



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**Twitter, *Agenda Settings*, dan Donald Trump: Perspektif
Orientalisme dalam Industri Islamophobia di Amerika Serikat**

Skripsi

Oleh

Aliya Alifadrianti

2014330147

Bandung

2018



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**Twitter, *Agenda Settings*, dan Donald Trump: Perspektif
Orientalisme dalam Industri Islamophobia di Amerika Serikat**

Skripsi

Oleh

Aliya Alifadrianti

2014330147

Pembimbing

Sapta Dwikardana, Drs., M.Si., Ph.D.

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Aliya Alifadrianti
Nomor Pokok : 2014330147
Judul : *Twitter, Agenda Settings, dan Donald Trump: Perspektif Orientalisme dalam Industri Islamophobia di Amerika Serikat*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 20 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Sylvia Yazid, MPPM, Ph.D

Sekretaris
Sapta Dwikardana, Drs., M.Si., Ph.D :

Anggota
Albert Triwibowo, S.IP., M.A.

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aliya Alifadrianti
NPM : 2014330147
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Twitter, *Agenda Settings*, dan Donald Trump: Perspektif Orientalisme dalam Industri Islamophobia di Amerika Serikat

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, 22 Juli 2018



Abstrak

Nama : Aliya Alifadrianti

NPM : 2014330147

Judul : Twitter, *Agenda Settings*, dan Donald Trump : Perspektif Orientalisme
dalam Industri Islamophobia di Amerika Serikat

Kehadiran media sosial melahirkan sebuah bentuk komunikasi dan interaksi baru dalam dunia Hubungan Internasional. Semenjak kehadiran internet, sosial media telah digunakan sebagai salah satu cara untuk menyisipkan pesan dari kelompok kepentingan ke masyarakat. Salah satu berita yang menyebar luas lewat sosial media adalah Islamophobia. Penelitian ini menggunakan pertanyaan penelitian “Apakah Islamophobia di Amerika Serikat merupakan *agenda settings* dari negara,” sebagai kerangka penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah; *agenda settings*, *social networking sites* dan kultur partisipan, *two step flow*, dan Orientalisme dari Edward Said. Pendekatan Said terhadap Islam dan Media yang meliputi hermeneutika dan latar belakang sejarah juga digunakan dalam penelitian ini.

Peneliti kemudian menemukan bahwa Industri Islamophobia di Amerika Serikat memiliki pendekatan yang berbeda dari segi aktor yang disebabkan oleh munculnya Donald Trump sebagai *key opinion leader*. *Agenda setting* yang biasanya didukung oleh negara, sekarang dapat dilakukan oleh beberapa aktor seperti pihak bisnis, pasar, dan kelompok kepentingan. Trump juga memiliki andil yang penting dalam mempengaruhi sentimen anti-Islam di masyarakat AS yang dapat dilihat dengan mempelajari tagar di Twitter. Lewat penelitian ini juga ditemukan bahwa sentimen *tweets* Trump mempengaruhi *cyber-Islamophobia* di kalangan pengguna Twitter Amerika Serikat.

Penelitian ini dapat memberi perspektif baru dalam memahami politik dan komunikasi internasional di era digital. Penelitian ini menunjukkan pentingnya analisa dan pemahaman lebih lanjut mengenai fenomena *hate speech* di internet sebagai bentuk komunikasi baru dan alat politisasi.

Keyword: Twitter, Islamophobia, Agenda Setting, Orientalism, Donald Trump, Key Opinion Leader, Media.

Abstract

Nama : Aliya Alifadrianti

NPM : 2014330147

Judul : Twitter, Agenda Settings, and Donald Trump: Orientalism perspective of
Islamophobia Industry in United States

The establishment of social media has created a new form of communication and interaction in terms of International Relations. Social media has been used as the tool for interest group to penetrate bigger market since with Islamophobia as one of the issue that was spread through social media. This leads to research question of “*Is Islamophobia industry in the United States is a state-promoted action.*” The theories used in this research include agenda setting; social network sites and participatory culture; two step flow, and Edward Said’s perspective on the phenomena of Orientalism. Said’s approach to Islam and Western Media which covers hermeneutic and historical background are used in this research.

