



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A
SK BAN-PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Propaganda Donald Trump Terkait Isu *Fake News* Terhadap
Pengguna Media Sosial *Twitter*
(2016-2021)**

Skripsi
Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Oleh:
Nasya Salsa Sakila Oeni
6091801162

Bandung
2022



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A
SK BAN-PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Propaganda Donald Trump Terkait Isu *Fake News* Terhadap
Pengguna Media Sosial *Twitter*
(2016-2021)**

Skripsi

Oleh:

Nasya Salsa Sakila Oeni

6091801162

Pembimbing

Anggia Valerisha, S.IP., M.Si.

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Nasya Salsa Sakila Oeni
Nomor Pokok : 6091801162
Judul : Propaganda Donald Trump Terkait Isu *Fake News* Terhadap Pengguna Media Sosial *Twitter* (2016-2021)

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 18 Januari 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Prof. Dra. Sukawarsini Djelantik, M. Int. S., Ph.D

: 

Sekretaris

Anggia Valerisha, S.IP., M.Si.

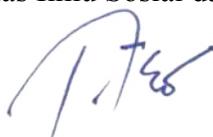
: 

Anggota

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nasya Salsa Sakila Oeni
Nomor Pokok : 6091801162
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Propaganda Donald Trump Terkait Isu *fake news*
Terhadap Pengguna Media Sosial *Twitter*
(2016-2021)

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini merupakan hasil karya tulisan ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun Karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak bena

Bandung, 5 Januari 2022



Nasya Salsa Sakila Oeni

6091801162

ABSTRAK

Nama: Nasya Salsa Sakila Oeni

NPM: 6091801162

Judul: Propaganda Donald Trump Terkait Isu *Fake News* Terhadap Pengguna Media Sosial *Twitter* (2016-2021)

Media berita memiliki peran yang penting untuk menjembatani komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Namun, Donald Trump sebagai seorang yang memiliki pengaruh dalam dunia internasional telah melabeli media berita seperti *Cable Network News (CNN)*, *New York Times*, dan *NBC News* sebagai *fake news* dan musuh dari masyarakat. Perlawanan Trump terhadap media berita tersebut dituliskan di media sosial *Twitter* yang menjadi platform komunikasi Trump dalam menyampaikan gagasan dan juga propagandanya. Hal ini menimbulkan kontroversi dan berdampak pada masyarakat global terutama para pengguna media sosial *Twitter*. Melalui penggunaan teori propaganda, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan penelitian: “*Bagaimana dampak aksi propaganda yang dilakukan oleh Donald Trump Terhadap pengguna media sosial Twitter dalam kurun waktu 2016 hingga 2021?*”. Sebagai konsekuensi dari periode penelitian tersebut maka konteks pandemi COVID-19 menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam pembahasan masalah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu studi dokumentasi terhadap data-data sekunder dan observasi terhadap isi *Twitter* Trump. Adapun data-data yang dikumpulkan dan dianalisis melalui teknik analisis isi. Penelitian ini menemukan bahwa aksi propaganda yang dilakukan Trump telah menimbulkan dampak terhadap rusaknya kepercayaan para pengguna *Twitter* terhadap media-media berita, yang juga menyebabkan orang-orang berbalik melawan jurnalisme berita. Hal ini secara tidak langsung mengancam keberadaan media sebagai salah satu pilar negara demokrasi.

Kata kunci: Donald Trump, *New Media*, Propaganda, *Fake News*, *Twitter*

ABSTRACT

Name: Nasya Salsa Sakila Oeni

NPM: 6091801162

Title: Donald Trump's Propaganda Related to The Issue of Fake News Issue Towards Twitter Social Media Users (2016-2021)

News Media has an important role to bridge communication between the government and the public. Nevertheless, Donald Trump, who has influence in the international world, has labeled news media such as Cable Network News (CNN), New York Times, and NBC News as fake news and the enemy of the people. Trump's opposition towards news media was written on Twitter, which has become Trump's communication platform in conveying his ideas and propaganda. This has caused controversy and has an impact on the global community, especially Twitter social media users. Through the use of propaganda theory, this study seeks to answer the research question: "How is the impact of Donald Trump's propaganda action towards Twitter social media users within a period of time from 2016 until 2021". As a consequence of the research period of time, the context of the COVID-19 pandemic has become an inseparable part of this issue. This study uses qualitative methods with data collection techniques namely the study of documentation towards secondary data and observations of Trump's Twitter contents. In addition, the collected data were analyzed through content analysis techniques. This research finds that Trump's actions have had an impact on destroying Twitter users' trust in the news media, which also causes people to turn against news journalism. This certain indirectly threatens the existence of the media as one of the pillars of democracy.

Keywords: Donald Trump, New Media, Propaganda, Fake News, Twitter

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan bimbingan-Nya, karena tanpa-Nya penelitian yang menjadi sebuah skripsi berjudul “Propaganda Donald Trump Terkait Isu *Fake News* Terhadap Pengguna Media Sosial *Twitter* (2016-2021)” tidak dapat terwujud dan terselesaikan. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan agar dapat lulus dari Program Studi Ilmu Hubungan Internasional dan memperoleh gelar Sarjana.

Penelitian ini mengkaji bagaimana tindakan propaganda Donald Trump sebagai pemimpin negara Amerika Serikat ke-45 terkait isu berita palsu terhadap para pengguna media sosial *Twitter*. Penulis berharap bahwa dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru atau menjadi acuan dan inspirasi untuk penulis lainnya dalam menyusun penelitian yang serupa.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tak mungkin luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis meminta maaf sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan dan juga kekurangan yang ditemukan di dalam penelitian ini. Penulis berharap bahwa dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Terlebih lagi, kritik dan saran yang membangun sangat dinantikan oleh penulis untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya yang lebih baik.

Bandung, 20 Desember 2021

Nasya Salsa

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.2.1. Pembatasan Masalah.....	13
1.2.2 Perumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	16
1.4. Kajian Pustaka.....	16
1.5 Kerangka Pemikiran.....	22
1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
1.6.1. Metode Penelitian.....	39
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.7. Sistematika Pembahasan.....	42
BAB II AKSI PROPAGANDA FAKE NEWS OLEH DONALD TRUMP 2016-2021	44
2.1 Perkembangan Fake News dan Kaitannya dengan Donald Trump.....	44
2.1.1 Penggunaan Istilah “Fake News” Sebagai Bentuk Penyerangan Trump Terhadap Media Berita.....	47
2.1.2 Trump Sebagai Sumber Informasi dan Penyebaran Fake News.....	53

2.2 Media Sosial Twitter sebagai Senjata Trump dalam Melakukan Propaganda.....	67
2.2.1 Kekuatan Media Sosial Twitter Sebagai Alat Propaganda.....	68
2.2.2 Social Engagement Melalui Unggahan Twitter Trump Terkait Fake News.....	73
BAB III PRO DAN KONTRA RESPONS PARA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER ATAS AKSI PROPAGANDA FAKE NEWS OLEH DONALD TRUMP.....	81
3.1 Respons Pro dari Pengguna Media Sosial Twitter atas Aksi Propaganda Donald Trump.....	82
3.2 Respons Kontra dari Pengguna Media Sosial Twitter atas Aksi Propaganda Donald Trump.....	90
BAB IV ANALISIS PROPAGANDA FAKE NEWS DONALD TRUMP (2016-2021).....	99
4.1 Speech act Trump di Twitter Sebagai Bentuk Konstruksi Sosial.....	99
4.2 Pemanfaatan Twitter Sebagai New Media Dalam Propaganda Fake News.....	102
4.3 Faktor-Faktor Keberhasilan Propaganda Fake News Trump Berdasarkan Model “The Fake News Triangle”.....	105
4.4 Analisis Propaganda Fake News Donald Trump berdasarkan Model Komunikasi Laswell.....	108
4.5 Analisis Teknik Propaganda Fake News Donald Trump di Media Sosial Twitter.....	110
4.6 Dampak dari Aksi Propaganda Fake News Trump terhadap Para Pengguna Twitter.....	124
4.6.1 Rusaknya Kepercayaan Para Pengguna Media Sosial Twitter Kepada Kantor Media Berita CNN, New York Times dan NBC News	125
4.6.2 Perselisihan antara Pengguna Media Sosial Twitter yang Pro dan Kontra Terhadap Trump.....	127
4.6.3 Kesulitan Penanganan Pandemi COVID-19 Akibat Propaganda <i>Fake News</i> Trump.....	130
4.6.4 Suspension akun Donald Trump Secara Permanen oleh Twitter...	133
BAB V.....	136
KESIMPULAN.....	136
DAFTAR PUSTAKA.....	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. The Fake News Triangle oleh Noufou Ouedraogo.....	31
Gambar 2. Unggahan Twitter Trump Terkait Terrified Todler Runs From Racist Baby.....	53
Gambar 3. CNN: These two toddlers are showing us what real-life besties look like.....	54
Gambar 4. The Fake News Triangle oleh Noufou Ouedraogo.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Social Engagement Unggahan Trump sebagai Fake News.....	73
Tabel 3.1. Contoh-Contoh Respons Pro Pengguna Twitter Terhadap Propaganda Fake News oleh Trump (2016-2018).....	80
Tabel 3.2. Contoh-Contoh Respons Pro Pengguna Twitter Terhadap Propaganda Fake News Trump (2019-2021).....	86
Tabel 3.3. Contoh-Contoh Respons Kontra Pengguna Twitter Terhadap Propaganda Trump (2016-2018).....	90
Tabel 3.4. Contoh-Contoh Respons Kontra Pengguna Twitter Terhadap Propaganda Trump (2019-2021).....	94
Tabel 4.1. Respons Pengguna Media Sosial Twitter terhadap Teknik Repeated-Affirmations oleh Trump.....	109
Tabel 4.2 Respons Pengguna Media Sosial Twitter Serupa Dengan Teknik Propaganda Vicarious Learning/Imitative Learning oleh Trump.....	111
Tabel 4.3 Unggahan Trump Yang Membahas Tentang Media Berita.....	112

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1 Peningkatan Pengguna Media Sosial Twitter (2010-2021).....	66
--	----

DAFTAR SINGKATAN

AS	: Amerika Serikat
ACHPR	: African Commission on Human and People's Rights
ARPANET	: Advanced Research Project Agency Network
CDC	: Centers for Disease Control
CLD	: Centre for Law and Democracy
CNN	: Cable News Network
NBC	: National Broadcasting Company
NY Times	: New York Times
OAS	: Organization of American States
OSCE	: Organization for security and Co-operation in Europe
PC	: Personal Computer
TIK	: Teknologi Informasi dan Komunikasi
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
WHO	: World Health Organization

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Abad ke-21 merupakan abad dimana teknologi berkembang secara pesat di seluruh aspek kehidupan manusia. Dari sisi individual, ini adalah era dimana manusia bisa terhibur oleh perangkat sederhana yang bisa masuk ke dalam saku mereka. Tak hanya itu, perkembangan ini telah berdampak hingga ke lingkup politik dan kehidupan bermasyarakat, tak terkecuali hubungan internasional. Melalui kemajuan teknologi dan perkembangan isu dalam skala internasional, aktor-aktor baru bermunculan dan fenomena-fenomena yang semula tak pernah diduga akan terjadi menjadi kenyataan. Studi ilmu hubungan internasional mulai melebar, dengan adanya interaksi antara dua faktor penting dalam sistem internasional, yaitu politik, yang memang esensi dari hubungan internasional, dengan internet, yang membuat ilmu hubungan internasional menjadi lebih kontemporer.¹ Terdapat satu faktor lain yang membuat teknologi dan ilmu hubungan internasional saling bertautan, yaitu dengan adanya gelombang globalisasi yang menciptakan interaksi melampaui lintas batas di antara para aktor.

