



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

***Peran Twitter Sebagai Media Propaganda oleh *The Islamic State*
of Iraq and Syria (ISIS) Periode 2014-2017***

Skripsi

Oleh

Jasmine Putri Azzahra

6091801238

Bandung

2022



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

***Peran Twitter Sebagai Media Propaganda oleh *The Islamic State*
of Iraq and Syria (ISIS) Periode 2014-2017***

Skripsi

Oleh

Jasmine Putri Azzahra

6091801238

Pembimbing

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

Bandung

2022

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Jasmine Putri Azzahra
Nomor Pokok : 6091801238
Judul : Peran *Twitter* Sebagai Media Propaganda oleh *The Islamic State of Iraq and Syria (ISIS)* Periode 2014-2017

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 23 Juni 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

: 

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 bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jasmine Putri Azzahra
NPM : 6091801238
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Peran *Twitter* Sebagai Media Propaganda oleh *The Islamic State of Iraq and Syria* (ISIS) Periode 2014-2017

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis 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 benar.

Bandung, 6 Juni 2022

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METERAI TEMPEL'. A unique identification number '84304AJX721803660' is printed at the bottom of the stamp.

Jasmine Putri Azzahra

6091801238

Abstrak

Nama : Jasmine Putri Azzahra
NPM : 6091801238
Judul : Peran *Twitter* Sebagai Media Propaganda oleh *The Islamic State of Iraq and Syria* (ISIS) Periode 2014-2017

Propaganda merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan oleh suatu aktor politik untuk mencapai kepentingan yang dimilikinya. *The Islamic State of Iraq and Syria* (ISIS) merupakan kelompok teroris yang terkenal akan penggunaan beragam jenis media dalam menyebarkan pesan propaganda, dimulai dari *old media* seperti majalah hingga *new media* seperti media sosial. *Twitter* menjadi salah satu bentuk media sosial yang digunakan sebagai instrumen propaganda ISIS. Melalui penyebaran propaganda di *Twitter*, ISIS dapat meraih dukungan dari audiens yang lebih luas terhadap negara kekhalifahan yang berusaha dibangunnya. Dalam mempelajari lebih lanjut bagaimana media sosial *Twitter* berperan dalam aktivitas propaganda ISIS, maka penulis berupaya untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut: "**Bagaimana media sosial *Twitter* berperan dalam propaganda ISIS yang berakibat pada meluasnya jaringan terorisme (2014-2017)?**". Penulis menggunakan konsep terorisme, *new media*, serta teknik propaganda dari Jerry Kroth dalam menjawab pertanyaan penelitian. Melalui penelitian berbasis metode kualitatif dengan menggunakan studi literatur serta analisis isi *Tweets* yang diunggah oleh para simpatisan ISIS, penulis menemukan bahwa teknik propaganda yang digunakan secara spesifik oleh ISIS dalam propogandanya adalah teknik *reframing*, *repeated affirmations*, serta *imitative learning*. Penulis juga menemukan tiga peran *Twitter* dalam penyebaran propaganda ISIS: a) Sebagai saluran komunikasi antara ISIS dengan audiens di luar kelompok, b) Sebagai penguat jangkauan informasi melalui beragam fitur yang dimilikinya, dan c) Sebagai fasilitator komunikasi dua arah yang meningkatkan intensitas keterlibatan dengan audiensnya. Penggunaan teknik propaganda dalam pesan yang diamplifikasi melalui beragam peran yang dimiliki *Twitter* menunjukkan bagaimana *Twitter* memiliki kekuatan untuk memenuhi kepentingan kelompok teroris ISIS dalam memperluas jaringan terorismenya secara global.

Kata kunci: ISIS, *New Media*, Propaganda, Terorisme, *Twitter*

Abstract

Name : Jasmine Putri Azzahra
NPM : 6091801238
Title : *The Role of Twitter as the Media of Propaganda by The Islamic State of Iraq and Syria (ISIS) in the Period of 2014-2017*

*Propaganda is an activity conducted by a political actor in order to fulfill its interests. The Islamic State of Iraq and Syria (ISIS) is a terrorist group known for its diverse use of media in disseminating its propaganda message. Various media that has been used by ISIS includes old media such as magazines and new media such as social media. ISIS has been using social media in the form of Twitter as the instrument of its propaganda activity. Twitter helps to fulfill the group's intention to achieve support from a wider audience regarding their caliphate state ideas. To learn more about how social media plays a role in the propaganda activity of ISIS, the author intends to answer this research question: "**How does Twitter as a social media plays a role in the spread of propaganda by ISIS which results in the expansion of its terrorist network (2014-2017)?**". The author uses the concepts of terrorism, new media, and propaganda techniques from Jerry Kroth to answer the research question. Through qualitative research method along with literature study and content analysis of Tweets uploaded by ISIS sympathizers, the author found that propaganda techniques that have been used by ISIS are the technique of reframing, repeated affirmations, and imitative learning. Furthermore, the author also found Twitter's roles in the propaganda activity conducted by ISIS: a) As a communication channel between ISIS and audiences outside the group, b) As an amplifier of the information range through its various features, and c) As a facilitator of two-way communication that increases the intensity of engagement with its audience. The use of propaganda techniques in the message which is amplified by various roles that Twitter owns showed how Twitter has the power to fulfill ISIS' interest in expanding its terrorist network globally.*

Key words: ISIS, New Media, Propaganda, Terrorism, Twitter

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena melalui berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul "**Peran *Twitter* Sebagai Media Propaganda oleh *The Islamic State of Iraq and Syria (ISIS)* Periode 2014-2017**". Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar akademik Sarjana (S1) Ilmu Hubungan Internasional dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial *Twitter* berperan dalam pengembangan jaringan terorisme yang dimiliki oleh ISIS. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berupaya untuk mengkaji topik serupa, terutama terkait dengan penggunaan *new media* di dalam Ilmu Hubungan Internasional.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang dapat membantu penulis untuk mengevaluasi kekurangan di dalam penelitian. Diharapkan bahwa nantinya penulis dapat memberikan penelitian yang jauh lebih baik di kemudian hari. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Bandung, 6 Juni 2022

Jasmine Putri Azzahra

Ucapan Terima Kasih

Proses pengerjaan skripsi ini bukanlah hal yang mudah untuk diselesaikan bagi penulis. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada berbagai individu yang telah mewarnai dan memberikan dukungan selama penulis berkuliah hingga akhirnya dapat mencapai tahap ini:

— ***Emak and Babah.***

First of all, I would like to express my uttermost gratitude towards the two strongest and kind-hearted individuals I have known since day one. Thank you for giving me everything all I've needed in my life. I could never repay all you've ever done to me. Finishing my studies is just the first step. I need to learn to stand on my own feet from now on. Thank you. Not even millions of thank you could ever describe how much gratitude I have.

— ***Mbak Anggia Valerisha.***

No words can ever describe how much lucky I am to have Mbak Anggi as my supervisor. I would like to say thank you very much Mbak for understanding and help me go through all the problems I'm facing while working on my thesis. Through all your support, guidance, and knowledge, I can now finally finish what I have started. May all the good deeds you have done be returned to you Mbak. Stay healthy and stay classy always Mbak Anggi!

— ***The lecturers of Unpar's International Relations Department.***

I would like to express my sincere gratitude towards all the IR lecturers I have met during my classes. Without them, I wouldn't be able to explore and gain new knowledge in the past four years. All those fruitful lessons would definitely leave a mark for the next chapter of my life. Thank you Mas, Mbak, and Bang!

— **My cousins, nephews, nieces, aunts, and uncles.**

Thank you for being the most accessible support system I can have in literally any time of the day. Always there when I wanted something, always ready to help when I needed something. Always made me feel grateful to be surrounded by wholesome individuals.

— **Geri Milenia Ramadhani.**

Never expected we would be this close, but well, here we are! It's difficult to find a loving, kind-hearted soul that can be my best friend and an enemy at the same time, you know? Thank you for spending the time and energy to listen all the random things happening to me every single day. Also thank you for staying with me in the lowest points in my life. Thank you for making me feel like I have a sister that I can look up to. I am really proud of what we have finally achieved together. I really am.

— **Divya Sanjay, Mabel Bianda, and Christabella Josa.**

If there is another parallel universe existing outside there, I would definitely believe that we'll end up as a group of comedians instead. Thank you for all the laughter and the tears we've been through together. All the panic attacks, wasting time waiting for classes, and all the random things that we could ever think of; may our path crosses again in the future! Wishing nothing but the best of luck to all of us in our next step.