Researcher then find that Islamophobia Industry in United States has a different approach to the society that is caused by the raise of Donald Trump as key opinion leader of the nations. Agenda setting which is usually backed up by nation to infiltrate certain issue to society is now done by several actors including business, market, and also interest group. Trump also has great impact in creating anti-Islam sentiment in the Internet that can be traced by following hashtag on Twitter. There are also findings of Trump’s tweets sentiment that leads to cyber-Islamophobia among the Twitter user in The United States. This research will be able to give a new perspective in understanding politic and international communication in digital era. This research shows the important of analytical and further understanding about hate speech phenomenon in Internet as a new form of communication and political tool.

Keyword: Twitter, Islamophobia, Agenda Setting, Orientalism, Donald Trump, Key Opinion Leader, Media.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan pada seluruh pihak-pihak yang telah membantu pengerjaan skripsi berjudul “Twitter, *Agenda Settings*, dan Donald Trump: Perspektif Orientalisme dalam Industri Islamophobia di Amerika Serikat,” dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penyusunan ini penulis mendapat bimbingan, bantuan, masukan, dan dukungan dari Bapak Sapta Dwikardana, Drs., M.Si., Ph.D selaku pembimbing. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, sehingga saran dan kritik yang membangun akan sangat bermanfaat. Semoga penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan

Bandung, 29 Juni 2018

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Untuk Keluarga,

Atas seluruh percakapan menarik tentang kehidupan yang membukakan mata.

Untuk teman-teman,

Atas waktu yang diluangkan untuk menemani, atas telinga yang dipakai untuk mendengar, dan untuk semangat yang terus menggelora, memacu untuk terus bergerak.

Untuk Mas Sapta,

Segala obrolan ringan tentang bisnis, budaya, dan harapan selalu menyadarkan saya untuk cepat lulus dan berkontribusi pada dunia.

Untuk saya,

Selamat!

Untuk Tuhan,

Terimakasih, keyakinan dan kepasrahan akhirnya berbuah.

Daftar Isi

Abstrak	v
Abstract	vi
Daftar Singkatan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Grafik	xii
Daftar Bagan	xiii
Daftar Singkatan	xvi
Bab I: Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.2.1 Pembatasan Masalah	5
1.2.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.4 Kajian Literatur	7
1.5 Kerangka Pemikiran	12
1.6 Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Metode Analisa	22
1.7 Sistematika Pembahasan	22
Bab II :Revolusi Digital dan Kekuatan Global Amerika Serikat dalam Internet	
2.1 Perubahan dan Perkembangan Media Dalam Konteks Global	26
2.2 The 2.0: Kekuatan Interaktif Jejaring Komputer	28
2.2.1 Media 2.0	31

2.3.1 Twitter	37
2.4 Kultur Partisipan Masyarakat Global Dalam Internet	40
2.4.1 Cyber Action	44
2.5 American Exceptionalism sebagai filsafat dasar berkehidupan masyarakat AS.	54
2.5.1 American Exceptionalism	56
2.5.2 Obama vs Trump	61

Bab III : Integrasi nilai Islam dan Kebudayaan Amerika: Pencitraan dan Kenyataan Pandangan Terhadap Oriental

3.1 Perkembangan Islam di Amerika dalam Perspektif Oksidentalis	66
3.2 Citra Islam-Muslim di Amerika	74
3.2.1 Meninjau Citra Islam di Dunia: Citra Pra-Peradaban Modern	75
3.2.2 Media AS dan Citra Muslim	78
3.3 Isu Kolektif terhadap Islam	87
3.3.1 9/11: Televisi dan Global War on Terror	89
3.3.2 Pemilu 2016 : Trump dan Kebijakan Baru	94

Bab IV :Agenda Setting Era Trump: Citra dalam Twitter, Media, dan Cyber-Islamophobia

4.1 Trump dan Sosial Media	101
4.1.1 Analisa Sentimen tweet Trump	103
4.2 Agenda Setting Lewat Media di AS	108
4.2.1 Jaringan Islamophobia dan Trump	108
4.2.1.2 Gerakan perseorangan	118
4.2.1.3 Kelompok kebencian: Media echo chamber	121
4.3 Analisa Sentimen Islamophobia di Twitter	126
4.3.1 Sentimen Islamophobia Dalam Sosial Media	127