¹ Attina, Fulvio. "INTERNATIONAL RELATIONS AND CONTEMPORARY WORLD ISSUES ." *International Relations* II. (Diakses pada 20 April 2021). <http://www.eolss.net/Sample-chapters/C14/E1-35-03.pdf>.

Globalisasi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari. Di era globalisasi, kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) berkembang semakin pesat. Definisi dari TIK itu sendiri merupakan sistem atau teknologi yang mampu untuk membuka atau mereduksi batasan-batasan ruang dan waktu untuk memindahkan, menganalisis, mengambil, menyimpan, menyajikan dan menyampaikan data menjadi informasi.² Pada saat ini, teknologi tidak terlepas dalam aspek kehidupan sehari-hari dimana setiap inovasi teknologi yang diciptakan akan memberikan banyak kemudahan bagi kehidupan masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas.

Kemajuan TIK telah mempermudah pekerjaan manusia seperti hadirnya ponsel pintar dan laptop sebagai perangkat yang dapat digunakan untuk mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan secara praktis.³ Kini akses terhadap informasi dan berita juga semakin mudah karena tersedia setiap saat, setiap detik, tanpa henti, dan semuanya itu terjadi di berbagai belahan dunia. Hal ini didukung dengan adanya peran dari kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang membuat penyebaran informasi menjadi semakin cepat, dan bahkan memungkinkan berita yang terjadi di belahan dunia timur akan terdengar

² Rosana, Anita Septiana. "Kemajuan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Industri Media Di Indonesia ." *Media Neliti*, 2010, 146–147.
<https://media.neliti.com/media/publications/218225-kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunik.pdf>. (Diakses pada 20 April 2021)

³ Kompasiana.com. "Zaman Yang Tidak Bisa Dihindari." KOMPASIANA, December 9, 2014.
<https://www.kompasiana.com/kebumen.com/54f928f0a3331142038b4710/zaman-yang-tidak-bisa-dihindari>. (Diakses pada 20 April 2021)

di belahan dunia barat dalam hitungan detik.⁴ Selain itu, kemajuan dari TIK juga membuat seseorang dapat membagikan, bertukar pikiran, bertukar informasi, dan melakukan diskusi kelompok dengan masyarakat lainnya secara global melalui internet.

Sebagaimana yang diketahui, bahwa internet merupakan produk dari majunya teknologi informasi dan komunikasi. Pada awalnya internet merupakan perkembangan dari *software* bernama ARPANET yang digunakan pertama kali pada tahun 1969 untuk kepentingan militer Amerika Serikat. Penggunaan internet diprivatisasi oleh AS hingga tahun 1990, kemudian dibebaskan dari kendali Departemen Perdagangan AS dan menyebar ke seluruh dunia dengan kecepatan yang sangat pesat.⁵ Meskipun internet sudah berkembang sejak puluhan tahun lalu, namun produk dari kemajuan TIK tersebut keberadaannya semakin dibutuhkan hingga saat ini oleh hampir seluruh masyarakat di dunia.⁶ Hal ini terjadi karena dengan adanya internet, manusia menjadi lebih mudah dalam melakukan berbagai aktivitas di kehidupan. Tentu, hal tersebut memunculkan ketergantungan manusia terhadap internet. Data menunjukkan bahwa pengguna internet berkembang pesat dari 413 juta penduduk di dunia pada tahun 2000

⁴ Hidalgo, Jorge Alberto. "Globalization of The Information Society," in *An Overview of Digital Media in Latin America* (London: University of West London, 2014), pp. 13-29. (Diakses pada 20 April 2021)

⁵ Rustam, Muhammad. "Network Society, Internet, and People Communication Activity ." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, April 23, 2017. <https://media.neliti.com/media/publications/223321-network-society-internet-dan-aktivitas-k.pdf>. (Diakses pada 20 April 2021)

⁶ Rosana, Anita Septiana. Op.Cit. Hlm 147.

hingga mencapai angka 4.54 miliar pada bulan Januari 2020.⁷ Selain itu, berdasarkan data dari We Are Social, rata-rata waktu yang dihabiskan dalam penggunaan internet di dunia adalah 6 jam 43 menit setiap harinya.⁸ Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan internet telah melekat erat pada kehidupan sehari-hari masyarakat dunia, melihat angka dari penggunaannya yang terus bertambah memberikan arti bahwa internet memberikan banyak manfaat untuk masyarakat. Manfaat internet yang telah dirasakan oleh masyarakat luas adalah mudahnya untuk mengakses informasi, mendapatkan hiburan musik, film, multimedia lainnya, serta melakukan transaksi jual beli. Kemudahan yang diberikan oleh internet juga dapat ditunjukkan melalui lahirnya berbagai platform media sosial sebagai sarana berkomunikasi.

Selain bermanfaat, internet juga berpengaruh terhadap pembentukan masyarakat jaringan. Masyarakat jaringan ini dapat terbentuk akibat adanya komunikasi melalui media sosial yang dapat dilakukan secara lintas batas, kota, negara, benua. Sehingga membuat para penggunanya saling terhubung dan membentuk menjadi suatu masyarakat jaringan.⁹ Masyarakat jaringan ini terbentuk dengan dipicu oleh perubahan sosial yang semakin masif di bidang

⁷ Roser, Max, Hannah Ritchie, dan Esteban Ortiz-Ospina. "Internet." Our World in Data, July 14, 2015.

<https://ourworldindata.org/internet#:~:text=The%20internet%20has%20been%20one,over%203.4%20billion%20in%202016>. (Diakses pada 20 April 2021)

⁸ Wickerson, Brittany, Chris Beer, Hannah Currey, and Saad Abukhadra. "Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media." We Are Social, February 4, 2020.

<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>. (Diakses pada 20 April 2021)

⁹ Surya, Santhiana, Fitri Alshibi, Bobby Wahyudi, dan Melani Rahmadanty. "Informasionalisme, Network Society, Dan Perkembangan Kapitalisme: Perspektif Manuel Castells," n.d.

[http://repo.unand.ac.id/15674/7/SPI DAN KEHUMASAN PEMERINTAH KELOMPOK.pdf](http://repo.unand.ac.id/15674/7/SPI%20DAN%20KEHUMASAN%20PEMERINTAH%20KELOMPOK.pdf).

Teknologi Informasi dan Komunikasi mengingat di abad ke-21 ini nyaris tidak ada aspek kehidupan manusia yang lepas dari bidang tersebut.

Hal ini dapat dibuktikan melalui waktu dari penggunaan media sosial yang kerap mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2012 pengguna sosial media menghabiskan waktu selama 1 jam 30 menit per harinya hingga mencapai 2 jam 25 menit pada tahun 2020.¹⁰ Hal tersebut terjadi karena media sosial telah menjadi platform yang dikonsumsi masyarakat dalam mengakses berbagai berita, informasi serta melakukan komunikasi. Salah satu platform media sosial yang populer digunakan saat ini adalah *Twitter*. Pengguna aktif dari media sosial ini telah mencapai angka 353 juta per bulannya pada tahun 2020 dari 54 juta perbulannya di tahun 2010.¹¹ *Twitter* telah menjadi media populer dalam mengkomunikasikan berita terbaru yang dikemas secara singkat, padat dan jelas dan hal tersebut menjadi salah satu alasan meningkatnya pengguna media sosial tersebut.¹²

Berita yang dikemas secara singkat dalam bentuk twit membuat pengguna mengkonsumsi berita tersebut secara lebih mudah dan cepat. Hadirnya akun media berita dalam media sosial *Twitter* ini tentu membawa perubahan bagi penggunanya dimana saat ini mereka lebih memilih untuk membaca berita lewat

¹⁰ Tankovska, H. "Daily Social Media Usage Worldwide." Statista, February 8, 2021. <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>. (Diakses pada 20 April 2021)

¹¹ TwitterIR. "Q4 And Fiscal Year 2020 Letter to Shareholders," February 9, 2021. https://s22.q4cdn.com/826641620/files/doc_financials/2020/q4/FINAL-Q4'20-TWTR-Shareholder-Letter.pdf. (Diakses pada 20 April 2021)

¹² Lin, Ying. "10 Twitter Statistics Every Marketer Should Know in 2021 [Infographic]." Oberlo. Oberlo, April 21, 2021. <https://www.oberlo.in/blog/twitter-statistics>. (Diakses pada 20 April 2021)

media sosial yang dikemas secara padat dan singkat daripada membaca langsung dari situs web. Tak hanya akun media berita, para pemimpin negara serta tokoh-tokoh penting politik juga memiliki akun pribadi mereka di media sosial Twitter. Fitur-fitur dalam *Twitter* dapat digunakan untuk berbagi pengalaman, gagasan, pendapat, foto dan juga video. Selain itu, terdapat fitur-fitur lainnya yang memungkinkan para penggunanya untuk merespon sebuah twit atau unggahan dengan memberikan komentar, *like* atau *retweet* yang digunakan untuk memposting kembali sebuah twit.¹³ Kita dapat menggunakan fitur-fitur tersebut tanpa pengecualian karena *Twitter* dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun kita berada selagi terhubung dengan adanya jaringan internet. Keterhubungan di antara para pengguna Twitter yang berasal dari berbagai negara di belahan dunia menjadikannya sebagai bagian dari masyarakat jaringan.

Lebih lanjut, semakin meningkatnya pengguna media sosial *Twitter* serta fakta bahwa media sosial ini dapat diakses oleh masyarakat global, berpengaruh terhadap banyaknya postingan yang berisikan baik informasi, opini, gagasan, foto dan video. Hal tersebut dapat didukung oleh data yang menunjukkan bahwa pengguna *Twitter* diseluruh dunia telah mencapai angka 396,5 juta dan unggahan di *Twitter* perhari dapat mencapai angka 500 juta twit.¹⁴ Terlebih lagi, penyebaran informasi melalui media sosial ini sangatlah mudah, cepat, dan terbilang murah. Pada tahun 2018, data menunjukkan bahwa unggahan di *Twitter* mencapai setengah

¹³ "Tentang Percakapan Di Twitter," Twitter (Twitter), (Diakses pada 21 April 2021) <https://help.twitter.com/id/using-twitter/twitter-conversations>.