— **Alya Indira, Laksmi Azzahra, and Ryantama Zhafir.**

Been together since middle and high school, now we're off on our own ways. But well we managed to never really forget about each other. I could never fully comprehend how we really have such low tastes of humour, but well that's how we all ended up friends anyway. All the joy and laughter you've all bring definitely kept my sanity through the hardships.

— ***Anyah, Cyrilla Kiana, Karina Halim, Qintary Dwina, Vania Ameta.***

Cheers to all these buddies that I can count on for helping around a lot of things in college: from life problems to class assignments, all can be done! Thank you for all the memories we've wasted in Rektorat, Tamsip, Letter T, and basically any other places around college I could think of; may each of us be surrounded by happiness always!

— ***Muse, Tame Impala, Mac DeMarco, and Radiohead.***

Last but not least, a special gratitude towards all these individuals that I have never met but made a huge impact on what I have become today. All those Dopamine rush in any time of the day helped me stay sane especially during the pandemic. Thank you, all of your songs really motivates me to keep living up until this day.

Signing off,

— 6091801238.

Daftar Isi

Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Ucapan Terima Kasih	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.2.1 Pembatasan Masalah	12
1.2.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
1.4 Kajian Literatur	14
1.5 Kerangka Pemikiran.....	18
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	28
1.6.1 Metode Penelitian	28
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.7 Sistematika Pembahasan	29

BAB II Sejarah, Identitas, dan Aksi Propaganda <i>The Islamic State of Iraq and Syria</i> (ISIS)	30
2.1 Sejarah Perkembangan ISIS	31
2.2 Ideologi dan Identitas ISIS	40
2.2.1 Pencampuran Ideologi Salafi, Wahabi, dan Qutbisme	41
2.2.2 Konsep Eskatologi dalam Ideologi ISIS	46
2.2.3 Pembentukan Narasi Utama ISIS Melalui Ideologi	50
2.2.4 Fungsi Ideologi dalam Pesan Propaganda ISIS	51
2.3 Perkembangan Strategi Komunikasi ISIS	53
2.3.1 <i>Old Media</i> : Pembangunan Pusat Media	54
2.3.1.1 Yayasan Media Al-Furqan	54
2.3.1.2 Pusat Media Al-Hayat	56
2.3.1.3 Pusat Penyiaran Al-Bayan	60
2.3.2 <i>New Media</i> : Pemberdayaan Media Sosial	62
BAB III <i>Twitter</i> Sebagai Media Propaganda ISIS (2014-2017)	68
3.1 Analisis Propaganda ISIS Melalui <i>Twitter</i>	69
3.1.1 Penggunaan Teknik Mengubah Penyampaian Suatu Peristiwa (<i>Reframing</i>)	71
3.1.2 Penggunaan Teknik Pengulangan Informasi Secara Terus-menerus (<i>Repeated Affirmations</i>)	80
3.1.3 Penggunaan Teknik Peniruan Suatu Perilaku (<i>Imitative Learning</i>) ..	90
3.2 Peran <i>Twitter</i> dalam Membangun Jaringan Terorisme ISIS	99
BAB IV Kesimpulan dan Saran	105
Daftar Pustaka	110

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Perbandingan jenis media yang digunakan oleh ISIS dalam strategi propagandanya	64
Tabel 3.1 Daftar akun simpatisan ISIS yang digunakan dalam analisis	70

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Struktur organisasi ISIS di bawah kepemimpinan Abu Bakar al-Baghdadi	34
Gambar 2.2 Infografis perkembangan AQI hingga menjadi ISIS	37
Gambar 2.3 Peta aksi teror dalam skala global yang terinspirasi oleh strategi penyebaran propaganda yang dilakukan oleh ISIS	39
Gambar 2.4 Logo Yayasan Media Al-Furqan	55
Gambar 2.5 Logo Pusat Media Al-Hayat	57
Gambar 2.6 Kumpulan tampak depan dari majalah Dabiq edisi 1-4	58
Gambar 2.7 Kumpulan tampak depan dari majalah Rumiyyah edisi 1, 2, 6, dan 8	59
Gambar 2.8 Logo Pusat Penyiaran Al-Bayan.....	60
Gambar 3.1 Beberapa <i>Tweets</i> dari akun @ISILCats yang menampilkan kucing sedang meminum susu	72
Gambar 3.2 Beberapa <i>Tweets</i> dari akun @ISILCats yang menampilkan keseharian kucing dengan pemiliknya yang merupakan seorang anggota ISIS.....	74
Gambar 3.3 <i>Tweets</i> yang menampilkan kucing berfoto dengan senjata milik anggota ISIS	75
Gambar 3.4 Salah satu <i>Tweet</i> 'koreksi' yang diunggah oleh akun @FACTOFIS	78
Gambar 3.5 <i>Tweets</i> yang menunjukkan dukungan Shami Witness terhadap ISIS	81
Gambar 3.6 Beberapa <i>Tweets</i> yang menunjukkan Amerika Serikat sebagai lawan dari ISIS	82
Gambar 3.7 Cuplikan akun @AbuHussain102 serta <i>Tweets</i> yang merujuk kepada Amerika Serikat sebagai musuh dari ISIS	84
Gambar 3.8 Beberapa <i>Tweets</i> yang diunggah oleh al-Britani setelah berhasil meretas informasi penting milik pejabat dari berbagai Departemen Militer dan Pemerintahan Amerika Serikat	85

Gambar 3.9 Beberapa <i>Tweets</i> dari al-Britani yang mengandung ajakan bagi kaum Muslim untuk melakukan <i> jihad </i>	86
Gambar 3.10 Beberapa <i>Tweets</i> dari al-Britani yang mengandung ajakan bagi kaum Muslim untuk melakukan <i> jihad </i>	88
Gambar 3.11 <i>Tweet</i> yang diunggah oleh Umm Muthana mengenai pengalamannya saat melakukan <i> hijrah </i> ke wilayah Suriah	92
Gambar 3.12 <i>Tweets</i> dari Umm Muthana yang menampilkan glorifikasi kehidupan di bawah wilayah ISIS	93
Gambar 3.13 <i>Tweet</i> dari Umm Muslim yang menunjukkan bahwa ia sedang berbelanja di sebuah supermarket yang terdapat di wilayah ISIS	95
Gambar 3.14 <i>Tweets</i> dari Umm Muslim yang menggambarkan aneka restoran yang dapat dijumpai di dalam wilayah ISIS	96
Gambar 3.15 <i>Tweet</i> dari Umm Muthana yang menyampaikan bantuannya kepada para calon simpatisan ISIS yang ingin melakukan <i> hijrah </i>	97
Gambar 3.16 Bagan yang menjelaskan propaganda sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh ISIS	98

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Terjadinya revolusi industri 4.0 menjadi karakteristik utama dari kehidupan manusia pada abad ke-21 ini. Akibat adanya revolusi tersebut, masyarakat merasakan pesatnya perkembangan, inovasi, serta penggunaan teknologi di berbagai bidang kehidupan. Penyebaran informasi menjadi semakin mudah dan cepat tersebar di dalam masyarakat. Hal tersebut menyebabkan batas ruang serta waktu menjadi semakin berkurang dan bahkan tidak dirasakan sama sekali di dalam masyarakat global. Terjadinya proses pengurangan batas ruang serta waktu kemudian mengintegrasikan berbagai aktor di kehidupan seperti pemerintah, bisnis, serta masyarakat ke dalam suatu kondisi yang dinamakan sebagai globalisasi.

Kondisi globalisasi yang dialami pada abad ke-21 sendiri tidak dapat terjadi jika teknologi internet tidak pernah ditemukan. Akar dari perkembangan teknologi tersebut dapat dilacak kembali pada dekade 1960-an. Pada 1962, seorang ilmuwan komputer dari *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) bernama J.C.R. Licklider mengemukakan sebuah ide yang dinamakan sebagai '*Galactic Network*'. Di dalam ide tersebut, Licklider membayangkan sekumpulan komputer yang saling terhubung secara global. Adanya interkoneksi antara kumpulan komputer kemudian dapat memudahkan masyarakat untuk mengakses data maupun program

dari berbagai situs. Ide tersebut kemudian dikembangkan lebih lanjut ke dalam suatu konsep yang dinamakan '*packet switching*', yaitu sebuah konsep terkait dengan keterhubungan komputer melalui pengiriman data elektronik. Pada 1969 konsep tersebut diimplementasikan ke dalam suatu proyek yang dinamakan ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*) yang dibiayai oleh Departemen Pertahanan dari Amerika Serikat. Melalui konsep *packet switching*, ARPANET memungkinkan berbagai komputer untuk terhubung di dalam suatu jaringan yang sama.