BAB V : Kesimpulan	140
---------------------------	-----

Daftar Gambar

Gambar 2.1	McSpotlight <i>Fact Sheet</i>	47
Gambar 2.2	Penampilan perdana Obama di Ellen	53
Gambar 4.1	Frank Gaffney	112
Gambar 4.2	<i>Tweet</i> Trump Tentang Hillary dan Islam	129
Gambar 4.3	Pencarian <i>tweet</i> #AntiShariah	136
Gambar 4.4	Pencarian <i>tweet</i> #banmuslim	137
Gambar 4.5	Pencarian <i>tweet</i> #banshariah	137

Daftar Grafik

Grafik 2.1	Konsumsi Media Masyarakat AS -2017	29
Grafik 4.1	Data Pengikut Twitter Trump	103
Grafik 4.2	Sumber <i>tweet</i> pasca pemilu	106
Grafik 4.3	Grafik Sentimen	116
Grafik 4.4	Analisa Sentimen <i>tweet</i> Trump	130
Grafik 4.5	Data analisa tren Twitter	134

Daftar Bagan

Bagan 1.1	<i>Kuadran Cyber Action</i>	19
Bagan 2.1	<i>Kuadran Cyber Action</i>	44

Daftar Singkatan

ACTFA	: ACT For America
AS	: Amerika Serikat
CAP	: Center for America Progress
KOL	: Key Opinion Leader
SMaPP	: Social Media and Political Participation
SNS	: Social Networking Sites
UGC	: User Generated Conten

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Isu Islam dan Barat telah lama menjadi bahasan utama para peneliti studi Hubungan Internasional semenjak runtuhnya Uni Soviet. Menurut Samuel Huntington, dengan berakhirnya perang dingin maka hilang juga “musuh” bersama dan melahirkan “benturan peradaban” untuk menemukan peradaban yang lebih superior ketimbang lainnya. Hal ini terjadi pula dengan hubungan masyarakat Barat- yang terepresentasikan oleh Amerika Serikat (AS) dan negara Eropa Barat (yang kemudian menjadi Uni Eropa) dengan masyarakat Islam yang dipicu oleh beberapa faktor termasuk imigran, ekonomi dan politik.¹ Penelitian yang dilakukan oleh Edward Said, Kai Hafez, dan John L. Esposito juga telah membahas berbagai pendekatan untuk memahami perbedaan kebudayaan antara Islam dan Barat yang membuatnya sulit melebur. Sampai di era komunikasi Internet, isu benturan peradaban masih menjadi hal yang relevan.

Dengan kehadiran media sosial, masyarakat dapat lebih berkontribusi terhadap isu dan menjadi salah satu aktor pendukung terhadap kebencian antar satu sama lain. Salah satu isu yang panas dibicarakan adalah munculnya “tren” ketakutan

¹ Samuel Huntington, *Clash of Civilization: Remaking the World Order* (NY: Simon & Schuster, 2011), 551.

terhadap Islam di masyarakat Barat yang kemudian digiring ke ranah digital. Ketakutan tidak hanya disebar dan dirasakan secara fisik namun secara daring. Menariknya, di era keterbukaan komunikasi dan kolaborasi, isu kolot ini masih mengakar di kedua belah masyarakat.

Selain itu, era globalisasi menjadi suatu momentum yang sangat baik bagi para kelompok berkepentingan dalam menggunakan media² sebagai salah satu metode penyebaran ideologi. Terlebih dengan kehadiran internet yang mempermudah semua orang dalam melakukan hubungan sehingga seolah-olah jarak antara satu dengan lainnya menjadi lebih dekat. Hubungan antara kelompok kepentingan dan media massa merupakan hubungan yang saling mempengaruhi yang mana keduanya dapat diuntungkan. Kelompok berkepentingan dapat menggunakan media massa untuk menyebarkan ideologi, visi, misi, cita-cita, dan berbagai pemberitaan aksi yang mereka lakukan sementara pihak media dapat menjual konten berita tersebut untuk dijadikan sebuah *headline* pemberitaan yang mana media satu dengan media lainnya. Kelompok berkepentingan dapat hadir sebagai “identitas kolektif” yang dianggap merepresentasikan suatu budaya atau pemikiran tertentu, untuk kemudian mencoba untuk memberikan label tertentu pada kelompok kolektif lainnya sehingga sering kali muncul prejudis tertentu antar kelompok. Kelompok kepentingan juga dapat mempergunakan orang-orang dengan popularitas tinggi di Internet untuk menjamin “kredibilitas” dan untuk