¹⁴ Salcedosays:, Karina Luz Bocanegra, and Brian Deansays: "How Many People Use Twitter in 2021? [New Twitter Stats]." Backlinko, October 8, 2021. <https://backlinko.com/twitter-users>.

miliar twit per hari atau setara dengan 5.787 twit per detik.¹⁵ Jumlah twit tersebut menggambarkan pengaruh dan kekuatan *Twitter* sebagai platform media sosial yang dapat digunakan di seluruh dunia. Hal ini merupakan salah satu informasi yang sangat luar biasa terhadap masyarakat global terkait bagaimana *Twitter* digunakan secara aktif setiap harinya.

Masifnya arus informasi di *Twitter* berpengaruh terhadap munculnya berita-berita *fake news*. Dengan semakin terbukanya akses terhadap siapapun untuk memproduksi berita atau menyampaikan informasi kepada khalayak, menjadikan *fake news* sebagai tantangan baru bagi aktivitas jurnalisme secara global. Selain itu, hadirnya pandemi COVID-19 juga telah membuat *fake news* semakin banyak bermunculan. Hal ini diakibatkan oleh adanya ketidakpastian yang dihadirkan oleh pandemi COVID-19. Tersebarnya *fake news* terkait isu pandemi COVID-19 juga telah membuat banyak publik tidak mempercayai kehadiran dari virus tersebut dan mengabaikan protokol kesehatan. Sehingga membuat pandemi COVID-19 yang berdampak pada segala aspek kegidypan masyarakat dunia mulai dari kesehatan hingga ekonomi menjadi semakin sulit untuk ditangani.¹⁶ Hal ini menjadikan *fake news* sebagai salah satu isu global yang menjadi perhatian, bahkan oleh United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). UNESCO, sebagai badan dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menyatakan bahwa disinformasi atau yang dikenal dengan

¹⁵ Lin, Ying. "10 Twitter Statistics Every Marketer Should Know in 2021 [Infographic]." Oberlo. Oberlo, April 21, 2021. <https://www.oberlo.in/blog/twitter-statistics>. (Diakses pada 21 April 2021)

¹⁶ Nyilasy, Dr Greg. "Fake News in the Age of Covid-19." Faculty of Business and Economics. Diakses pada 22 Januari 2022. <https://fbe.unimelb.edu.au/newsroom/fake-news-in-the-age-of-covid-19>.

fake news merupakan informasi yang salah dan dibuat untuk merugikan seseorang, kelompok sosial, organisasi, atau negara. Kemudian, terdapat pernyataan dari UNESCO bahwa disinformasi perlu diberikan perlawanan karena dapat menyebabkan konsekuensi yang serius bagi demokrasi.¹⁷ Tak hanya itu, United Nation Human Rights, Organization of American States (OAS), African Commission on Human and People's Rights (ACHPR), dan Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE) telah melakukan deklarasi bersama terkait Kebebasan Berekspresi dan “*Fake News*”, Disinformasi, Propaganda pada 3 Maret 2017. Dalam Deklarasi Bersama tersebut mereka membahas isu ini dibantu dengan Artikel 19 dan Centre for Law and Democracy (CLD) untuk mengadopsi prinsip-prinsip hukum yang memerangi adanya *fake news* atau disinformasi.¹⁸

Dari pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa *fake news* merupakan fenomena yang terjadi secara global. Fenomena ini terjadi akibat dari semakin terbukanya akses setiap individu untuk membuat, membagikan, dan memperoleh informasi. Sebagai mana yang telah dijelaskan pula, bahwa penyebaran *fake news* secara global telah mengancam prinsip dan nilai-nilai kebenaran yang terdapat dalam demokrasi serta menyesatkan masyarakat luas. Selain itu, jika ditinjau dari

¹⁷ “Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training.” UNESCO, April 20, 2021. <https://en.unesco.org/fightfakenews>. (Diakses pada 21 April 2021)

¹⁸ “Joint Declaration on Freedom of Expression dan ‘Fake News’, Disinformation and Propaganda.” ARTICLE 19, October 17, 2017. <https://www.article19.org/resources/joint-declaration-on-freedom-of-expression-and-fake-news-disinformation-and-propaganda/>. (Diakses pada 21 April 2021)

segi akademik, fenomena fake news pun telah mendorong munculnya berbagai penelitian terkait. Maka dari itu, peneliti menganggap topik ini penting untuk diteliti karena semakin pesatnya Teknologi Informasi dan Komunikasi serta masifnya arus informasi dapat memunculkan berita-berita palsu yang dianggap mampu untuk mencederai demokrasi.¹⁹

1.2. Identifikasi Masalah

Kemajuan dari TIK telah menggiring segala aspek perubahan dalam kehidupan, seperti aspek ekonomi, sosial, politik dan juga budaya. Aspek-aspek tersebut tidak hanya dalam skala domestik tetapi juga dalam skala internasional. Dalam konteks Hubungan Internasional (HI), kemajuan dari TIK dan globalisasi telah membuat HI menjadi lebih kontemporer. Mengingat saat ini, hubungan internasional telah berhubungan erat dengan media sosial sebagai bentuk dari komunikasi. Adanya media sosial ini telah membantu aktor-aktor penting dalam politik terutama yang memiliki posisi sebagai pemimpin negara dapat berkomunikasi dengan mudah dengan masyarakatnya. Hal ini membuat aktor-aktor politik tersebut memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pandangan masyarakat yang dapat membantunya dalam menjalani pemerintahan. Namun, bagaimana jadinya jika aktor politik tersebut menggunakan media sosial untuk merendahkan media berita dengan melabelinya sebagai musuh dari masyarakat?

¹⁹ Muqsith, Munadhil Abdul, and Valerii Leonidovich Muzykant. "Effect Fake News for Democracy." *Jurnal Cita Hukum* 7, no. 3 (2019): 307–18. <https://doi.org/10.15408/jch.v7i3.12956>.

Nyatanya, media berita sendiri memiliki posisi penting untuk menjembatani komunikasi antara pemerintah dengan masyarakatnya.²⁰

Berhubungan dengan isu diatas, dapat tercerminkan dari aksi Donald Trump sebagai pemimpin negara Amerika Serikat ke-45 menyatakan bahwa media berita seperti *Cable Network News (CNN)*, *New York Times*, dan *NBC News* adalah media *fake news*. Pernyataan Trump tersebut telah menjadikan isu ini kontroversial yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat global terutama para pengguna media sosial *Twitter* yang menjadi platform komunikasi untuk Trump dalam menyampaikan gagasannya tersebut. Terlebih, istilah *fake news* yang digunakan Trump untuk menggambarkan media berita tersebut dinilai sebagai hal yang keliru. Karena pada umumnya, *fake news* memiliki arti sebagai berita yang tidak benar atau berita yang salah yang disampaikan oleh media berita resmi dan dapat merugikan seseorang, kelompok sosial, organisasi atau negara.²¹ Namun, Trump menuduh media-media berita tersebut sebagai *fake news* tanpa didasari dengan alasan-alasan yang relevan dan masuk akal, yang justru menunjukkan kepada khalayak bahwa Ia hanya tidak menyukai berita-berita negatif tentang dirinya yang akan merusak citranya sebagai pemimpin negara atau ‘orang yang paling berkuasa’ di Amerika Serikat. Hal tersebut setidaknya didukung oleh sejumlah fakta. Misalnya, diawali ketika Trump sedang

²⁰ Perry, Stephanie. “Trump and His Tweets: Presidential Propaganda and Its Potential Influence on the Actions of Others.” *Honors College Theses*, 2019.

https://digitalcommons.pace.edu/honorscollege_theses/238/. Diakses pada 21 April 2021

²¹ “The Now: What Is Fake News?,” GCFGlobal.org, diakses pada tanggal 21 April 2021, <https://edu.gcfglobal.org/en/thenow/what-is-fake-news/1/>.

melakukan kampanye pemilihan umum presiden AS. Pada saat itu, terdapat media berita seperti *CNN*, *New York Times*, dan *NBC News* yang mengeluarkan berita-berita terkait dengan Trump. Berita-berita tersebut dianggap bersifat negatif, yang diantaranya berisikan pernyataan bahwa Trump dicurigai menyembunyikan laporan soal iklim dan acara pidato Trump di Pensacola tidak dihadiri pengunjung. Selain itu, terdapat berita yang mencurigai Trump melakukan kolusi dengan pihak Rusia.²² Mendengar adanya berita tersebut, Trump memberikan respon yang agresif dan defensif melalui akun *Twitter* pribadinya. Dalam postingannya, Trump menuliskan bahwa media berita seperti *CNN*, *New York Times*, dan *NBC News* adalah media *fake news* yang merupakan “*the enemy of the people*”.²³ Ia menuliskan kalimat tersebut secara berulang-ulang kali dalam jangka waktu yang cukup panjang. Karena hingga tahun 2021, ia masih menggunakan frasa tersebut dan bahkan semakin sering digunakan dalam akun *Twitter* pribadinya.²⁴ Data menunjukkan bahwa frasa “*fake news*” telah digunakan dalam twitnya sebanyak 900 kali hingga akhir tahun 2020 lalu. Tak

²² “Trump Beri CNN Empat Dari 11 'Fake News Awards',” (diakses pada tanggal 21 April 2021), <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20180118100603-134-269804/trump-beri-cnn-empat-dari-11-fake-news-awards>.

²³ Wagner, John. “‘Crazed Lunatics’: Trump Again Attacks the News Media as ‘the Enemy of the People’,” *The Washington Post* (WP Company, January 7, 2019), https://www.washingtonpost.com/politics/crazed-lunatics-without-explanation-trump-again-attacks-the-news-media/2019/01/07/290aed10-126d-11e9-b6ad-9cfd62dbb0a8_story.html. (diakses pada tanggal 22 April 2021)

²⁴ Naterattner, “Trump’s Election Lies Were among His Most Popular Tweets,” *CNBC* (CNBC, January 13, 2021), <https://www.cnbc.com/2021/01/13/trump-tweets-legacy-of-lies-misinformation-distrust.html>. (diakses pada tanggal 22 April 2021)

hanya itu, Trump juga mengatakan bahwa media-media *fake news* tersebut dapat menyebabkan perang dan sangat berbahaya.