Setelah melalui perkembangan lebih lanjut pada 1970 dan 1980-an melalui pengimplementasian model komunikasi TCP/IP yang mengatur transmisi data dalam suatu jaringan, ARPANET kemudian dikembangkan ke dalam sebuah model yang mengatur jaringan di dalam jaringan. Model tersebut pada akhirnya menjadi dasar dari internet yang ada pada saat ini.¹ Akses informasi serta data kemudian dimudahkan melalui penemuan dan perkembangan *world wide web* serta *hyperlink* yang dimulai oleh Tim Berners-Lee pada 1989.² Penemuan aspek internet serta *world wide web* inilah yang menjadi cikal bakal dari terjadinya revolusi industri 4.0 yang mengental di dalam kehidupan masyarakat pada saat ini.

Terjadinya revolusi industri 4.0 sekaligus menandakan terjadinya pergeseran dari berbagai *old media* (media konvensional seperti koran, radio, serta televisi) ke dalam berbagai *new media* (media baru), seperti surat elektronik (*e-mail*), media sosial, hingga layanan *streaming* musik, film, serta acara televisi.

¹ Barry M. Leiner et.al., "Brief History of the Internet," *ACM SIGCOMM Computer Communication Review* 39, no. 5 (2009): 23-30. (doi: <https://doi.org/10.1145/1629607.1629613>)

² European Council for Nuclear Research (CERN), *A short history of the Web*, <https://home.cern/science/computing/birth-web/short-history-web> (diakses pada 10 April 2021)

Secara spesifik, media sosial menjadi salah satu hal yang tidak dapat dilepaskan di dalam kehidupan masyarakat pada abad ke-21. Media sosial memungkinkan masyarakat untuk mengutarakan opini, mendapatkan informasi baru, hingga membentuk suatu komunitas berdasarkan kesamaan minat yang dimiliki. Melalui perkembangan teknologi, masyarakat dapat memiliki berbagai perangkat yang dapat memudahkan mereka dalam mengakses berbagai media sosial seperti melalui telepon genggam dan tablet elektronik. Media sosial juga semakin berkembang akibat adanya teknologi yang memungkinkan untuk menambahkan serta menyesuaikan fitur yang dibutuhkan oleh masyarakat di kehidupan sehari-hari. Berbagai media sosial terus berkompetisi untuk menawarkan beragam fitur yang menarik kepada masyarakat, seperti wadah untuk berinteraksi dan menyalurkan informasi, menampilkan kreativitas yang dimiliki melalui pembentukan karya dalam bentuk *video*, hingga sebagai wadah untuk melakukan perdagangan dengan aktor lainnya di dalam masyarakat.

Berdasarkan sebuah penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* serta *Hootsuite* hingga Januari 2022, tren penggunaan media sosial pada tahun 2014-2018 cenderung memiliki peningkatan setiap tahunnya. Berawal dari 1,85 miliar pengguna pada 2014, angka tersebut terus meningkat hingga berada di angka 3,196 miliar pengguna pada tahun 2018. Peningkatan rata-rata terjadi sebesar 11,68% pada periode 2014 hingga 2018. Tren peningkatan ini terus berlanjut hingga saat ini, dimana 4,62 milyar dari 7,94 milyar penduduk bumi (sekitar 58,1%) secara aktif menggunakan media sosial setiap harinya. Selama satu dekade terakhir,

penggunaan media sosial sendiri rata-rata meningkat sebesar 12%.³ Angka yang terus bertambah tersebut mengindikasikan bagaimana media sosial telah menjadi salah satu bagian penting di dalam kehidupan masyarakat pada abad ke-21.

Penggunaan media sosial sendiri memberikan dampak positif bagi para penggunanya. Salah satu keuntungan paling besar yang dihasilkan oleh media sosial adalah terkait dengan konektivitas yang dihasilkannya. Media sosial memungkinkan masyarakat dari negara A untuk berinteraksi dengan masyarakat dari negara B tanpa mengenal adanya batasan jarak serta waktu. Dengan adanya konektivitas tersebut, maka informasi serta perkembangan dari suatu peristiwa di sisi lain belahan dunia pun dapat diketahui dengan cepat. Tak hanya itu, media sosial juga membantu untuk membangun perhatian akan suatu isu yang cenderung tidak mendapatkan perhatian yang sesuai dari *stakeholders* terkait. Media sosial juga dapat membantu masyarakat dalam membangun komunitas sesuai dengan minat yang dimiliki oleh masing-masing individu. Mengiklankan suatu produk bisnis juga dapat dilakukan dengan sentuhan jari yang dilakukan oleh seseorang di dalam media sosial.⁴

Eksistensi internet serta media sosial kemudian mempengaruhi bagaimana hubungan internasional berjalan di dalam abad ke-21 ini. Beragam dampak positif dari media sosial dapat membantu berbagai macam aktor di hubungan internasional dalam mencapai tujuannya. Dari segi pemerintah, media sosial dapat digunakan

³ Simon Kemp, "TikTok Gains 8 New Users Every Second (And Other Mind-Blowing Stats)," *Hootsuite*, 28 Januari 2022, <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/> (diakses pada 3 Juni 2022)

⁴ Waseem Akram dan R. Kumar, "A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society," *International Journal of Computer Sciences and Engineering* 5, no.10 (2017): 351-352. (doi: 10.26438/ijcse/v5i10.351354)

sebagai alat dari diplomasi. Salah satu contohnya adalah terkait dengan diplomasi dari isu pandemi Covid-19 yang menjadi isu utama yang diangkat oleh berbagai pemimpin negara seperti Donald Trump, Joko Widodo, serta Paus Fransiskus di *Twitter* (dikenal juga sebagai *Twiplomacy*).⁵ Dari segi bisnis, media sosial dapat digunakan oleh beragam perusahaan multinasional dalam membangun citra yang dimiliki oleh perusahaannya, melakukan riset pasar serta pemasaran, hingga riset untuk mengembangkan maupun mengevaluasi produk yang dimilikinya. Perusahaan multinasional juga kerap kali menggunakan media sosial untuk menarik perhatian serta berinteraksi langsung dengan konsumennya, agar dapat berkompetisi dengan berbagai perusahaan multinasional lainnya.⁶ Sedangkan dari segi masyarakat, media sosial dapat digunakan untuk menggugah perhatian dunia terkait dengan suatu isu yang diabaikan oleh *stakeholders* terkait. Contoh dari kasus tersebut adalah terkait dengan *online activism* yang semakin marak terjadi di masyarakat, seperti fenomena aktivisme gerakan *#MeToo* pada 2017 dan *Black Lives Matter* pada 2020 silam.

Selain dampak positif yang ditimbulkan oleh media sosial kepada berbagai aktor di dalam hubungan internasional, media sosial juga dapat menghasilkan berbagai macam dampak negatif. Beberapa dampak negatif dari penggunaan media sosial di dalam masyarakat adalah seperti rentannya pencurian informasi pribadi oleh oknum tidak bertanggungjawab, terjadinya penipuan (*fraud and scam*) secara

⁵ Twiplomacy, "Twiplomacy Study 2020," *Twiplomacy*, 20 Juli 2020, <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2020/> (diakses pada 10 April 2021)

⁶ Naheed Bashir, K. Nadia Papamichail, dan Khaleel Malik, "Use of Social Media Applications for Supporting New Product Development Processes in Multinational Corporations," *Technological Forecasting and Social Change* 120, no. 1 (2017): 176-181 (doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2017.02.028>)

daring, hingga menghasilkan perilaku kecanduan pada individu jika terlalu banyak menggunakan media sosial dalam suatu jangka waktu tertentu.⁷ Dari segi bisnis, media sosial juga dapat memberikan dampak negatif. Penyebaran rumor serta misinformasi dapat merusak citra positif yang dimiliki oleh suatu perusahaan multinasional sebelumnya. Salah satu contohnya adalah terkait dengan penyebaran rumor bahwa logo bulan dan bintang yang dimiliki oleh perusahaan *Proctor & Gamble* merupakan sebuah simbol satanis.⁸ Dampak negatif dari media sosial juga dapat dirasakan bagi aktor pemerintah. Media sosial dapat digunakan oleh suatu pemerintah maupun pihak lainnya dalam menyebarkan ideologi, disinformasi, serta propaganda tertentu. Contoh dari kasus tersebut adalah penyebaran ideologi *Brexit* serta penyebaran berita palsu dan disinformasi yang terjadi pada masa pemilu di Amerika Serikat 2016 silam.⁹

Dampak negatif dari penggunaan media sosial yang paling nampak di dalam konteks hubungan internasional adalah terkait dengan penyebaran propaganda yang dapat dilakukan oleh suatu aktor politik. Umumnya, dahulu kala propaganda biasa dilakukan melalui media konvensional seperti televisi, radio, serta koran/majalah. Namun dengan lahirnya internet serta berbagai *new media* dalam beberapa dekade silam, propaganda dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi seperti media sosial. Eksistensi dari media sosial menyebabkan potensi tersebarnya pesan

⁷ Akram dan Kumar, "A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society," 351-352.