² “Media Sosial Efektif Jaring Anggota Teroris,” Berita Satu, December 23, 2016, accessed January 31, 2017, <http://www.beritasatu.com/aktualitas/406061-media-sosial-efektif-jaring-anggota-teroris.html>.

mendapatkan atensi lebih secara cepat. Hal ini menjadi sebuah pola kebiasaan penyebaran ideologi secara digital yang populer di era komunikasi digital.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya, pendekatan yang digunakan masih sangat klasik dan terfokus pada hal-hal fisik- termasuk media dan penyebaran informasi. Namun dengan kehadiran media sosial yang mengubah kebiasaan berkomunikasi maka harus ada pendekatan baru yang membahas pengaruh internet dalam isu benturan peradaban Islam dan Barat, maka dari itu penelitian ini diajukan dengan judul **Twitter, Agenda Settings, dan Donald Trump: Perspektif Orientalisme dan Industri Islamophobia di Amerika Serikat.**

1.2 Identifikasi Masalah

Kelahiran media sosial semakin mendorong peran masyarakat untuk ikut terlibat aktif dalam penulisan berita. Disisi lain, masuknya media sosial seperti Twitter dan Facebook membuat persaingan di media konvensional meningkat³ karena perpindahan konsumen ke medium yang lebih praktis. Persaingan di dunia media massa juga menjadi semakin ketat dimana dengan munculnya media sosial, redaksi harus lebih mampu menjual konten berita untuk disajikan kepada masyarakat. Momen inilah yang digunakan oleh media massa untuk menggunakan kata kunci yang “menjual” kepada masyarakat umum. Media lama yang berfokus pada konten, mulai kalah dengan sistem “interaktif” yang ditawarkan oleh media baru, istilah *prosumer* menjadi kunci di media massa

³ Brigitte L Nacos, *Terrorism/counterterrorism and Media in the Age of Global Communication*, (n.p., 2006), http://archive.unu.edu/globseminar/files/shimane06/Nacos_text_en.pdf. Hlm, 5.

konvensional untuk menawarkan keinteraktifan dalam platformnya. Hal ini mengakibatkan kantor-kantor berita konvensional mulai beralih ke digital karena lebih mampu untuk menunjukkan respon pembaca secara riil lewat komentar atau opini yang dilontarkan kembali seperti Twitter. Dari segi konsumen, perilaku masyarakat AS menjadi semakin tergantung dengan media sosial dimana rata-ratanya menghabiskan setidaknya 90 menit di internet dengan piranti mereka.⁴ Dengan kondisi tersebut, media memilih untuk menyampaikan juga lewat media Twitter.

Apabila dulu, sumber berita didapatkan hanya dari “sumber terpercaya” yang dibuat oleh para jurnalis dengan standar tertentu, dengan hadirnya Internet, *power control* akan sulit dilakukan.⁵ Penyisipan berita palsu (*hoax*) akan lebih sering hadir, akan lebih *viral*, dan juga membuat keresahan di masyarakat. rendahnya *power control* juga menyebabkan menjamurnya media-media alternatif, *think tank*, atau individu-individu yang menyajikan konten sandingan bagi kantor berita besar. Dalam isu-isu tertentu seperti pemilu atau terorisme bahkan media justru bukan memberikan jawaban atau klarifikasi terhadap suatu kejadian, melainkan menjenuhkan situasi dengan “memihak” sesuai dengan target pasarnya. Media yang seharusnya menjadi sumber informasi, sekarang malah menyesuaikan

⁴ John Koblin, “How Much Do We Love TV? Let Us Count In,” New York Times, 30 June 2016, https://www.nytimes.com/2016/07/01/business/media/nielsen-survey-media-viewing.html?_r=0

⁵ Martin Listern dan Jon Dovey, *A New Media: Critical Introduction Edisi 2* (New York: Routledge, 2009),10.