Trump merupakan seorang pemimpin yang memiliki kekuatan dan pengaruh besar dalam sistem internasional, apa yang ia lakukan melalui media sosial *Twitter*-nya itu dapat menimbulkan dampak yang negatif terhadap pengguna lainnya. Terlebih lagi, pengguna media sosial *Twitter* merupakan bagian dari masyarakat jaringan yang saling terhubung sehingga dampaknya akan tersebar luas dan dalam skala yang cepat. Bahkan, Trump tidak hanya melabeli media-media berita sebagai *fake news*, ia juga menjadi sumber dari *fake news*, terutama pada saat pandemi COVID-19 yang telah menimbulkan banyak ketidakpastian secara global. Atas dasar itu, isu ini dapat dikatakan sebagai isu global mengingat penyebaran berita yang tidak benar perlu diberikan perlawanan karena dapat merugikan seseorang, institusi atau negara dan menyebabkan konsekuensi yang serius bagi demokrasi.²⁵ Dari pemaparan tersebut, kasus ini dianggap penting untuk diteliti karena terancamnya posisi media sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakatnya. Terlebih lagi, terdapat respon-respon dari pengguna media sosial *Twitter* yang mendapatkan pengaruh dari postingan Trump di dalam akun *Twitter* pribadinya. Diantaranya ada yang menuliskan bahwa media berita telah memberitakan kebohongan yang dilakukan untuk membuat Trump terlihat buruk di depan publik. Selain itu, ia

²⁵ NIMCJ, Team. "Media – the Fourth Pillar of Democracy." *Media – The Fourth Pillar of Democracy*. NIMCJ, January 5, 2019. <https://www.nimcj.org/blog-detail/media-the-fourth-pillar-of-democracy.html>.

juga percaya ucapan Trump bahwa media berita merupakan musuh dari masyarakat.²⁶ Sebagaimana diketahui bahwa media memiliki peran dan fungsi sebagai *watchdog* yang mengawal dan mengawasi jalannya pemerintahan dengan memberitakannya atau memberi informasi kepada masyarakat. Selain itu, media juga memiliki peran untuk menjadi wadah publik dalam menyatakan pendapat, berinteraksi dan bertukar ide secara bebas dan terbuka. Untuk menjembatani pendapat, opini dan ide publik terhadap pemerintah pun telah menjadi peran dan fungsi dari media.²⁷ Maka, ketika Trump menyatakan bahwa media-media berita adalah *fake news*, hal ini telah menjadi gangguan terhadap peran dan fungsi media berita (media massa) sebagai saluran informasi bagi publik.

1.2.1. Pembatasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada Donald Trump sebagai pemimpin negara Amerika Serikat ke-45 yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Penulis kemudian akan menjelaskan bagaimana Trump menggunakan *fake news* dalam melabeli beberapa media berita dimulai pada saat kampanye pemilihan umum Presiden Amerika Serikat tahun 2016 hingga pada akhir masa jabatannya. Media berita yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *CNN*, *New York Times*, dan *NBC News*. Hal ini karena ketiga media berita tersebut yang kerap disebutkan

²⁶ KORAT. Twitter Post. April 16, 2021, 01.11 AM.

<https://twitter.com/k0rat99/status/1382758501806641153?s=21>. Diakses pada 22 April 2021.

²⁷ Kominfo, Pdsi. "Media Massa Miliki Peran Dalam Proses Demokrasi." Website Resmi

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Diakses pada 22 April 2021.

https://kominfo.go.id/content/detail/4198/media-massa-miliki-peran-dalam-proses-demokrasi/0/berita_satker.

oleh Trump sebagai media *fake news*. Dalam penelitian ini, penulis membatasi periode waktu penelitian selama empat tahun yaitu sejak 10 Desember 2016 hingga 8 Januari 2021 dan 30 November 2021. Secara spesifik, penulis memilih tanggal 10 Desember 2016 karena pada tanggal tersebut Trump mulai menggunakan istilah *fake news* terhadap *CNN* yang akhirnya menuai perbincangan publik global. Kemudian, penulis memilih tanggal 8 Januari 2021 sebagai batasan dari masalah penelitian karena pada tanggal tersebut akun media sosial *Twitter* pribadi milik Trump ditutup oleh pihak *Twitter*. Selain itu, penulis memilih tanggal 30 November 2021 sebagai batasan dari respons yang diberikan para pengguna *Twitter* terkait isu ini. Sebagai konsekuensi dari pemilihan periode waktu penelitian tersebut, maka konteks pandemi COVID-19 menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam pembahasan masalah.

Penelitian ini secara khusus berfokus hanya pada penggunaan media sosial *Twitter* sebagai platform yang kerap digunakan oleh Trump dalam melakukan aksi propagandanya. Dalam hal ini, penelitian menggunakan postingan-postingan sebagai respon dari para pengguna *Twitter* terkait dengan tuduhan-tuduhan *fake news* yang disebarkan oleh Trump. Kemudian, untuk menjelaskan latar belakang aksi yang dilakukan oleh Trump penulis menggunakan pendekatan komunikasi internasional, dengan memanfaatkan teori Propaganda serta konsep-konsep seperti *New Media*, dan *Network Society*. Pembatasan ini dilakukan agar penelitian dapat fokus terhadap masalah penelitian sehingga diharapkan mampu menjawab pertanyaan penelitian.

1.2.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana dampak aksi propaganda yang dilakukan oleh Donald Trump Terhadap pengguna media sosial Twitter dalam kurun waktu 2016 hingga 2021?”

1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan setidaknya untuk dua hal. Pertama, untuk memahami isu propaganda yang dilakukan oleh Donald Trump terkait pelabelan *fake news* terhadap media berita *CNN*, *New York Times*, dan *NBC News*. Kedua, untuk memahami bagaimana tindakan Donald Trump dapat dikategorikan sebagai aksi propaganda yang memberikan pengaruh terhadap para pengguna media sosial *Twitter*. Dengan kata lain, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara tindakan pemimpin negara yang dapat mempengaruhi pandangan dan juga sikap dari pengguna media sosial *Twitter* sebagai bagian dari masyarakat jaringan (*network society*). Selain itu, penelitian ini pun ditujukan untuk menjawab rumusan masalah sebagaimana yang telah dinyatakan pada sub bab 1.2.2.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat menyumbangkan pemikiran serta sudut pandang yang baru serta juga wawasan bagi para pembaca terkait topik “Propaganda Donald Trump Terkait Isu *Fake News* Terhadap Pengguna Media Sosial *Twitter*”. Penulis berharap penelitian ini dapat memperkaya keilmuan dalam studi Hubungan Internasional khususnya bagi kelompok bidang ilmu Politik Media dan Masyarakat Transnasional. Adalah harapan bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para penstudi yang mendalami topik yang sama serta bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4. Kajian Pustaka

Penulis menggunakan lima literatur yang dijadikan acuan dalam penelitian ini. Literatur pertama adalah artikel yang ditulis oleh Matthew A. Baum dan Philip B.K Potter dengan judul *The Relationships Between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis*. Artikel tersebut menjelaskan hubungan antara seorang pemimpin negara dan publik dengan menghadirkan aktor strategis ketiga, yaitu media yang memiliki peran penting terhadap hubungan tersebut. Dalam artikel ini, penulis memiliki pandangan bahwa media secara terus-menerus terlibat dalam proses membingkai berita yang dapat mempengaruhi opini publik dan juga hubungan antara publik dan seorang pemimpin.

Matthew dan Philip menuliskan bahwa media merupakan aktor sentral yang menjadi penghubung antara seorang pemimpin dan publik. Namun, terdapat beberapa media yang membingkai beritanya sesuai dengan yang diinginkan dan disukai oleh pemimpin. Hal ini dilakukan agar media tersebut mendapatkan insentif dan dukungan dari pemimpin tersebut. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidakseimbangan posisi media sebagai penghubung dimana ia cenderung lebih berpihak terhadap preferensi pemimpin daripada publik. Dalam artikel ini, Matthew dan Philip menjelaskan bahwa keadaan tersebut akan mempengaruhi kebijakan luar negeri, dimana suara dari publik merupakan hal yang penting untuk didengar dan dipertimbangkan oleh pemimpin dari negara demokrasi. Namun, jika terjadi ketimpangan informasi yang disampaikan oleh media, maka akan sulit untuk publik dalam mengetahui realita dari isu-isu tertentu yang memerlukan suara dari publik. Sehingga nilai-nilai dari jurnalisme seperti memberikan berita yang diinginkan dan dibutuhkan publik sesuai fakta yang terjadi di lapangan perlu ditegaskan. Selain itu, Matthew dan Philip memiliki pandangan bahwa media dapat menjadi forum publik untuk menyampaikan kritik, pandangan dan apapun yang berkaitan dengan kepentingan umum.²⁸ Maka dari itu, media perlu menerapkan nilai-nilainya untuk memainkan peran penting dalam proses kebijakan publik. Literatur ini memiliki sumbangsih sebagai pijakan bahwa media

²⁸ Baum, Matthew A., dan Philip B.K. Potter. "The Relationships between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis." *Annual Review of Political Science* 11, no. 1 (2008): 39–65, (Diakses pada 22 April 2021). <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.060406.214132>.

memiliki peran yang penting, terutama untuk menjadi forum publik dalam menyampaikan kritik serta berpengaruh terhadap proses kebijakan publik.

Literatur kedua yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sebuah artikel yang ditulis oleh Andrew S. Ross dan Damian J. Rivers dengan judul *Discursive Deflection: Accusation of “Fake News” and the Spread of Mis- and Dis-information in the tweets of President Trump*. Dalam artikel ini, Andrew dan Damian memiliki pandangan bahwa penggunaan Twitter dalam bidang politik terus mengalami perkembangan yang digunakan sebagai saluran untuk menyebarkan informasi dan opini. Dalam artikel ini, Andrew dan Damian menyoroti penggunaan Twitter oleh Donald Trump secara produktif pada masa kampanye pemilihan umum Presiden AS 2016.²⁹ Namun, penggunaan ini terus berlanjut sejak pemilihan kemenangan, pengukuhanannya sebagai Presiden dan hingga saat ini. Salah satu unggahannya yang paling menonjol adalah ejekan dan tuduhannya terhadap media-media seperti memberi label *fake news*.

Terkait dengan hal ini, Andrew dan Damian menyatakan dalam tulisannya bahwa Trump dapat dikatakan sebagai pelaku dalam penyebaran mis- dan disinformasi dengan menuduh dan melabeli media. Sehingga hal tersebut mengharuskan para pengguna media sosial terutama Twitter untuk mulai memahami sepenuhnya dampak Twitter dalam bidang politik termasuk lebih aktif dalam melakukan pengecekan fakta terhadap informasi-informasi yang tersebar.

²⁹ Ross, Andrew S., dan Damian J. Rivers. “Discursive Deflection: Accusation of ‘Fake News’ and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump.” *Social Media + Society* 4, no. 2 (2018): 205630511877601, (Diakses pada 22 April 2021) <https://doi.org/10.1177/2056305118776010>.

Karena pesan kontroversial yang diunggah oleh Trump akan mengakibatkan rusaknya kepercayaan publik terhadap media-media tersebut.³⁰ Literatur ini memiliki kontribusi sebagai data yang dapat digunakan oleh penulis untuk mengetahui bagaimana Trump mulai melabeli beberapa media berita sebagai *fake news* dan bagaimana Trump dapat disebut sebagai pelaku dalam penyebaran mis- dan disinformasi.