⁸ Garth S. Jowett dan Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion* (California: SAGE Publications, 2012), 159.

⁹ Bolane Olaniran dan Indi Williams, "Social Media Effects: Hijacking Democracy and Civility in Civic Engagement," *Platforms, Protests, and the Challenge of Networked Democracy* no. 1 (2020): 86-87. (doi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-36525-7_5)

propaganda oleh suatu pihak tertentu menjadi tidak terbatas. Beragam aktor dapat menyebarkan pesan propaganda melalui berbagai media sosial, tanpa harus terhalang oleh batasan ruang serta waktu. Dengan teknologi yang ada pada saat ini, pesan serta informasi dapat dengan mudah dimanipulasi sedemikian rupa agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh sang aktor yang menyebarkan pesan propaganda tersebut. Akibat kemudahan penyebaran pesan propaganda melalui media sosial, maka kerusakan yang serius pun menjadi tidak terhindarkan seandainya sang propagandis berhasil mencapai tujuan yang diinginkannya.¹⁰

Salah satu contoh propagandis yang dapat dengan mudah ditemukan di abad ke-21 ini adalah kelompok teroris. Keberlanjutan dari suatu kelompok teroris di dalam politik global ditentukan oleh seberapa besar kekuatan yang dimilikinya. Untuk meningkatkan kapabilitas yang dimilikinya, maka suatu kelompok teroris turut mengembangkan jaringan terorisme dengan menarik perhatian calon simpatisan serta anggota baru dari berbagai belahan dunia.¹¹ Sehingga, penyebaran pesan propaganda turut dibentuk oleh kelompok teroris sebagai salah satu upaya untuk mengembangkan eksistensinya di dunia.

Seiring perkembangan zaman, kelompok teroris turut mengeksploitasi perkembangan teknologi untuk memenuhi kepentingannya. Ketika *old media* seperti televisi, radio, serta majalah masih mendominasi sebagai perangkat utama bagi media massa, komunikasi serta *framing* dari suatu kelompok teroris bergantung pada bagaimana suatu perusahaan media menyampaikannya kepada

¹⁰ Jowett dan O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, 160.

¹¹ Bruce Hoffman, *Inside Terrorism* (New York: Columbia University Press, 2017), 302.

masyarakat. Namun ketika internet serta *world wide web* ditemukan, kelompok teroris kini dapat mengontrol seluruh proses produksi dari komunikasi serta *framing* yang ingin disampaikannya. Kelompok teroris dapat menentukan konten, konteks, serta wadah yang akan mereka pilih untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang telah mereka targetkan.¹² Propaganda pun menjadi komponen utama dalam komunikasi yang dilakukan oleh kelompok teroris.

Aktivitas propaganda yang dilakukan oleh kelompok teroris pada abad ke-21 ini menjadi salah satu permasalahan yang penting untuk disorot di dalam konteks ilmu hubungan internasional. Mudahnya penyebaran propaganda radikal melalui *new media* yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat dapat menimbulkan konsekuensi negatif terhadap isu keamanan internasional. Ancaman teror yang dapat dengan mudah diorganisasi melalui suatu wadah *new media* menyebabkan adanya ancaman yang tak hanya berfokus kepada suatu negara atau wilayah saja, namun juga secara lintas negara.

Topik mengenai penggunaan *new media* dalam hubungan internasional menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti akibat melekatnya fenomena tersebut di kehidupan masyarakat. Media sosial dapat digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat dalam mencapai kepentingannya. Namun, kepentingan yang sifatnya negatif seperti propaganda yang dilakukan oleh kelompok teroris menjadi sesuatu yang patut diwaspadai di dalam era penyebaran informasi yang serba cepat pada zaman ini. Seperti yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, konsekuensi

¹² Ibid, 261-262.

yang serius dapat dihasilkan ketika kelompok teroris berhasil mencapai tujuan propaganda yang dimilikinya.

1.2 Identifikasi Masalah

Perkembangan teknologi informasi di dalam abad ke-21 menyebabkan kemunculan beragam jenis *new media* yang berpengaruh terhadap kondisi globalisasi di dalam masyarakat. Arus penyebaran informasi dapat dilakukan oleh berbagai macam aktor tanpa harus memandang batasan ruang serta waktu yang dulu menjadi permasalahan dalam melakukan komunikasi. Penyebaran informasi dapat dilakukan oleh salah satu contoh bentuk dari *new media*, yaitu media sosial. Dengan kemudahan akses serta penggunaannya, maka media sosial dapat digunakan oleh beragam aktor di dalam hubungan internasional, dimulai dari pemerintah, bisnis, hingga individu.

Penggunaan media sosial kemudian menjadi permasalahan ketika media tersebut digunakan oleh aktor yang tidak bertanggungjawab. Abad ke-21 sendiri menjadi saksi kemunculan dari berbagai macam isu baru di dalam studi hubungan internasional. Salah satu isu baru yang muncul adalah terkait dengan terorisme internasional. Berbagai macam kelompok teroris muncul ke dalam arena politik global agar dapat mencapai tujuan yang mereka inginkan. Isu dari terorisme internasional sendiri umumnya melibatkan masyarakat serta wilayah dari berbagai negara, tak hanya berfokus pada suatu negara saja.¹³

¹³ Robert Jackson dan Georg Sorensen, *Introduction to International Relations: Theories and Approaches* (Oxford: Oxford University Press, 2013), 278.

Salah satu kelompok teroris yang terkenal di arena politik global pada abad ke-21 ini adalah ISIS. *The Islamic State of Iraq and Syria* (ISIS), atau dikenal juga sebagai *The Islamic State of Iraq and the Levant* (ISIL), merupakan sebuah kelompok teroris radikal muslim yang pada awal pendiriannya merupakan sebuah kelompok pecahan dari kelompok teroris Al-Qaeda. ISIS memiliki tujuan politik serta agama untuk membangun sebuah kekhalifahan di wilayah Irak, Suriah, serta sekitarnya berdasarkan prinsip hukum Syariah Islam. ISIS sendiri terkenal akan penggunaan berbagai wadah modern (seperti media sosial) untuk mengembangkan kekuatannya melalui penyebaran ideologi, propaganda serta radikalisasi terhadap masyarakat transnasional.¹⁴

Beberapa media sosial yang kerap digunakan oleh ISIS adalah seperti *Twitter*, *Youtube*, serta *Facebook*. Alasan dipilihnya berbagai media sosial tersebut adalah akibat jumlah penggunanya yang sangat tinggi, sehingga ketiga media sosial tersebut memberikan cakupan serta jangkauan audiens yang luas serta mengglobal. Ketika ISIS mulai masuk ke dalam arena politik global pada 2014 silam, *Youtube* tercatat telah memiliki 1 milyar individu yang menggunakannya setiap bulan, *Twitter* memiliki rerata 350.000 *Tweets* yang dikirim tiap menitnya dan 500 juta *Tweets* per harinya, dan *Facebook* memiliki jumlah hingga 500 juta pengguna aktif. *Youtube* menjadi wadah bagi ISIS untuk mengunggah berbagai video berkualitas tinggi yang dibalut dengan konten radikalisme. Sedangkan, *Twitter* serta *Facebook* menjadi wadah yang cocok untuk meningkatkan serta mempublikasikan

¹⁴ CNN Editorial Research, "ISIS Fast Facts," *CNN*, 6 September 2020, <https://edition.cnn.com/2014/08/08/world/isis-fast-facts/index.html> (diakses pada 11 April 2021)

keberadaan maupun ideologi yang dimiliki ISIS, dimana kedua media sosial tersebut memberikan wadah bagi para penggunanya untuk dapat terhubung dengan satu sama lainnya dan mengikuti perkembangan terkait dengan berbagai peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain dalam waktu yang relatif sangat singkat.¹⁵ Kedua media sosial tersebut juga bersifat desentralisasi, sehingga komunikasi pesan propaganda yang dilakukan oleh para anggota maupun simpatisan ISIS dari berbagai belahan dunia pun sulit untuk dilawan.¹⁶

