meme, infografis palsu, serta video dan foto palsu, yang dirancang untuk menuduh komunitas Islam yang menyebarkan virus corona untuk melawan umat Hindu. Melalui media Twitter para kelompok anti-islam menyebarkan propagandanya. Bahkan India tercatat sebagai tiga besar negara yang sering melakukan hate speech tentang Islam di twitter bersama amerika dan inggris. Sampai tahun 2022 sebanyak 55,12 persen tweet kebencian terhadap kelompok Islam berasal dari India (Butler, 2022).



Gambar 1.1 The 10 countries with the largest number geolocated Islamophobic tweets.

Sumber: *Islamophobia in The Digital Age, a study of anti-Islam tweets*, Umar Butler

Dari data diatas dapat diketahui bahwa twitter menjadi salah satu media yang memiliki pengaruh terhadap kehidupan sosial terutama masyarakat India. Menurut penelitian *Islamic Council of Victoria (ICV)* menyebutkan bahwa partai BJP bertanggung jawab atas penghasutan prasangka anti-Islam di India (Butler, 2022). Lebih lanjut ICV menyebutkan bahwa lonjakan sentimen anti-Islam di akun Twitter India berasal dari undang-undang yang mendiskriminasi Islam dan menyangkal kewarganegaraan mereka. Umat Islam dan India memang memiliki sejarah yang panjang dan tentu penindasan terhadap kaum Islam bukanlah yang baru-baru ini terjadi. Pada tahun 2015, Tejasvi Surya anggota parlemen muda dari partai BJP melemparkan tweet kontroversial yang mengatakan “*In short: true, terror has no religion. But the terrorist definitely has a religion and in most cases, it's islam*”. Namun kemudian tweet itu dihapus oleh pemerintah India, namun didalam tweet tersebut setelah dihapus terdapat pesan note yang berbunyi “*This Tweet from @Tejasvi_Surya has been withheld in India in response to a legal demand*”. Ini menandakan bahwa konten tersebut hanya dihapus untuk pengguna India dan masih dapat dilihat oleh orang diluar negara tersebut. *Tweets* sebagai sebuah wacana mengandung tujuan dan maksud yang dituliskan penulis, dalam konteks ini *tweets* tersebut mengandung propaganda yang ditujukan untuk mendiskreditkan umat Islam di India. Salah satu *tweets* diatas sangat terlihat jelas bahwa tujuan dari konten tersebut adalah untuk membangun opini bahwa teroris

sebagian besar merupakan dari kaum beragama Islam dan juga sangat terlihat terdapat muatan propaganda, apalagi tweet tersebut di unggah oleh salah satu petinggi India.



Gambar 1.2 Tejasvi Surya tweets (kiri: sebelum dihapus, kanan: setelah dihapus)

Sumber: <https://thewire.in/tech/at-govt-request-twitter-blocks-hate-speech>

Selain tweet diatas juga masih terdapat tweet yang menunjukkan sentimen anti-Islam di India, yang tidak hanya berasal dari orang pemerintah yang berkuasa tetapi juga dari masyarakat India itu sendiri. Kemudian pada masa Covid-19 muncul kembali tweet-tweet yang sangat kental dengan konten anti-Islam. Berbagai *hashtag* yang menyuarakan anti-Islam turut menjadi penggerak dalam propaganda ini, baik dalam bahasa Hindi ataupun bahasa Inggris. Kebanyakan tweet dan *hashtag* yang menggunakan bahasa Inggris ditahan ataupun dihapus oleh pihak Twitter, namun tidak pada *hashtag* yang menggunakan bahasa Hindi, seperti #पहले_कागज_फिर_व्यापार, yang dimana *hashtag* tersebut memiliki arti untuk mendorong pemboikotan para pedagang Islam.



Gambar 1.3 Tweet pemboikotan pedagang Islam

Sumber: <https://twitter.com/GyaneshLohomi/status/1248625309055741954?s>

Penelitian ini akan lebih berfokus pada propaganda anti-Islam yang terjadi di India melalui Twitter dimasa Pandemi Covid-19 atau pada tahun 2019-2022. Pada masa tersebut terdapat berbagai macam narasi-narasi propaganda anti-Islam yang terjadi dan memanfaatkan isu Covid-19 untuk memarjinalkan umat Islam di India. Selain isu Covid-19, pada masa itu juga terdapat sentimen-sentimen nasionalisme Hindu India.

1.2 Pertanyaan Riset

Melihat sejumlah fakta dan asumsi diatas, penulis hendak menganalisis “bagaimana bentuk pola diskursus propaganda anti-Islam di India melalui Twitter?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memiliki tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui bagaimana India sebagai sebuah pemerintahan dan masyarakat India menggunakan media sosial berupa twitter dalam melakukan propaganda anti-islam di India. Selanjutnya dapat menjadi sumber referensi bacaan atau referensi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang relevan dengan penelitian ini. Kemudian penelitian ini dapat memberikan tambahan pengalaman dan pengetahuan kepada penulis dalam menganalisis era yang baru melalui media, serta dapat mengembangkan literatur atau bahan bacaan yang berhubungan dengan twitter sebagai media diplomasi maupun sebagai media pergerakan sosial masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai “Propaganda Anti-Islam di India Melalui Twitter” memiliki beberapa manfaat, antara lain:

1. Meningkatkan analisis tentang pengaruh media sosial dalam menyebarkan propaganda anti-Islam di India. Dengan melakukan penelitian ini, dapat diketahui cara-cara dan pola-pola yang digunakan

oleh pelaku propaganda untuk mempengaruhi opini publik di media sosial.

2. Mendeskripsikan bagaimana propaganda anti-Islam dapat mempengaruhi hubungan antara umat Islam dan non-Islam di India. Penelitian ini dapat membantu untuk mengidentifikasi dampak negatif yang mungkin terjadi, seperti peningkatan ketegangan sosial, konflik antar agama, atau diskriminasi.
3. Menyediakan sumber informasi yang berguna bagi peneliti, mahasiswa, aktivis, dan masyarakat yang tertarik tentang isu-isu yang berkaitan dengan agama, politik, dan media sosial di India.
4. Mengembangkan kajian pengetahuan tentang bagaimana propaganda dan manipulasi dapat mempengaruhi persepsi dan pandangan orang, dan bagaimana hal ini dapat berdampak pada masyarakat serta bagaimana propaganda mempengaruhi sebuah kebijakan suatu negara.

1.5 Sistematika Tulisan

Untuk memudahkan pemahaman pada tulisan ini, penulis merancang dalam lima bab yang berbeda. Bab pertama akan membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika tulisan. Pada bab kedua, penulis akan menggunakan konsep analisis wacana kritis dan konsep propaganda sebagai landasan teoritis, serta membahas penelitian terdahulu yang relevan dengan tulisan ini. Bab ketiga akan mendeskripsikan metode penelitian yang digunakan dan teknik pengumpulan data yang diperoleh dalam tulisan dengan metode analisis wacana kritis. Bab keempat akan menjabarkan pertanyaan rumusan masalah yang akan dijelaskan, dianalisis, dan diberi argumentasi oleh penulis. Terakhir, bab kelima akan berisi kesimpulan dari keseluruhan tulisan.