Dalam penelitian ini, akan digunakan data-data dari buku yang berjudul “*The Tweets of President Donald J. Trump: The Most Liked and Retweeted Tweets from the Inauguration through the Impeachment Trial*” yang menjadi literatur ketiga. Buku ini berisikan *twit-twit* Trump populer Trump yang banyak mendapatkan *like* dan juga *retweet*. Forefront Books sebagai penulisnya menyatakan bahwa Trump menggunakan alat politik baru yaitu internet untuk berkomunikasi secara instan dan juga efektif dengan rakyatnya. Kegemaran Trump menggunakan Twitter sebagai alat politiknya, membuat ia mengetahui betapa efektifnya sebuah *twit*. Dengan pengikutnya yang tidak sedikit, yaitu sebanyak 78 juta orang pada musim semi 2020, Trump memberikan dampak yang tidak dapat diabaikan baik terhadap para pengikutnya maupun pengguna *Twitter* lain yang membaca unggahannya. Sehingga tidak dapat disangkal bahwa nilai *twitnya* dapat menjadi bagian penting dari catatan sejarah.³¹ Maka dari itu, literatur buku ini memiliki sumbangsih untuk digunakan penulis dalam

³⁰ Ibid, hlm 11

³¹ *The Tweets of President Donald J. Trump: The Most Liked and Retweeted Tweets from the Inauguration through the Impeachment Trial*. Forefront Book, 2020.

mengakses data-data yang diperlukan dalam melakukan penelitian ini, mengingat akun *Twitter* Trump sudah dihapus secara permanen oleh pihak *Twitter* yang membuat penulis tidak bisa mengakses datanya.

Literatur keempat yang akan menjadi acuan dalam penulisan penelitian ini adalah artikel dengan judul *Political Elites' Use of Fake News Discourse Across Communications Platforms* yang ditulis oleh Kate Farhall, Andrea Carson, Scott Wright, Andrew Gibbons, dan William Lukamto. Dalam artikel ini, para penulis dalam artikel ini memiliki pandangan bahwa istilah *fake news* telah digunakan oleh politisi-politisi di seluruh dunia untuk menggambarkan organisasi berita atau media dengan liputan yang mereka anggap tidak menyenangkan. Dalam artikel ini, penulis menyatakan bahwa *fake news* dapat digunakan secara sengaja untuk tujuan politik strategis. Sehingga artikel ini mengambil salah satu contoh kasus penelitian penggunaan istilah *fake news* ³²_[obj]

Penulis menemukan bukti yang mendukung bahwa penggunaan frasa *fake news* oleh politisi Australia telah muncul sebagai bagian dari komunikasi politik strategis Australia semenjak pemilihan Donald Trump. Meskipun penggunaan frasa tersebut belum tersebar luas di kalangan anggota parlemen Australia, tetapi jurnalis gagal untuk membantah serangan reputasi tersebut terhadap integritas mereka. Sehingga kegagalan jurnalis untuk menentang penggunaan istilah *fake news* tersebut menghasilkan peluang bagi elit politik untuk menormalkan

³² Farhall, Kate, Andrea Carson, Scott Wright, Andrew Gibbons, dan William Lukamto. "Political Elites' Use of Fake News Discourse Across Communications Platforms." *International Journal of Communication* 13 (2019): 4353–4375. (Diakses pada 22 April 2021) <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10677>.

penggunaan istilah tersebut. Dalam artikel ini tertulis bahwa penggunaan istilah *fake news* untuk meragukan integritas media demi keuntungan politik terjadi dengan mengorbankan kepercayaan publik terhadap media. Maka dari itu, jurnalis perlu mengambil sikap yang lebih kritis terhadap politisi ketika istilah tersebut digunakan demi mempertahankan legitimasi profesional mereka di mata publik.³³ Literatur ini memiliki kontribusi dalam memberikan inspirasi untuk penulis melakukan penelitian ini dimana literatur tersebut membahas bagaimana penggunaan *fake news* oleh Trump mempengaruhi para politisi di Australia. Sehingga penulis melihat terdapat *gap* yang belum dibahas dalam penelitian ini, yaitu bagaimana pengguna media sosial *Twitter* terpengaruh oleh aksi Trump dalam menggunakan frasa *fake news*.

Literatur kelima yang akan digunakan penulis untuk mendukung penelitian ini adalah *The Role of Media is Vital in Ensuring Democracy and Good Governance*. Dalam artikel yang ditulis oleh Dr. Jai Kumar Sharma dan Pawan Kumar Dubey ini menuliskan bahwa media memiliki peran yang sangat penting dalam kelancaran fungsi demokrasi karena dapat membantu dalam membentuk opini publik tentang isu-isu penting seperti kemiskinan, pengangguran dan korupsi. Karena dengan adanya pembentukan opini publik dapat memaksa partai politik untuk mengatasi isu-isu tersebut. Sebagai pilar keempat demokrasi, media memiliki peran untuk melindungi dan mewakili kepentingan masyarakat dan berfungsi sebagai pengatur pemerintah agar dapat memastikan tata kelola yang

³³ Ibid, hlm 4357

lebih baik. Selain itu, artikel ini memiliki pandangan bahwa media yang independen, bebas dan dapat melaporkan permasalahan secara objektif dapat membantu dalam memastikan tata kelola pemerintah yang adil dan bermanfaat.

Dr. Jai Kumar Sharma dan Pawan Kumar Dubey juga menuliskan bahwa media perlu memiliki kekuatan investigasi untuk mengungkap kebenaran kepada publik sehingga dapat mewujudkan pemerintahan yang baik. Kemudian, media harus bebas dari segala bentuk pengaruh berbagai kelompok karena kredibilitas media menjadi hal yang sangat penting dalam membangun kepercayaan publik.³⁴ Sehingga literatur ini memiliki kontribusi untuk menjadi pijakan bahwa media itu memiliki peran yang sangat signifikan dan penting dalam demokrasi karena dapat membentuk opini publik dalam memastikan terwujudnya pemerintahan yang baik.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini penulis menggunakan perspektif konstruktivisme untuk melihat interaksi di antara para aktor, seperti wacana, isu, nilai, identitas, opini, norma, budaya, bahasa dan lainnya sebagai konstruksi gagasan. Pandangan konstruktivisme meyakini adanya konstruksi gagasan sebagai produk dari berbagai interaksi yang terjadi di antara aktor-aktor dalam ranah empirik. Terkait hal tersebut, interaksi dilakukan oleh aktor-aktor dalam hubungan internasional untuk menentukan identitas, kepentingan, intensi dan tindakannya yang dibentuk

³⁴ Sharma, Jai Kumar, and Pawan Kumar Dubey. "THE ROLE OF MEDIA IS VITAL IN ENSURING DEMOCRACY AND GOOD GOVERNANCE." *JETIR* 5, no. 4 (2018): 291–96. <https://www.jetir.org/papers/JETIR1804057.pdf>.

oleh nilai budaya, bahasa dan norma.³⁵ Berdasarkan kepercayaan dari konstruktivisme, penting untuk melihat bagaimana identitas aktor dapat mempengaruhi tindakannya. Hal ini dikarenakan konstruktivisme lebih menekankan pada tindakan aktor terhadap suatu peristiwa.

Sebagai salah satu pencetus konstruktivisme, Alexander Wendt menyatakan bahwa hampir semua peristiwa internasional seperti diplomasi, peperangan, perdamaian, negosiasi, konflik dan sebagainya merupakan konstruksi sosial buatan manusia. Peristiwa-peristiwa tersebut terjadi karena maksud dan tujuan tertentu yang dipengaruhi oleh kepentingan, norma, budaya, identitas dan linguistik.³⁶ Sehingga walaupun peristiwa tersebut dimaksudkan untuk menjadi sesuatu yang bersifat tetap, namun semuanya dapat berubah sesuai dengan kebutuhan dan konteks tertentu karena peristiwa tersebut merupakan hasil konstruksi sosial.³⁷

Selaras dengan pemikiran Alexander Wendt, Nicholas Onuf sebagai Konstruktivis keturunan Jerman menyatakan bahwa manusia ikut berperan aktif dalam menciptakan realitas politik seperti perdamaian, peperangan dan bahkan kondisi anarki. Realitas politik yang dicampur tangani oleh manusia tidak hanya bersifat konsitutif tetapi juga bersifat regulatif. Hal ini dikarenakan manusia cenderung membentuk aturan yang memiliki tiga karakter yaitu *assertive*,

³⁵ Philips, Andrew "Constructivism." *International Relations Theory for the Twenty-First Century*, 2007, 70–84. <https://doi.org/10.4324/9780203939031-12>.

³⁶ Wendt, Alexander. *Social Theory of International Politics*. Cambridge: University Press, 1999. Hlm 6-8.

³⁷ Adler, Emmanuel. *Seizing the Middle Ground: Constructivism in World Politics*. 3. Vol. 3, 1997. Hlm. 326.

directive dan *commisive* yang diwujudkan dalam bentuk pembicaraan atau *speech act*. Onuf melihat bahwa bahasa yang digunakan dalam membentuk *speech act* mempunyai kekuatan konstitutif. Sehingga ia percaya bahwa untuk mengetahui intensi dan motivasi seseorang, kita harus merujuk pada *speech act* yang mereka lakukan. Onuf menyatakan bahwa hal ini juga berlaku dalam hubungan internasional, dimana seorang negarawan harus dapat menangkap intensi dan motivasi suatu negara tertentu dengan memperhatikan *speech act* para pemimpinnya. Tidak hanya antar aktor negara, masyarakat juga harus mampu menangkap motivasi dan intensi dari para politisi, terutama pemimpin negara dengan memperhatikan dan mengikuti *speech act* yang ditampilkannya dibandingkan dengan membaca dokumen tertulis yang sudah terkontaminasi oleh berbagai kepentingan yang membuatnya menjadi tidak orisinal.³⁸ Terkait hal ini, komunikasi digunakan untuk membangun interaksi lewat ide-ide sebagai bentuk *speech act* guna mencapai intensi dan kepentingan dari mereka.