Media sosial *Twitter* menjadi salah satu bentuk *new media* yang kerap digunakan oleh ISIS dalam menyebarkan pesan propagandanya di dunia digital. Beragam fitur yang dimiliki oleh *Twitter* turut memberikan keunikan serta kekuatan tersendiri. Sebagai sebuah situs *micro-blogging*, *Twitter* menyediakan sebuah wadah untuk membuat konten maupun mengirim pesan oleh para penggunanya di saat yang bersamaan.¹⁷ Fitur utama yang dimiliki oleh *Twitter* adalah *Tweets*. Melalui *Tweets*, para penggunanya dapat menuliskan pesan dalam bentuk teks, audio, maupun video dalam batas 140 karakter. Para penggunanya pun dapat membagikan *Tweets* secara *real-time* terhadap audiens di seluruh dunia. Selain itu, beragam fitur *Twitter* lain seperti komen maupun berkirim pesan turut memfasilitasi dan mendorong para penggunanya untuk melakukan interaksi secara dua arah.

¹⁵ Imran Awan, "Cyber-Extrimism: ISIS and the Power of Social Media," *Journal of Society* 54, no. 2 (2017): 138-146. (doi: 10.1007/s12115-017-0114-0)

¹⁶ Ahmed Al-Rawi, Simon Fraser, dan Jacob Groshek, "Jihadist Propaganda on Social Media: An Examination of ISIS Related Content on Twitter," *International Journal of Cyber Warfare and Terrorism* 8, no. 4 (2018): 5. (doi: 10.4018/IJCWT.2018100101)

¹⁷ Sprout Social, Glossary: Microblog, <https://sproutsocial.com/glossary/microblog/> (diakses pada 26 Juni 2022)

Keistimewaan *Twitter* yang dapat menjangkau audiens dari berbagai penjuru dunia secara *real-time* menjadi alasan utama kenapa wadah tersebut digunakan oleh ISIS. Melalui *Twitter*, para simpatisan ISIS dapat menyebarkan dakwah mengenai narasi yang mereka miliki kepada audiens yang berada di luar kelompoknya.¹⁸ Algoritma serta beragam fitur *Twitter* yang mengedapankan konten berdasarkan kesamaan minat yang dimiliki oleh pengguna menjadikannya sebagai wadah yang efektif dalam aktivitas propaganda. Hingga 2017, strategi penggunaan media sosial oleh ISIS sejak kemunculannya pada 2014 telah menarik hingga lebih dari 40.000 anggota baru dari sekitar 110 negara.¹⁹

1.2.1 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian yang dilakukan, penulis membataskan penelitian secara spesifik pada media sosial *Twitter* yang digunakan oleh ISIS dalam menyebarkan propaganda terhadap masyarakat secara global. Pemilihan media sosial *Twitter* didasarkan pada peningkatan tajam jumlah akun dari anggota serta simpatisan ISIS yang menyentuh estimasi angka hingga 90.000 pada 2014 silam. Ribuan akun tersebut kemudian teridentifikasi memiliki rerata jumlah pengikut yang lebih besar dibandingkan pengguna *Twitter* pada umumnya.²⁰ Hal tersebut tentunya

¹⁸ J.M. Berger dan Heather Perez, "The Islamic State's Diminishing Returns on Twitter: How suspensions are limiting the social networks of English-speaking ISIS supporters," *The George Washington Program on Extremism Occasional Paper*, no. 1 (2016): 19.

¹⁹ Richard Barrett, *Beyond the Caliphate: Foreign Fighters and the Threat of Returnees* (New York: The Soufan Center, 2017), 7.

²⁰ J.M. Berger dan Jonathon Morgan, "The ISIS Twitter Census: Defining and describing the population of ISIS Supporters on Twitter," *The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World*, no. 20 (2015): 2-3.

membentuk sebuah jaringan yang sangat luas bagi ISIS dalam menyebarkan pesan propagandanya di dalam media sosial.

Penelitian juga dibatasi dalam kurun waktu dari 2014-2017. Pembatasan tersebut dipilih untuk menganalisis pengaruh dari kemunculan ISIS ke dalam politik global pada 2014, dimana *Twitter* digunakan oleh ISIS untuk meningkatkan publikasi keberadaannya kepada masyarakat global.²¹ Penelitian kemudian dibatasi hingga 2017, dimana pada tahun tersebut aktivitas ISIS semakin menurun di dalam politik global akibat kebijakan *war on terror* yang diinisiasi oleh Amerika Serikat. Hal ini menyebabkan terbatasnya konten propaganda yang dapat disampaikan kepada audiens global. Tak hanya itu, *Twitter* juga mengeluarkan kebijakan anti-ekstrimisme yang semakin ketat. Penghapusan konten serta akun yang terafiliasi dengan ISIS secara teratur semenjak 2016 turut menyebabkan aktivitas ISIS dalam menyebarkan pesan propaganda di *Twitter* menjadi semakin redup.²²

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang kemudian dikerucutkan ke dalam identifikasi serta pembatasan masalah, maka penulis memfokuskan penelitian pada pertanyaan penelitian sebagai berikut: **"Bagaimana media sosial *Twitter* berperan dalam propaganda ISIS yang berakibat pada meluasnya jaringan terorisme (2014-2017)?"**

²¹ J.M. Berger, "How ISIS Games Twitter," *The Atlantic*, 17 Juni 2014, <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/> (diakses pada 11 April 2021)

²² Audrey Alexander, *Digital Decay? Tracing Change Over Time Among English-Language Islamic State Sympathizers on Twitter* (Washington: Program on Extremism at the George Washington University, 2017), 5-8.

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial *Twitter* berperan dalam aktivitas penyebaran pesan propaganda yang dilakukan oleh kelompok teroris ISIS. Lebih lanjut, penelitian juga berusaha untuk mengetahui secara spesifik teknik propaganda apa saja yang digunakan oleh ISIS dalam proses penyebaran propagandanya melalui media sosial *Twitter*.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap bahwa penelitian yang dilakukan dapat memberikan gambaran umum mengenai pengaruh yang dihasilkan oleh media sosial terhadap suatu isu dalam abad ke-21 ini. Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi akademisi lainnya dalam studi hubungan internasional yang mengkaji topik serupa, secara spesifik terkait dengan penggunaan *new media* dalam bentuk media sosial serta terorisme internasional.

1.4 Kajian Literatur

Dalam bagian ini, penulis memaparkan beberapa referensi literatur yang dapat mendukung penulis dalam melakukan penelitian. Literatur pertama berasal dari artikel dari sebuah jurnal berjudul *Tweeting Propaganda, Radicalization, and Recruitment: Islamic State Supporters Multi-Sided Twitter Networks* yang ditulis oleh Akemi Chatfield, Christopher G. Reddick, dan Uuf Brajawidagda. Menurut Chatfield, Reddick, dan Brajawidagda, jaringan terorisme telah menggunakan

berbagai macam media sebagai instrumen dalam perekrutan anggota baru serta menyebarkan propaganda kepada audiens global.

Terjadinya perkembangan teknologi informasi yang melahirkan internet, berbagai macam media sosial, serta perangkat teknologi yang terbaru menyebabkan perubahan radikal terhadap struktur serta kapabilitas dari komunikasi yang dilakukan oleh suatu kelompok teroris. Dengan menggunakan media sosial seperti *Twitter* yang memiliki jutaan pengguna aktif setiap harinya, komunikasi dari kelompok teroris dapat dibentuk ulang secara radikal melalui kemampuan kecepatan, jangkauan, dan kemudahan dalam mengunggah konten baik secara teks maupun audiovisual yang dimungkinkan oleh media sosial tersebut.²³ Penelitian ini menyoroti bagaimana pentingnya perkembangan teknologi terhadap aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh kelompok teroris. Penelitian tersebut membantu mengerucutkan objek yang diangkat di dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, yakni kepada *new media*.