konten beritanya dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat.⁶ Dengan keaktifan masyarakat AS untuk mendapatkan berita dan berpartisipasi dalam sebuah isu, konten berita yang disajikan lewat pihak “terpercaya” di Twitter menjadi hal yang sangat penting, karena dapat mempengaruhi sentimen dan pandangan terhadap isu tertentu. Lewat akun-akun yang dianggap sebagai *key opinion leader* (KOL) yang dapat meraup kepercayaan banyak orang dalam media sosial.⁷ Salah satu KOL yang menjadi unggulan bagi media AS adalah Donald Trump yang pada saat ini menjabat sebagai presiden. Penjelasan lebih dalam mengenai KOL akan dibahas pada sub-bab Kerangka Pemikiran.

Salah satu akibat dari miskonsepsi ini pula berkontribusi pada naiknya ketakutan terhadap Islam dan segala yang budaya yang terkait dengan Islam. Ketakutan-ketakutan tersebut muncul secara psikis yang telah ditanamkan oleh media sehingga munculnya diskriminasi terhadap kaum Muslim di negara Barat yang kemudian melahirkan ketakutan tersendiri akan Islam (*islamophobia*) dan stereotip terhadap Muslim dari media yang mereka tonton yang kemudian tercurahkan dalam Twitter dalam bentuk *hate speech*.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Peneliti akan memfokuskan pada kemampuan kelompok berkepentingan untuk menggunakan individu, dalam kasus ini Donald Trump untuk menyisipkan

⁶ Kumar Ramakhrisna, *After Bali: The Threat of Terrorism in South East Asia*, Singapore: Nanyang Technological University, hlm. 161.

⁷ “Key opinion leaders: who are they and why do they matter?” Liana Tech Bloh, 4 Mei 2017, <https://www.lianatech.com/blog/key-opinion-leaders-who-are-they-and-why-do-they-matter.html>

agenda anti-Muslim. Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian pada studi kasus platform media sosial Twitter. Penulis menganggap Twitter merupakan sebuah wadah interaksi antara media *mainstream*, masyarakat *prosumer*, pemerintah, dan berbagai kelompok berkepentingan. Terlebih Trump merupakan salah satu *influencer* di Twitter yang dapat menggiring opini publik dengan posisinya yang merupakan pengusaha sekaligus presiden AS.

Jangka waktu yang diambil dalam penelitian ini dari Januari 2016 sampai Desember 2017 karena pada rentang waktu tersebut merupakan masa kampanye pemilu presiden 2016 yang menjadikan kondisi media rentang terhadap isu dan penggiringan opini untuk mendapatkan pendukung. Selain itu juga dalam rentang waktu tersebut Trump mengeluarkan kebijakan luar negeri larangan bepergian bagi beberapa negara Muslim yang peneliti anggap menjadi salah satu hasil lanjutan ketakutan terhadap muslim yang telah terpupuk lama dan juga munculnya kekerasan terhadap Muslim dan *cyber-Islamophobia*.

1.2.2 Perumusan Masalah

Pertanyaan penelitian yang menjadi acuan penulis adalah “*Apakah cyber islamophobia di Amerika Serikat merupakan pengaturan agenda negara*” dengan berfokus pada media sosial sebagai wadah interaksi warga.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami apakah *cyber-Islamophobia* di Amerika merupakan konstruksi *agenda-setting* pemerintah yang dicapai lewat pemberitaan media di platform Twitter. Selain itu juga diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat memahami pengaruh *key opinion leader* di media sosial dan pengaruhnya dalam isu global di era informasi.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penulisan penelitian ini adalah berikut:

1. Menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi penelitian serta pedoman bagi penulis yang mengangkat topik mengenai hubungan media, negara, masyarakat, dan budaya digital;
2. Memahami korelasi antara media, budaya, dan masyarakat di Barat terhadap suatu budaya asing;
3. Menjadi salah satu penulisan mengenai media Barat dan Islam yang mengambil perspektif Timur

1.4 Kajian Literatur

Dalam penelitian mengenai hubungan media dengan kebudayaan Islam, penulis menemukan ada tiga buku dan dua artikel jurnal yang dapat membantu penelitian secara keseluruhan. Buku yang pertama adalah *Orientalism* oleh Edward Said.