Studi ilmu hubungan internasional terus mengalami perkembangan beriringan dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat. Sehingga hal tersebut memunculkan studi ilmu hubungan internasional yang menjadi lebih kontemporer mengingat hadirnya teknologi bertautan dengan ilmu tersebut. Tentunya ini berkaitan dengan pendekatan komunikasi internasional yang pada awalnya difokuskan terutama pada interaksi antar negara dan antar pemerintah seperti diplomasi dan propaganda, dimana negara-negara yang kuat mendikte agenda

³⁸ Hadiwinata, Bob S. *Studi Dan Teori Hubungan Internasional: Arus Utama, Alternatif, Dan Reflektivis*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.

komunikasi. Menurut pandangan dari Hamid Mowlana, dengan adanya kemajuan dari Teknologi Informasi dan Komunikasi serta perkembangan media yang semakin pesat, telah menghasilkan perluasan cakupan dari komunikasi internasional. Pendekatan komunikasi internasional telah berkembang menjadi keragaman interaksi aktor non negara seperti lembaga non-pemerintah internasional, gerakan sosial serta individu.³⁹

Secara sederhana, komunikasi internasional didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi secara lintas batas oleh Thussu dalam bukunya yang berjudul "*International Communication: Continuity and Change*". Kemudian, Pusat Studi Internasional Institut Massachusetts mendefinisikan komunikasi internasional sebagai kata-kata, tindakan, ucapan serta sikap yang disinggung secara sengaja atau tidak sengaja oleh individu, pejabat atau kelompok dari negara lain.⁴⁰ Sehingga pendekatan komunikasi internasional yang mengadaptasi teori atau paradigma dari disiplin ilmu hubungan internasional dapat membantu dalam menjelaskan dan mengkaji isu-isu dalam hubungan internasional.

Seiring dengan perkembangan teknologi, komunikasi dapat terjadi secara lintas batas kota, negara maupun benua dalam waktu yang sangat singkat dan mudah. Hal ini dikarenakan terdapat transisi media yang sudah dipengaruhi oleh digitalisasi dan telah mempermudah terjadinya komunikasi secara lintas batas. biasa disebut dengan media baru. Media ini disebut dengan media baru yang

³⁹ Madikiza, Lucky, dan Elirea Bornman. "International Communication: Shifting Paradigms, Theories and Foci of Interest." *Communication* 33, no. 2 (2007): 11–44. <https://doi.org/10.1080/02500160701685391>. (Diakses pada 22 April 2021)

⁴⁰ Madikiza, Lucky, dan Elirea Bornman, Op.Cit. Hlm 25.

didefinisikan oleh McQuail sebagai wadah pesan komunikasi yang secara mudah disalurkan oleh teknologi internet terhadap audiens dalam meningkatkan proses interaksi dan komunikasi. Media baru membantu manusia dalam melakukan berbagai aktivitas sehari-harinya mengingat fokus utama dari media baru ini adalah internet.⁴¹ Sehingga dengan adanya media baru, kita dapat mengakses informasi dengan mudah, kapanpun, dimanapun melalui ponsel pintar yang berbasis internet.⁴²

Menurut Tony Feldman dalam bukunya yang berjudul “*An Introduction to Digital Media*” menjelaskan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik. Pertama, media baru mudah untuk dimanipulasi mengingat setiap orang memiliki akses untuk membagikan atau merubah data informasi dengan bebas. Kedua, mudahnya untuk saling bertukar konten atau informasi lewat jaringan internet yang tersedia membuat media baru bersifat *networkable* dimana hal tersebut membuat setiap orang terkoneksi yang berguna untuk berkomunikasi lintas batas, kota, negara dan benua. Selanjutnya, ukuran dari konten-konten dalam media baru dapat diperkecil atau bersifat *compressible* sehingga memudahkan kita untuk menyimpan konten-konten dalam media dan membagikannya kepada orang lain. Kemudian, media baru bersifat padat. Hal ini memiliki arti bahwa untuk menyimpan berbagai konten yang ada di dalam media baru, kita hanya

⁴¹ Lister, Martin. “New Media: Do We Know What They Are?” Essay. In *New Media: a Critical Introduction*. London: Routledge, 2009. Diakses pada 22 April 2021.

⁴² Boruah, Madhusmita. “MMC301: NEW MEDIA.” *Master of Arts Mass Communication Centre for Open and Distance Learning (CODL)*. Diakses pada 22 April 2021. http://www.tezu.ernet.in/tu_codl/Uploads/NEW%20MEDIA%20MODULE%20II%20SLM.pdf.

memerlukan *Personal Computer* (PC) atau ponsel pintar yang terkoneksi dengan jaringan internet.⁴³

Sehingga dapat disimpulkan bahwa perkembangan dari TIK telah membawa banyak perubahan dalam berbagai bidang di masyarakat. Salah satunya yaitu industri media yang mengalami transformasi seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi menjadi media baru yang berhasil menggeser kedudukan media lama. Salah satu produk dari media baru yang kembali naik daun saat ini adalah *Twitter*. Sosial media ini diluncurkan pada tahun 2006 dan popularitasnya meningkat pesat. Meskipun sempat mengalami penurunan pengguna, *Twitter* berhasil bangkit kembali pada tahun 2020 lalu. Fitur-fitur di *Twitter* sangat mempermudah penggunanya untuk mengetahui berita-berita terkini, sehingga dapat membuat suatu unggahan populer tersebar dengan sangat cepat. Hal tersebut mendukung maraknya propaganda yang dilakukan melalui *Twitter*. Seperti fitur penggunaan tagar dapat membuat unggahan menjangkau khalayak yang besar dan memungkinkan unggahan tersebut dapat dicari para penggunanya dari berbagai penjuru dunia. Selain itu, pengguna dapat berkomunikasi dengan sangat mudah karena terdapat fitur balasan yang memungkinkan pengguna untuk saling bertukar gagasan. Kemudian, fitur *likes* dan *retweets* juga menjadi fitur yang paling populer di media sosial *Twitter* ini dikarenakan dengan adanya fitur tersebut, unggahan kita dapat dilihat oleh pengikut dari pengguna yang menyukai atau *me-retweets* unggahan kita. Sehingga semakin banyak angka *likes* dan juga

⁴³ Rosana, Anita Septiana. Op.Cit. Hlm 50.

retweets, maka semakin banyak pengguna media sosial *Twitter* yang dapat kita jangkau dari unggahan kita tersebut. Fitur-fitur tersebutlah yang membentuk *social media engagement* atau ukuran bagaimana para pengguna media sosial berinteraksi dengan akun serta unggahan konten di dalam akun media sosial kita.

⁴⁴ Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk dari media baru ini memiliki potensi hubungan yang lebih interaktif antara para penggunanya melalui terjalinnya komunikasi satu sama lain sehingga membentuk masyarakat jaringan.

Masyarakat jaringan merupakan salah satu konsep yang dapat menggambarkan fenomena hubungan komunikasi antar masyarakat melalui penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Pandangan ahli terkemuka dari konsep masyarakat jaringan ini adalah Manuel Castells dengan bukunya yang berjudul "*The Rise of The Network Society*". Didalam bukunya, ia menuliskan bahwa masyarakat jaringan itu merupakan masyarakat yang struktur sosialnya terdiri dari jaringan yang didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi berbasis mikro-elektronik. Castells menekankan bahwa yang menjadi faktor kunci dari konsep masyarakat jaringan adalah adanya penggunaan Teknologi Komunikasi dan Informasi yang telah membantu menciptakan dan mempertahankan jaringan secara berjauhan dimana jenis-jenis hubungan sosial baru diciptakan.⁴⁵

⁴⁴ Eckstein, Mike. "Social Media Engagement: Why It Matters and How to Do It Well." Buffer Library. Buffer Library, April 11, 2021. <https://buffer.com/library/social-media-engagement/>.

⁴⁵ Ashby, Jacqui. 1.4 The network society. Accessed April 23, 2021. https://www.soas.ac.uk/cedep-demos/000_P523_MKD_K3637-Demo/unit1/page_10.htm. (Diakses pada 22 April 2021)

Castells melihat masyarakat jaringan sebagai pengguna teknologi yang lingkungannya telah menyatu dengan teknologi tersebut. Sehingga teknologi bukan lagi suatu hal yang khusus, melainkan sudah menjadi bagian dari dalam hidupnya. Ketika penggunaan ponsel pintar yang digunakan untuk aktivitas kehidupan sehari-hari tersebut ketinggalan, maka akan menimbulkan perasaan ketidakpastian. Selain itu, Castells memiliki pandangan bahwa masyarakat jaringan terbentuk karena adanya informasi yang tersebar luas sehingga dapat diakses oleh siapa saja dan membuat Teknologi Informasi dan Komunikasi menjadi peran penting dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari tempat kerja, perjalanan dan sarana hiburan yang tersedia. Hal ini membuat para pengguna Teknologi Informasi dan Komunikasi tersebut saling terhubung satu sama lain secara lintas batas kota, negara, dan benua yang membentuk gambaran dari konsep masyarakat jaringan.⁴⁶

Hadirnya masyarakat jaringan dibantu dengan adanya media baru sebagai platform yang memungkinkan komunikasi terjadi secara lintas batas dalam waktu yang sangat singkat telah memudahkan manusia dalam berkomunikasi maupun mengakses berbagai informasi dan berita. Namun, kemudahan akses dan pesatnya arus informasi telah membuat *fake news* semakin mudah untuk disebarkan dan ditemukan dalam berbagai platform komunikasi saat ini. Sehingga hal tersebut telah menjadi sesuatu yang kontroversial ditengah masyarakat saat ini.

⁴⁶ Surya, Santhiana, Fitri Alshibi, Bobby Wahyudi, dan Melani Rahmadanty. “Informasionalisme, Network Society, Dan Perkembangan Kapitalisme: Perspektif Manuel Castells,” n.d. [http://repo.unand.ac.id/15674/7/SPI DAN KEHUMASAN PEMERINTAH KELOMPOK.pdf](http://repo.unand.ac.id/15674/7/SPI%20DAN%20KEHUMASAN%20PEMERINTAH%20KELOMPOK.pdf). (Diakses pada 22 April 2021).

Definisi dari *fake news* sendiri tertera dalam beberapa jurnal ilmiah yang secara umum mendefinisikannya sebagai kepalsuan dalam bentuk berita. Seperti yang dituliskan oleh Allcott dan Gentzkow, *fake news* merupakan artikel berita yang sengaja dibuat dan dapat menyesatkan pembaca.⁴⁷ Serupa dengan pernyataan dari Allcott dan Gentzkow, Golbeck dan yang lainnya menyebutkan *fake news* sebagai informasi yang disajikan sebagai berita yang secara faktual tidak benar dan dirancang untuk menipu.⁴⁸ Kemudian, definisi dari perpustakaan Universitas Michigan menyatakan bahwa *fake news* merupakan berita yang salah, berita yang dibuat-buat tanpa fakta dan sumber atau kutipan yang dapat diverifikasi. Selain itu, *fake news* tersebut mungkin sebuah propaganda yang sengaja dirancang untuk menyesatkan pembaca dan ditulis untuk memenuhi agenda sosial.⁴⁹

Fake news terdapat di dalam ekosistem misinformasi dan disinformasi yang lebih besar. Misinformasi merupakan informasi yang salah atau palsu tetapi tidak dibuat dengan maksud untuk menipu dan menimbulkan kerugian. Berbeda dengan misinformasi, disinformasi merupakan informasi yang tidak benar dan sengaja dibuat, kemudian disebarkan untuk mempengaruhi opini publik atau mengaburkan kebenaran yang dapat merugikan seseorang, kelompok sosial,

⁴⁷ Allcott, H, Gentzkow, M (2017) Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives* 31(2): 211–236.