Artikel berjudul *The Communicating and Marketing of Radicalism: A Case Study of ISIS and Cyber Recruitment* yang ditulis oleh David McElreath, et.al. kemudian dapat menjelaskan bagaimana ISIS menggunakan beberapa wadah media sosial sedemikian rupa sehingga dapat menjadi alat propaganda yang efektif dalam menyebarkan ideologi serta menjadi instrumen dalam merekrut anggota baru dari berbagai belahan di dunia. Menurut McElreath, et.al., konten propaganda yang disalurkan oleh ISIS melalui media sosial mampu menggugah keinginan dasar yang

²³ Akemi T. Chatfield, Christopher G. Reddick, dan Uuf Brajawidagda, "Tweeting Propaganda, Radicalization, and Recruitment: Islamic State Supporters Multi-Sided Twitter Networks," *Proceedings of the 16th Annual International Conference on Digital Government Research* (2015): 241-247. (doi: <https://doi.org/10.1145/2757401.2757408>)

dimiliki oleh manusia. ISIS cenderung menargetkan kontennya kepada audiens yang merasa 'hilang' dan 'tidak diterima' di dalam masyarakat. Melalui konten yang telah dibuat dan disebar di berbagai media sosial, banyak individu merasa bahwa ISIS dapat memberikan wadah dalam memenuhi dua keinginan dasar tersebut. Kelompok teroris tersebut juga diketahui memiliki sistem pemberian insentif yang tinggi bagi para anggota yang bekerja untuk menarik anggota baru di dalam media sosial.²⁴ Penelitian ini membantu menyoroti bentuk pesan propaganda yang dapat dianalisis di dalam penelitian penulis, yakni pesan yang cenderung menggugah sisi psikologis yang dimiliki oleh manusia.

Berbagai konten yang tersebar sebagai pesan propaganda oleh ISIS kemudian dijelaskan lebih lanjut di dalam sebuah artikel berjudul *The Islamic State's Use of Social Media* yang ditulis oleh Lisa Blaker. Menurut Blaker, penggunaan strategi media sosial mutakhir yang dimiliki oleh ISIS didukung melalui berbagai konten berkualitas tinggi yang dihasilkan oleh badan propaganda khusus milik ISIS, yaitu Al-Hayat. Badan tersebut menghasilkan konten dalam berbagai bentuk seperti video yang diiringi musik berbahasa Inggris. Tentunya, konten tersebut dihasilkan sebagai upaya ISIS dalam menargetkan propagandanya tak hanya kepada wilayah Arab saja, namun juga kepada berbagai negara Barat. Strategi tersebut pun terbukti dapat menarik berbagai anggota baru dari negara-negara Barat, seperti dari Australia, Inggris, hingga Amerika Serikat.²⁵ Penelitian

²⁴ David McElreath et.al., "The Communicating and Marketing of Radicalism: A Case Study of ISIS and Cyber Recruitment," *International Journal of Cyber Warfare and Terrorism* 8, no. 3 (2018): 30-37. (doi: 10.4018/ IJCWT.2018070103)

²⁵ Lisa Blaker, "The Islamic State's Use of Online Social Media," *Military Cyber Affairs* 1, no. 1 (2015): 3-9. (doi: <http://dx.doi.org/10.5038/2378-0789.1.1.1004>)

ini membantu menyoroti pentingnya memilih pesan propaganda berbahasa Inggris di dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Salah satu wadah media sosial yang kemudian digunakan lebih lanjut oleh kelompok teroris ISIS adalah *Twitter*. Menurut sebuah jurnal ilmiah yang dipublikasikan oleh *Brookings Institution*, ditemukan bahwa dalam awal kemunculan ISIS pada 2014, kelompok tersebut berfokus dalam penggunaan media sosial *Twitter* sebagai langkah awal dari strategi propaganda serta radikalisasi yang dilakukannya melalui media sosial. Pada 2014, ditemukan bahwa terdapat sekitar 46.000-90.000 akun *Twitter* yang terafiliasi dengan ISIS. Sekitar 60% dari jumlah akun tersebut dibuat pada 2014. Tak hanya itu, akun-akun tersebut memiliki rata-rata jumlah pengikut yang lebih besar daripada pengguna *Twitter* pada umumnya, yaitu 1.004 dibandingkan dengan hanya 208.²⁶ Angka fantastis tersebut menunjukkan bagaimana ISIS berupaya untuk membangun basis yang besar dalam media sosial untuk menunjang strategi propaganda serta radikalisasinya. Penelitian ini membantu menyoroti kekuatan media sosial *Twitter* sebagai sebuah wadah dalam aktivitas propaganda yang dilakukan oleh ISIS.

Berdasarkan penelitian terhadap 1,9 juta pesan yang disampaikan oleh sekitar 25.000 akun *Twitter* yang dilakukan oleh Adam Badawy serta Emilio Ferrara yang dituang ke dalam sebuah artikel berjudul *The Rise of Jihadist Propaganda on Social Networks*, dapat terlihat bahwa beberapa konten propaganda yang disebar di dalam media sosial *Twitter* umumnya memiliki peningkatan ketika

²⁶ Berger dan Morgan, "The ISIS Twitter Census: Defining and describing the population of ISIS Supporters on Twitter," 2-30.

suatu peristiwa penting terjadi. Lebih lanjut, beberapa tema utama dari pesan propaganda yang disebar di dalam *Twitter* di antaranya terkait dengan ajaran Islam, kekerasan, serta sektarianisme, atau perasaan keterikatan yang kuat terhadap suatu kelompok tertentu.²⁷ Literatur terakhir yang dikaji ini membantu mengerucutkan beberapa tema utama dari pesan propaganda yang disebar oleh ISIS di *Twitter*.

Penulis kemudian berupaya untuk menganalisis lebih lanjut celah yang ditinggalkan oleh penelitian yang telah dilakukan dalam berbagai literatur yang telah dikaji. Penulis menganalisis bagaimana konten yang disampaikan oleh ISIS melalui media sosial *Twitter* dapat mengembangkan jaringan terorisme ISIS ke berbagai belahan di dunia. Secara spesifik, penulis berupaya terlebih dahulu untuk menganalisis berbagai teknik propaganda yang digunakan dalam *Tweets* yang disebar oleh para propagandis ISIS di dalam *Twitter*. Analisis terhadap proses penyebaran propaganda tersebut dapat membantu penulis dalam mengidentifikasi peran yang dimiliki oleh *Twitter* sebagai media dari propaganda ISIS.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan beberapa konsep serta teori yang dianggap dapat mendukung proses analisis di dalam penelitian. Beberapa konsep serta teori yang dapat membantu penulis adalah terkait dengan konsep terorisme internasional, konsep *new media* dan media sosial, serta teori propaganda. Studi hubungan internasional dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari

²⁷ Adam Badawy dan Emilio Ferrara, "The Rise of Jihadist Propaganda on Social Networks," *Journal of Computational Social Science*, no. 1 (2018): 454-469. (doi: <https://doi.org/10.1007/s42001-018-0015-z>)

hubungan serta interaksi yang terjadi antar negara.²⁸ Berbagai aktor turut serta menghiasi perkembangan studi hubungan internasional, dimulai dengan negara yang difokuskan sebagai aktor utama pada awal kemunculannya, hingga kemudian bergeser kepada berbagai aktor lainnya seperti perusahaan multinasional, media, hingga berbagai kelompok maupun individu tertentu.

Di dalam abad ke-21, terjadi pula pergeseran fokus isu sebagai bagian dari perkembangan studi. Studi hubungan internasional yang pada awalnya berfokus pada berbagai isu tradisional seperti keamanan nasional, ekonomi politik internasional, serta diplomasi, mulai menggeserkan fokusnya terhadap berbagai isu non-tradisional. Terorisme internasional menjadi salah satu contoh dari isu non-tradisional yang kerap dikaji di dalam studi hubungan internasional. Aktivitas terorisme sendiri dapat didefinisikan sebagai ancaman serta penggunaan kekerasan yang melanggar hukum yang ditujukan kepada warga sipil dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu dalam bidang politik, agama, ataupun bidang lainnya. Aktivitas terorisme dapat dikatakan berada dalam skala internasional jika melibatkan kawasan serta masyarakat dari berbagai negara di dunia. Terorisme internasional dikategorikan ke dalam agenda dari hubungan internasional akibat bahaya yang mengancam tak hanya keamanan nasional dari suatu negara, namun juga keamanan dalam skala internasional. Fenomena tersebut mulai masuk ke dalam agenda hubungan internasional sejak terjadinya kejadian 9/11 di Amerika

²⁸ Jackson dan Sorensen, *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*, 4.

