

BAB V

KESIMPULAN

Twitter berkembang menjadi salah satu media untuk melaksanakan kepentingan politik. Di India Twitter digunakan untuk melakukan propaganda anti-Islam, dengan cara menyebarkan konten-konten yang mendiskreditkan umat Islam di India. Propaganda ini dilakukan oleh Individu maupun kelompok sayap kanan Hindu India yang menginginkan supremasi Hindu di India. Kelompok sayap kanan Hindu India ini merupakan salah satu bagian dari RSS, yang mempromosikan ideologi Hindutva, dan terafiliasi dengan BJP, partai penguasa India sementara. Hindutva adalah ideologi yang menginginkan pemerintahan India harus mengandung nilai-nilai Hindu dan kembali meng-Hindu-kan India.

Dalam melakukan propagandanya, propagandis sayap kanan Hindu India menggunakan berbagai macam teknik untuk meningkatkan keberhasilan propaganda tersebut. Dari sepuluh macam teknik yang diperkenalkan oleh Alfred McClung Lee & Alizabeth Briant Lee, teknik *Name Calling*, *Testimonials*, dan *Card Stacking* menjadi teknik yang memiliki faktor keberhasilan propaganda anti-Islam di India. Dalam analisis ini juga menemukan bahwa faktor isu sosial yang dieksploitasi oleh propagandis menjadi kekuatan dalam melegitimasi propaganda tersebut. Kepentingan domestik India menjadi tujuan utama dalam propaganda ini, namun tidak dapat dihindari bahwa hal tersebut juga mengundang respon dari berbagai negara, terutama negara-negara yang penduduknya mayoritas Islam. Namun mayoritas dari mereka hanya menyampaikan keprihatinan dan keberatan baik secara resmi maupun tidak resmi, dan tidak ada pemberian sanksi yang diharapkan mampu mengurangi dan menghentikan propaganda yang terjadi. Pakistan juga menjadi sorotan utama yang dimana Pakistan secara konsisten mengangkat isu-isu propaganda ini ke dunia internasional, dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dan mempromosikan perdamaian.