⁴⁸ Golbeck, J.; Mauriello, M.; Auxier, B.; Bhanushali, K.H.; Bonk, C.; Bouzaghrane, M.A.; Buntain, C.; Chanduka, R.; Cheakalos, P.; Everett, J.B.; et al. Fake news vs satire: A dataset and analysis. In Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science, Amsterdam, The Netherlands, 27–30 May 2018; Association for Computing Machinery: New York, NY, USA, 2018; pp. 17–21.

⁴⁹ “Research Guides.” Research Guides. Diakses pada 4 Desember 2021. <https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=637508&p=4472297>.

organisasi atau bahkan negara. Definisi tersebut dituliskan dalam buku yang dipublikasikan oleh UNESCO sebagai upaya perlawanan terhadap kerusakan yang dibawa oleh hadirnya *fake news*.⁵⁰ Sehingga dapat disimpulkan bahwa dampak yang dihadirkan dari merajalelanya *fake news* saat ini telah membuat Lembaga Internasional UNESCO turun tangan untuk ikut serta memeranginya.

Gambar 1. *The Fake News Triangle* oleh Noufou Ouedraogo



Sumber: Noufou Ouedraogo, “Social Media Literacy in Crisis Context: Fake News Consumption during COVID-19 Lockdown”, 2020.

Fake news dapat dimanfaatkan dalam melakukan propaganda yang saat ini telah marak dilakukan oleh para politisi. Berdasarkan penelitian Studi Jurnalisme, mereka menyatakan bahwa *fake news* telah digunakan secara strategis sebagai instrumen propaganda. *Fake news* telah digunakan dan menjadi bagian dari agenda pemimpin politik tertentu untuk membangun pemerintahan otoriter

⁵⁰ “Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training.” UNESCO, May 7, 2021. <https://en.unesco.org/fightfakenews>.

dengan mendorong populasi target untuk percaya bahwa mereka memiliki ‘otoritas atas kebenaran itu sendiri’. Seperti yang ditunjukkan oleh Figur 1 atau yang disebut dengan *The Fake News Triangle*, *fake news* membutuhkan tiga faktor yaitu *tools and services*, *social networks* dan *motivation* untuk berhasil tersebar dan menjangkau populasi targetnya sebagai propaganda. Pertama, *tools and services* memiliki peran yang penting untuk memanipulasi dan menyebarkan pesan di seluruh jaringan media sosial. *Tools and services* seperti pengikut dan penyuka berbayar maupun layanan untuk promosi media sosial saat ini sudah tersedia dan dapat diakses dengan sangat mudah. Hal ini tentunya membantu pesan *fake news* tersebut untuk tersebar dalam waktu yang cepat dan juga relevan dengan minat para pengguna media sosialnya. Kemudian, untuk membuat *tools and services* ini berguna, harus terdapat *social networks* sebagai platform untuk menyebarkan propaganda. Ketiga, terdapat motivasi dibalik pelaku penyebar *fake news*, meskipun terkadang hanya untuk mendapatkan uang melalui iklan atau untuk tujuan lain seperti dalam kasus kriminal hingga kepolitik. Terlepas dari motivasinya, keberhasilan propaganda akan didasarkan pada seberapa besar pengaruh pelakunya terhadap dunia nyata.⁵¹

Dalam hubungan internasional, propaganda dikembangkan selama dua konflik besar sebagai ‘senjata’ dan instrumen dari kebijakan pemerintah. Terlahir sebagai teknik modern di jaman Prancis Napoleon, kemudian dijadikan alat politik selama Perang Dunia Kedua, propaganda terus digunakan secara luas dan

⁵¹ Marsili, Marco. “Propaganda and International Relations: an Outlook in Wartime .” *ResearchGate*, 19, December 2015, 1–2.

berhasil dalam Perang Teluk. Saat ini, propaganda kerap digunakan oleh pemerintah dan politisi untuk mendukung posisi mereka di dunia internasional dengan mempengaruhi opini publik.⁵²

Propaganda sendiri merupakan salah satu bentuk komunikasi yang berupa seni permainan kata-kata dan digunakan oleh individu maupun kelompok secara berulang-ulang untuk menyampaikan kebenaran versi sang propagandis. Hal ini dilakukan dengan cara-cara yang persuasif dengan tujuan untuk merubah atau mempengaruhi pandangan, opini, sikap dan perilaku masyarakat atau massa yang menjadi targetnya. Maka dari itu, dapat disimpulkan secara singkat bahwa berita palsu dapat dibuat sebagai instrumen propaganda untuk mempengaruhi atau memanipulasi target sang propagandis.⁵³

Propaganda telah ada sejak lama dengan berbagai macam teknik yang semakin lama semakin beragam dan berkembang. Namun, sebelum mengetahui macam-macam teknik propaganda, penting untuk memahami model komunikasi menurut Harold Lasswell yang pada awalnya dikembangkan untuk menganalisis propaganda pada tahun 1948. Laswell menuliskan disertasi yang berjudul *“Propaganda and Communication in World History”* sebagai bentuk ketertarikannya dalam propaganda dan ilmu komunikasi. Sebagai seorang ilmuwan politik yang mendalami bidang komunikasi politik dan propaganda, Harold Laswell memformulasikan 5 (lima) pertanyaan dalam menganalisis proses

⁵² Ouedraogo, Noufou. “Social Media Literacy in Crisis Context: Fake News Consumption during COVID-19 Lockdown.” *SSRN Electronic Journal*, 2020. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3601466>.

⁵³ Hobbs, Renee. “Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy.” *Journal of Media Literacy Education* 6, no. 2 (2014): 56–67. <https://doi.org/10.23860/jmle-2016-06-02-5>. (Diakses pada 22 April 2021).

komunikasi. Pertama, *who* yang dapat diartikan sebagai siapa pelaku utama atau komunikator yang memulai dan memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi. Kedua, *says what* diartikan sebagai pesan atau informasi apa yang disampaikan sang komunikator terhadap penerima. Terkait hal ini, perasaan, nilai dan gagasan biasanya tercantum dalam isi pesan dari komunikator. Ketiga, *in which channel* atau alat apa yang menjadi media sang komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Hal ini dapat secara langsung seperti bertatap muka maupun tidak langsung seperti melalui media elektronik. Keempat, *to whom* atau siapa yang menjadi penerima pesan (komunikan) dari komunikator. Kelima, *with what effect* yang dapat diartikan sebagai dampak atau efek yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Hal ini dapat dicontohkan sebagai adanya perubahan sikap, pandangan serta bertambahnya pengetahuan. Adanya model komunikasi menurut Laswell ini dapat dijadikan acuan untuk menjelaskan bagaimana Trump berkomunikasi dalam melakukan aksi propagandanya.⁵⁴

Propaganda dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik. Seorang profesor psikologi di Universitas Santa Clara yang bernama Jerry Kroth memberikan penjelasan terkait teknik-teknik bagaimana propaganda dilakukan. Jerry Kroth memberikan penjelasan terkait dengan propaganda ini melalui unggahan kuliah elektroniknya yang berjudul "*Propaganda and Manipulation: How American Mass Media Engineers and Distorts Our Perceptions*". Dalam unggahannya, Jerry Kroth memiliki pandangan bahwa tujuan dari propaganda

⁵⁴ "Laswell's Model." Communication Theory, July 10, 2014. <https://www.communicationtheory.org/laswells-model/>.

adalah untuk membuat seseorang merasa lebih baik akan suatu hal dengan menutup kebenarannya. Selanjutnya, ia menjelaskan lima buah teknik bagaimana propaganda dilakukan. Teknik-teknik propaganda tersebut terdiri dari *reframing* “*newspeak*”, *repeated affirmations*, *vicarious learning/imitative learning*, *distraction and denial*, dan *classical and operant conditioning*.⁵⁵

Reframing “*newspeak*” merupakan teknik propaganda yang membuat hal buruk menjadi terdengar lebih baik. Salah satu contoh teknik propaganda ini adalah ketika pabrik-pabrik di Amerika Serikat pindah ke negara berkembang dan menyatakan bahwa hal tersebut dilakukan untuk membuka dan meningkatkan lowongan pekerjaan. Namun, kenyataannya hal tersebut dilakukan untuk memaksimalkan keuntungan dengan memberi upah pekerja di negara berkembang yang sangat minim. Sehingga sesuatu hal yang buruk akan terdengar baik dan manis dengan teknik *reframing*.

Repeated-affirmations sebagai salah satu teknik yang dijelaskan oleh Jerry Kroth dalam kuliah elektroniknya akan digunakan dalam penelitian ini sebagai kerangka penelitian. Jerry Kroth menjelaskan teknik ini menggunakan ilustrasi bahwa ketika seorang tokoh ilmuwan mengatakan $2+2=5$ dan pemenang Penghargaan Nobel mengatakan hal yang sama, kemudian hal tersebut diucapkan secara berulang-ulang hingga akhirnya kita mulai mempercayainya. Hal tersebut digunakan para propagandis untuk membuat targetnya percaya akan kebenaran

⁵⁵ Kroth, Jerry, “*Propaganda and Manipulation: How American Mass Media Engineers and Distorts Our Perceptions*”, Youtube Video, 1:17:09, diunggah pada 20 Oktober 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=Pfo5gPG72KM&t=3771s> (Diakses pada 22 April 2021).

menurutnya dengan diucapkan secara berulang-ulang kali hingga pada akhirnya diyakini sebagai kebenaran. Selain itu, Jerry mengutip pernyataan dari mantan menteri propaganda Nazi, yaitu Joseph Goebbels bahwa propaganda harus dilakukan dengan membatasi poin-poinnya dan dilakukan secara berulang-ulang kali. Hal ini juga didukung oleh pernyataan George Bush bahwa dalam pekerjaannya, harus dilakukan secara berulang kali untuk menghasilkan propaganda.⁵⁶

Vicarious learning/imitative learning merupakan teknik propaganda yang dapat mempengaruhi seseorang agar ia meniru tindakan yang diinginkan sang propagandis. Dalam penjelasannya, Kroth menggambarkan jika terdapat anak kecil dengan rambut keriting yang kemudian melihat anak kecil dengan rambut keriting juga, maka ia akan tertarik untuk memperhatikan anak tersebut. Ketika ia melihat anak dengan rambut keriting itu sedang menendang hewan sembari tertawa dan terlihat senang melakukannya, maka anak kecil yang melihatnya tersebut akan meniru perilaku yang baru saja ia lihat. Adanya kesamaan antara target dan sang propagandis akan membuat teknik ini semakin efektif untuk dilakukan. Tak hanya itu, teknik ini juga akan menjadi sangat efektif untuk dilakukan ketika sang propagandis merupakan seseorang yang terkenal atau memiliki banyak penggemar yang menjadikannya sebagai *role model*.⁵⁷

⁵⁶ Kroth, Jerry (*Propaganda and Manipulation: How American Mass Media Engineers and Distorts Our Perceptions*), Op.Cit.