Serikat, dan aktivitas dari terorisme internasional sendiri kerap dikaitkan dengan kelompok muslim radikal yang tumbuh untuk mencapai suatu tujuan tertentu.²⁹

Suatu kelompok teroris radikal yang kerap melakukan aksi kekerasan umumnya menjustifikasikan aksinya tersebut sebagai pertunjukkan agar eksistensinya dapat diketahui di dalam masyarakat. Kelompok teroris melihat eksistensi mereka bukan sebagai bagian dari sistem sosial yang sudah ada, namun sebagai 'orang luar' dari sistem sehingga mereka pun berupaya untuk mengimplementasikan perubahan yang fundamental terhadap sistem sosial yang ada di dalam masyarakat.³⁰ Tindakan yang dilakukan oleh suatu kelompok teroris kemudian sejalan dengan perspektif konstruktivisme yang terdapat di dalam ilmu hubungan internasional. Berdasarkan konstruktivisme, identitas yang dimiliki oleh suatu aktor menjadi dasar utama dalam membentuk dan menetapkan kepentingannya di politik global. Tindakan yang dilakukan suatu aktor terhadap suatu objek dalam memenuhi kepentingannya berangkat dari makna yang dimiliki oleh objek tersebut. Dengan begitu, intersubjektivitas menjadi komponen penting dalam memahami dunia melalui perspektif konstruktivisme.³¹

Untuk mencapai tujuan yang dimilikinya, teroris kerap beradaptasi dengan teknologi untuk menjangkau masyarakat secara luas. Hal tersebut semakin dimungkinkan melalui terjadinya pergeseran dari *old media* kepada *new media*. Menurut Rayford L. Steele, *old media* dapat didefinisikan sebagai media yang

²⁹ Ibid, 278-280.

³⁰ Hoffman, *Inside Terrorism*, 114.

³¹ Alexander Wendt, "Anarchy is what States Make of It: The Social Construction of Power Politics," *International Organization* 46, no. 2 (1992): 396-399. (doi: <https://doi.org/10.1017/S0020818300027764>)

menggunakan alat dan bahan konvensional (belum terdigitalisasi) dalam menyebarkan informasinya kepada masyarakat secara umum, seperti televisi, radio, serta koran/majalah. Sedangkan, *new media* dapat didefinisikan sebagai media yang menyimpan, memanipulasi, hingga mendistribusikan informasi (mulai dari berita, komunikasi, serta hiburan) secara digital melalui pemberdayaan jaringan internet.³² Beberapa contoh dari *new media* adalah surat elektronik, media sosial, hingga berbagai situs layanan *streaming* film maupun musik.

Media sosial menjadi salah satu contoh *new media* yang dapat dengan mudah ditemui di dalam masyarakat pada saat ini. Media sosial dapat didefinisikan sebagai sebuah perangkat berbasis seluler maupun web yang memungkinkan penggunaannya di dalam level mikro (individu), meso (kelompok maupun perusahaan), serta makro (pemerintahan) untuk membagikan *user-generated content* dalam berbagai bentuk (gambar, teks, audio, video, lokasi, maupun gabungan dari beberapa bentuk tersebut). Media sosial dapat digunakan oleh penggunaannya untuk membangun jaringan dan komunitas, dengan kemungkinan untuk meraih serta melibatkan audiens yang besar dan luas.³³

Sebagai sebuah bentuk dari media, media sosial memiliki tiga bentuk peran dalam komunikasi yang dilakukan di dalam masyarakat. Pertama, media sosial berperan sebagai pembentuk. Menurut peran pertama, konten yang didistribusikan melalui media seperti media sosial memiliki kekuatan untuk mempengaruhi

³² Rayford L. Steele, "Traditional and New Media," dalam William F. Eadie, ed. *21st Century Communication: A Reference Handbook* (California: SAGE Publications, 2009), 489-491.

³³ Mariam El Ouiridi et.al., "Social Media Conceptualization and Taxonomy: A Lasswellian Framework," *Journal of Creative Communications* 9, no. 2 (2014): 107-123. (doi: 10.1177/0973258614528608)

seseorang serta masa depan yang dimiliki oleh masyarakat. Kedua, media sosial berperan sebagai cerminan dari masyarakat. Menurut peran kedua, media membantu untuk merefleksikan peristiwa, perilaku, identitas, hubungan sosial, hingga nilai yang dianggap penting di dalam masyarakat. Terakhir, media sosial berperan sebagai representasi. Media secara aktif menyeleksi, menyajikan, menata, dan membentuk informasi yang secara bersamaan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh masyarakat.³⁴

Konten yang dibentuk secara penuh oleh para penggunanya (*user-generated content*) yang menjadi ciri khas utama dari media sosial menjadi komponen penting dalam peran media sosial sebagai pembentuk di dalam masyarakat. Media sosial mendorong para penggunanya untuk secara aktif membuat, mempertahankan, serta membangun suatu jaringan sosial dengan membagikan *user-generated content* dalam berbagai jenis dimulai dari teks, gambar, hingga video.³⁵ Kekuatan media sosial yang memiliki fokus secara menyeluruh pada penggunanya kemudian mempengaruhi bagaimana komunikasi berlangsung antar jaringan sosial di dalam masyarakat.

Dengan kekuatan yang dimiliki oleh media sosial, media tersebut kini dijadikan sebagai salah satu alat yang dapat digunakan oleh kelompok teroris untuk menyebarkan ideologi, mempublikasikan keberadaannya, serta merekrut anggota baru melalui penyebaran pesan propaganda terhadap masyarakat. Secara sederhana, propaganda dapat didefinisikan sebagai sebuah bentuk komunikasi yang berupaya

³⁴ Paul Hodkinson, *Media, Culture, and Society: An Introduction* (New Delhi: SAGE Publications, 2011), 4-7.

³⁵ Terry Flew dan Richard Smith, *New Media: An Introduction* (Ontario: Oxford University Press, 2018), 12-14.

untuk mencapai sebuah hasil yang memenuhi maksud yang diinginkan oleh sang propagandis.³⁶ Artinya di dalam propaganda sebagai sebuah bentuk komunikasi, terdapat unsur-unsur komunikasi yang dapat diidentifikasi. Unsur-unsur tersebut terdiri sebagai berikut: *Who* (pengirim pesan), *says what* (isi pesan), *in which channel* (melalui media apa), *to whom* (penerima pesan), *with what effect?* (efek yang ditimbulkan).³⁷

Jowett dan O'Donnell dalam bukunya *Propaganda and Persuasion* kemudian memberikan definisi yang lebih komprehensif mengenai propaganda. Menurut Jowett dan O'Donnell, propaganda dapat didefinisikan sebagai sebuah upaya yang disengaja serta bersifat sistematis yang dilakukan oleh suatu aktor politik untuk membentuk persepsi, memanipulasi kognisi, serta perilaku/tingkah laku audiens untuk mencapai respons yang sesuai dengan tujuan yang berusaha dicapai oleh sang propagandis. Sebuah aktivitas propaganda sendiri dapat dilakukan oleh bermacam-macam aktor, mulai dari pemerintahan dan badan militer suatu negara, hingga aktor non-negara seperti perusahaan multinasional dan kelompok teroris.³⁸

Menurut Hoffman dalam bukunya yang berjudul *Inside Terrorism*, terdapat empat tujuan propaganda yang umumnya diangkat oleh suatu kelompok teroris. Tujuan pertama adalah untuk mendidik target audiensnya. Suatu kelompok teroris akan merancang sedemikian rupa pesan propagandanya untuk menginformasi,

³⁶ Jowett dan O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, 1.

³⁷ Harold Lasswell, "The structure and function of communication in society," dalam Brett Mills dan David M. Barlow, ed. *Reading Media Theory: Thinkers, Approaches, and Contexts* (Oxon: Routledge, 2012), 106.

³⁸ Jowett dan O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, 3-7.

mengedukasi, hingga mengumpulkan dukungan (seperti material, finansial, maupun spiritual) dari audiens. Tujuan kedua dari propaganda yang disampaikan oleh kelompok teroris yaitu sebagai alat untuk menarik perhatian simpatisan serta anggota baru. Tujuan ketiga dari propaganda teroris adalah untuk menyampaikan pemaksaan taktis. Umumnya kelompok teroris kemudian akan berupaya melumpuhkan lawannya (contohnya pemerintahan) dengan mempromosikan kekuatan yang dimilikinya. Di saat yang sama, kelompok teroris kemudian akan menekankan pada propaganda ketidakmampuan suatu pemerintahan untuk menyediakan perlindungan efektif kepada masyarakatnya. Tujuan terakhir dari propaganda yang dilakukan oleh kelompok teroris lebih menekankan kepada fungsi internalnya. Pesan propaganda tak hanya dapat disampaikan kepada audiens eksternal, namun kelompok teroris juga dapat menggunakan propaganda terhadap para anggotanya untuk meningkatkan moralitas, meredam perbedaan pendapat, hingga menjustifikasi suatu keputusan yang dikeluarkan atau aktivitas kontroversial yang dilakukan oleh kelompok teroris tersebut.³⁹

Seorang profesor bernama Jerry Kroth kemudian menjelaskan bahwa pada abad ke-21 ini, propaganda utamanya bergerak melalui pemanfaatan teknologi yang dilakukan oleh media massa. Kroth kemudian menjelaskan bahwa terdapat lima teknik propaganda yang dapat digunakan oleh suatu propagandis dalam menyebarkan pesan propagandanya ke dalam masyarakat, yaitu: *reframing*, *repeated affirmations*, *imitative learning*, *distraction and denial*, dan *classical and*

³⁹ Hoffman, *Inside Terrorism*, 263.

operant conditioning.⁴⁰ Penulis menyoroti bahwa terdapat tiga teknik propaganda yang sesuai dengan permasalahan yang sedang dikaji, yaitu teknik *reframing*, *repeated affirmations*, serta *imitative learning*.

Teknik *reframing* didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan oleh seorang/sekelompok propagandis untuk mengubah *framing* dari suatu isu yang berkonotasi negatif menjadi positif. *Reframing* sendiri dilakukan salah satunya melalui *newspeak*, atau menempatkan kata-kata yang berkonotasi positif untuk menjelaskan suatu hal yang sebenarnya memiliki konotasi yang negatif. Contoh *reframing* dapat dilihat pada konsep globalisasi serta perdagangan bebas yang dianggap memiliki konotasi positif karena berakibat pada interdependensi serta peningkatan perekonomian dari negara-negara yang terlibat. Padahal, kedua hal tersebut menghasilkan hal negatif kepada masyarakat, seperti berkurangnya lapangan pekerjaan serta upah para pekerja.⁴¹

Teknik kedua yaitu *repeated affirmations* dapat didefinisikan sebagai sebuah upaya pengulangan informasi yang dilakukan secara terus-menerus di dalam masyarakat. Melalui teknik pengulangan secara terus-menerus, maka masyarakat pun akan mulai berpikir bahwa informasi yang disampaikan tersebut adalah benar adanya, sehingga menyebabkan suatu kondisi 'delusi'. Propagandis kemudian dapat menyebarkan informasi yang salah kepada masyarakat dan mengulanginya secara terus-menerus agar masyarakat kemudian menerima

⁴⁰ Jerry Kroth, "Propaganda and Manipulation: How Mass Media Engineers and Distorts Our Perceptions," *Youtube*, 20 Oktober 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=Pfo5gPG72KM&feature=youtu.be> (diakses pada 17 April 2021)

⁴¹ *Ibid.*

informasi tersebut sebagai sesuatu yang 'benar'. Menurut Kroth, contoh dari teknik tersebut adalah terkait dengan kebijakan *War on Terror* yang terus disampaikan oleh Amerika Serikat. Pihak AS kerap memberitahukan masyarakat global bahwa Saddam Hussein beserta kelompoknya sedang mengembangkan senjata nuklir. Masyarakat global kemudian memercayai hal tersebut dan menginginkan agar AS menindaklanjuti informasi tersebut dengan kebijakan yang sesuai. Namun setelah diselidiki lebih lanjut melalui peristiwa Perang Irak 2003, AS tidak menemukan fakta tersebut dan informasi yang terus diulang-ulang telah menghasilkan sebuah kondisi delusi bahwa Irak adalah pihak yang jahat di dalam masyarakat.⁴²

Teknik ketiga yaitu *imitative learning* dapat didefinisikan sebagai peniruan suatu perilaku (baik secara positif maupun negatif) yang diterima oleh audiens dari suatu informasi maupun perilaku yang disebarkan oleh pihak propagandis melalui media massa. Suatu perilaku negatif terutama dapat ditiru oleh seseorang ketika perilaku yang dilakukan olehnya tidak menghasilkan konsekuensi yang buruk ketika dilakukan. Menurut Kroth, contoh dari teknik ini terdapat di dalam film *Gone in 60 Seconds*. Pada akhir pekan setelah film yang menceritakan mengenai pencurian mobil tersebut ditayangkan, kasus pencurian mobil di Burnaby, Kanada, melonjak naik hingga 60%.⁴³

Teknik keempat yaitu *distraction and denial* adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh propagandis melalui media massa untuk mendistraksi masyarakat dari informasi lain yang sebenarnya lebih penting untuk disampaikan. Pihak

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

propagandis juga dapat mendistraksi masyarakat dari suatu informasi yang tidak ingin dijadikan sebagai sebuah bahan perbincangan di dalam masyarakat oleh sang propagandis. Contoh dari teknik tersebut adalah pengalihan pemberitaan yang dilakukan oleh media massa di AS. Media di AS lebih sering meliput isu-isu populer dan menarik bagi masyarakat seperti kasus meninggalnya Whitney Houston dibandingkan dengan kasus gempa bumi di Haiti yang menelan korban lebih banyak daripada korban yang dihasilkan oleh bom nuklir di Hiroshima dan Nagasaki.⁴⁴

Teknik terakhir dari teknik propaganda yang disampaikan oleh Jerry Kroth adalah *classical and operant conditioning*. Teknik tersebut dapat didefinisikan sebagai suatu upaya yang dilakukan oleh sang propagandis untuk mengasosiasikan berbagai hal yang bersifat positif dan menyenangkan terhadap suatu isu. Upaya pengasosiasian tersebut kemudian akan menghasilkan suatu kondisi/gambaran umum yang nantinya akan secara otomatis terasosiasi ke dalam pikiran ketika seseorang berpikir mengenai suatu isu tersebut. Dalam teknik ini, contoh yang disampaikan oleh Kroth adalah mengenai *McDonald's* yang diasosiasikan sebagai salah satu tempat makan yang memberikan perasaan menyenangkan bagi pelanggannya. Padahal, komposisi makanan yang dimiliki oleh *McDonald's* bersifat tidak menyenangkan bagi kesehatan individu yang mengonsumsinya.⁴⁵

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid.

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode kualitatif dalam bentuk analisis konten di dalam penelitian yang dilakukan. Metode kualitatif sendiri digunakan untuk melakukan penyelidikan serta pemahaman lebih lanjut mengenai berbagai fenomena sosial yang terjadi di sekeliling kita. Terdapat tiga tahapan yang dilakukan dalam menggunakan metode kualitatif, yaitu pengumpulan, analisis, serta interpretasi data.⁴⁶ Penulis mengumpulkan terlebih dahulu data sekunder. Setelah itu, penulis mengaplikasikan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya ke dalam proses analisis serta interpretasi data. Analisis konten digunakan untuk mengambil kesimpulan dari teks ke dalam konteks penggunaannya yang membantu memberikan wawasan baru serta meningkatkan pemahaman penulis terhadap suatu fenomena.⁴⁷ Hasil dari penelitian kemudian dijabarkan secara deskriptif dan menjelaskan bagaimana penyebaran propaganda melalui media sosial *Twitter* berakibat pada perluasan jaringan terorisme yang dimiliki oleh ISIS.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan studi pustaka sebagai teknik dalam mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan sendiri bersifat data sekunder, dengan utamanya

⁴⁶ John W. Creswell dan J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (California: SAGE Publications, 2018), 2.

⁴⁷ Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (California: SAGE Publications, 2004), 18.

merujuk pada buku, jurnal ilmiah, artikel media massa, serta sumber lainnya dari internet yang dianggap dapat mendukung proses penulis dalam menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditentukan.

1.7 Sistematika Pembahasan

Penelitian dibagi ke dalam empat bab. Bab I menjelaskan pendahuluan dari penelitian, dimulai dari latar belakang masalah hingga sistematika pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

Bab II menjelaskan latar belakang pendirian ISIS sebagai sebuah kelompok teroris, penggunaan ideologi dalam pesan propaganda, serta perkembangan media yang digunakan oleh ISIS dalam mengkomunikasikan pesan propagandanya.

Bab III menganalisis penggunaan media sosial *Twitter* sebagai salah satu media yang digunakan ISIS dalam upayanya untuk mengembangkan jaringan terorisme menggunakan kerangka pemikiran yang telah ditentukan.

Bab IV menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan sekaligus menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditentukan oleh penulis.