⁵⁷ Ibid

Distraction and denial sebagai teknik propaganda yang lebih menonjolkan sisi baik daripada mengungkap hal lain yang buruk atau secara singkat merupakan pengalihan isu. Seperti iklan *Coca-Cola* yang menunjukkan bahwa ia turut membantu kebersihan lingkungan di dunia sebagai salah satu perusahaan hijau. Namun, yang tidak kita lihat adalah *Coca-Cola* memproduksi plastik sebesar 25 juta botol plastik perhari dan membutuhkan 450 hingga 750 tahun untuk dekomposisi dari botol plastik terjadi.⁵⁸

Classical and operant conditioning merupakan teknik propaganda yang membuat seseorang akan melakukan sesuatu dengan melihat konsekuensinya, seperti hukuman dan penghargaan. Salah satu contohnya adalah promosi yang dilakukan oleh *McDonalds* dengan memberikan hadiah atau mainan dengan membeli paket anak-anak. Sehingga agar mendapatkan hadiah tersebut, anak-anak akan terus ingin membeli makanan dari *McDonalds*.⁵⁹

Dengan teknik yang tepat, propaganda dapat mencapai sasaran dan tujuan secara efektif. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat, terdapat teknik-teknik propaganda yang dipublikasikan cukup lampau namun kerap digunakan hingga saat ini terutama di dalam media sosial. Teknik ini dikemukakan oleh Alfred McClung Lee dan Alizabeth Briant Lee pada bukunya yang berjudul *The Fine Art of Propaganda* tahun 1939. Terdapat tujuh teknik

⁵⁸ Kroth, Jerry (*Propaganda and Manipulation: How American Mass Media Engineers and Distorts Our Perceptions*), Op. cit.,

⁵⁹ Ibid

propaganda yang di klasifikasikan oleh mereka, yaitu *Name-Calling*, *Glittering Generality*, *Transfer*, *Testimoni*, *Plain Folks*, *Card Stacking* dan *Bandwagon*.⁶⁰

Pertama, *Name Calling* merupakan teknik propaganda dengan memberikan sebuah label yang buruk kepada individu atau kelompok tertentu. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat atau target menolak suatu gagasan tanpa menguji dan memeriksa kenyataannya. Selain itu, teknik ini dilakukan dengan maksud untuk merendahkan atau menjatuhkan derajat seseorang atau kelompok tertentu. Kedua, *Glittering Generality* yang serupa dengan *Reframing "newspeak"*, yaitu mengasosiasikan suatu hal dengan kata-kata baik dan bijak untuk mempengaruhi pandangan dan pemikiran publik agar dapat mendukung gagasan sang propagandis tanpa mempertanyakan serta memeriksa buktinya. Hal ini dilakukan propagandis untuk membuatnya menonjol dengan mengidentifikasi dirinya menggunakan kata-kata bijak yang agung. Ketiga, *Transfer* menggunakan otoritas, dukungan, gengsi yang disanjung agar membuat sesuatu yang lain lebih bisa diterima oleh komunikan. Keempat, *Testimonials* yang berisi perkataan seseorang, kelompok atau lembaga terkenal yang menyatakan suatu gagasan, seseorang, produk atau program adalah baik atau buruk. Teknik ini digunakan oleh propagandis dalam meyakinkan sesuatu hal dengan menyatakan bahwa hal tersebut pun didukung oleh seseorang dengan otoritas atau yang terkenal untuk mempengaruhi pandangan publik atau yang menjadi targetnya. Kelima, *Plain Folks* merupakan teknik propaganda yang

⁶⁰ Lee, Alfred McClung, and Elizabeth Briant Lee. *The Fine Art of Propaganda*. New York: Institute for Propaganda Analysis, Inc., 1939.

digunakan untuk meyakinkan sasaran dengan menunjukkan bahwa ia yang biasanya para politisi juga merupakan bagian dari 'rakyat'. Keenam, *Card Stacking* merupakan teknik dengan cara menyeleksi suatu fakta atau memberikan data palsu agar dapat menunjukkan sisi baik dari gagasan sang propagandis. Ketujuh, *Band Wagon* yang serupa dengan *Card Stacking* merupakan teknik yang mempublikasikan kesuksesan dari propagandis atau kelompok propagandis secara berlebihan.⁶¹ Meskipun terdapat 7 teknik yang dipaparkan oleh Alfred McClung Lee dan Elizabeth Briant Lee. Namun, penulis hanya akan menggunakan 4 teknik propaganda yang dapat disesuaikan dengan kasus dari penelitian ini.

1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Latar belakang pemilihan metode ini dikarenakan data-data yang bersifat deskriptif akan membantu dalam menjelaskan bagaimana tindakan dari seorang individu yang merupakan pemimpin negara dapat mempengaruhi para pengguna media sosial *Twitter*. Hal tersebut sesuai dengan fokus dari metode penelitian kualitatif yang disampaikan oleh Creswell sebagai penelitian yang memahami makna individu atau kelompok yang berasal dari masalah sosial. Penulis menggunakan penelitian kualitatif ini karena dapat digunakan untuk menyelidiki alasan perilaku manusia seperti bagaimana mereka berpikir dan

⁶¹Alfred McClung Lee, dan Elizabeth Briant Lee, Op. cit., Hlm. 62

melakukan tindakan tertentu. Sehingga penelitian kualitatif menurut Creswell ini sesuai untuk digunakan dalam penelitian yang meneliti bagaimana aksi propaganda Trump dilakukan dan mempengaruhi para pengguna media sosial *Twitter*. Selain itu, penulis ingin melakukan penelitian yang sistematis dan intuitif agar dapat menghasilkan pengetahuan secara efisien dan koheren. Hal tersebut sesuai dengan fokus dari penggunaan metode penelitian kualitatif menurut Creswell yaitu untuk membantu dalam memahami dan menerjemaahkan kompleksitas suatu persoalan.⁶²

Metode analisis isi digunakan dalam penelitian ini untuk memaknai teks atau konten. Seperti yang didefinisikan oleh Krippendorff, analisis isi merupakan teknik penelitian untuk menganalisis, memahami dan menyimpulkan makna dari teks dan digunakan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi. Dalam penelitian ini, penulis memaknai dan menganalisa twit-twit sebagai konten. Selain itu, penulis juga mengelompokkan twit-twit yang memiliki persamaan makna kedalam kategori pro dan kontra.⁶³

Analisis isi sumatif digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik yang digunakan untuk mendapatkan intisari dari teks dan mengetahui pentingnya teks tersebut yang dapat memberikan dampak bagi pembaca. Sehingga twit-twit respons dari pengguna media sosial *Twitter* serta unggahan Trump dianalisis isi

⁶² Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE Publications, 2014.
https://books.google.co.id/books?id=4uB76IC_pOQC&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false.

⁶³ Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Los Angeles: SAGE, 2019.

secara sumatif.⁶⁴ Hal ini dapat dilakukan dengan cara analisa secara kritis apakah twit-twit tersebut mendukung gagasan Trump atau menentangnya serta apakah dampak yang dihasilkan oleh twit Trump kepada para pembaca.

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik pengamatan dan pengkajian literatur atau dokumen sekunder yang berbasis internet. Jenis data sekunder yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara digunakan dalam membantu proses penelitian ini. Literatur-literatur yang akan digunakan sebagai sumber dalam penelitian ini berbentuk artikel, jurnal, hasil penelitian terdahulu, buku, data-data yang sudah tersedia sebelumnya, situs-situs berita, serta data-data lain seperti postingan di media sosial yang dibutuhkan untuk mendukung keberlangsungan dalam penelitian ini dan kredibilitasnya akan diperiksa oleh penulis. Teknik pengumpulan data sekunder melalui studi pengamatan data-data terkait respon dari pengguna media sosial *Twitter* terhadap tindakan dan ucapan Donald Trump terkait isu *fake news* yang dilakukan dalam kurun waktu 2016 hingga 2021. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk dilakukannya analisis terhadap dampak dari propaganda Donald Trump.

⁶⁴ Rumata, Vience Mutiara. "Analisis Isi Kualitatif Twitter '#Taxamnesy' Dan '#Amnestipajak.'" *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan* 18, no. 1 (2017): 1. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v18i1.840>.

1.7. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dibagi ke dalam lima bab yang disusun sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang tersusun dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, teknik pengumpulan data dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas mengenai perkembangan *fake news* dan kaitannya dengan Donald Trump. Bagian ini membahas latar belakang *fake news* dan bagaimana Donald Trump mulai menggunakan istilah *fake news* dalam menyerang media-media berita. Kemudian, penulis juga menjelaskan bagaimana Trump sebagai sumber pemberitaan *fake news*. Dalam bab ini, penulis mencantumkan beberapa kasus ketika Trump menggunakan istilah tersebut, terutama ketika digunakan untuk menyerang para media dan juga mencantumkan kasus-kasus penyebaran *fake news* oleh Trump. Pada bab II ini, penulis juga membahas terkait dengan penggunaan Twitter sebagai media sosial yang dijadikan senjata oleh Trump dalam menyebarkan pandangan dan kepercayaannya kepada para pengguna *Twitter* tersebut yang merupakan bagian dari *Network Society*. Dalam hal ini, penulis memaparkan kekuatan dari media sosial *Twitter* serta membahas *social engagement* dari beberapa contoh unggahan Trump dalam akun *Twitter* pribadinya yang bersifat agresif dan defensif terhadap media-media. Penulis juga membahas seberapa jauh dan sering istilah *fake news* digunakan oleh

Trump dengan cara mengumpulkan data-data berbentuk dokumen sekunder dan berbasis internet.

Selanjutnya pada Bab III dipaparkan analisis dari penulis dalam menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan sebelumnya dengan menggunakan kerangka pemikiran dan data-data yang telah tersedia dan dibahas pada bab-bab sebelumnya. Dalam bab ini akan terdapat pembahasan respons dan pandangan dari pengguna media sosial *Twitter* terhadap tindakan propaganda yang dilakukan oleh Trump tersebut. Terkait dengan hal ini, penulis akan menuliskan hasil pengamatan terhadap unggahan-unggahan para pengguna media sosial *Twitter* dalam melihat dan merespons tindakan Trump.

Pada Bab IV, penulis memaparkan bagaimana Trump melakukan propaganda termasuk menjelaskan teknik-teknik yang digunakan oleh Trump dengan mengaitkannya kepada kerangka teori yang dapat menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian, penulis juga akan menuliskan respons pengguna media sosial *Twitter* terhadap teknik-teknik propaganda yang dilakukan oleh Trump. Selain itu, dampak yang dihasilkan oleh propaganda Trump juga akan tercantum di dalam bab IV.

Bab V merupakan bab kesimpulan dari keseluruhan penelitian.