Dalam bukunya, Said menjelaskan mengenai sudut pandang yang digunakan oleh Barat dalam melihat budaya lain yang berbeda dari yang mereka miliki atau ketahui. Perspektif itu Said sebut sebagai “Orientalisme” dimana ketidaktahuan Barat akan budaya lain melahirkan citra eksotis dan stereotip tertentu yang mana biasanya dihasilkan dari simplifikasi tanpa memahami kompleksitas yang dimiliki oleh budaya tersebut.⁸ Perbedaan tersebut seringkali dianggap sebagai keterbelakangan oleh masyarakat Barat yang selalu menggunakan perspektif “pembangunan” dan indikator peradaban mereka dalam melihat suatu kebudayaan sehingga Timur atau “Orien” selalu dilihat sebagai masyarakat yang butuh modernisasi dan perbaikan.

Said juga menjelaskan mengenai pemberian label menjadi salah satu pembentuk citra dalam masyarakat. Biasanya label itu bentuk dari sifat-sifat dan impresi yang didapatkan ketika pertama kali terpapar oleh masyarakat atau budaya lain. Penggunaan label merupakan representasi dari pengetahuan tentang sesuatu yang lain, dan dapat dijadikan sebagai identitas kolektif suatu budaya tertentu oleh masyarakat lainnya.⁹ Hal ini menunjukkan bahayanya memberi label tanpa memahami lebih lanjut kompleksitas dari suatu kebudayaan. Pemberian label sulit dihindari, karena label tersebut menyederhanakan sebuah perspektif karena memberikan fungsi identifikasi sederhana dengan memberi gambaran tentang indikator perbedaan antar kebudayaan. Namun label akan selalu mengindikasikan

⁸ Edward Said, *Covering Islam : How The Media and The Experts Determine How We See The Rest of The World* , (New York: Vintage Book, 1997), 52.

⁹ Ibid. 86

kedangkalan dan penyederhanaan sesuatu sehingga suatu hal dapat berarti lebih kompleks dari yang direpresentasikan oleh label tertentu. Salah satu pengaruh besar terhadap perspektif Orientalisme adalah kolonialisme yang dilakukan oleh bangsa Barat kepada jajahannya. Kolonialisme yang dilakukan tidak hanya secara *hard politics* namun juga secara *soft politics* seperti literatur, antropologi, dan juga di justifikasi lewat narasi-narasi yang ditulis oleh Barat.¹⁰

Buku kedua adalah *The Clash of Civilization and The Remaking of World Order* oleh Samuel Huntington. Dalam bukunya, Huntington lebih menekankan kepada faktor-faktor yang menyebabkan seseorang dapat melakukan tindak kekerasan, khususnya komunitas yang dicap sebagai teroris oleh masyarakat dunia Barat. Huntington berargumen bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan banyak tingginya tensi antara masyarakat Barat dengan Islam.

Pertama, kebangkitan Islam telah membuat komunitas Muslim untuk kembali memiliki kepercayaan diri terhadap perbedaan antara mereka dan masyarakat Barat, mereka menemukan beberapa nilai Islam lebih “berharga” ketimbang nilai-nilai Barat. Hal ini sejalan dengan runtuhnya komunisme yang telah lama menjadi musuh “bersama” bagi Islam maupun Barat yang justru malah menaikkan tensi antar kedua peradaban. Kedua, ekspansi ideologi Barat ke negara-negara Timur sering kali berbenturan dengan kebudayaan masyarakat setempat. Negara Barat terus menerus melakukan penetrasi terhadap sistem yang berlaku di negara mereka seperti institusi, nilai-nilai, superioritas ekonomi, dan ekspansi militer

¹⁰ Edwards Said, *The Orientalism*, (New York: Vintage Book, 1978).

yang terus menekan masyarakat Muslim. Terakhir, semakin “bersatunya” dunia, mendekatkan Islam dan dunia Barat dan menghadapkannya kepada ideologi yang saling bertentangan yang mana keduanya pun saling menstimulasi kesadaran tentang perbedaan yang dimiliki. Interaksi antara keduanya malah menimbulkan permasalahan akan perbedaan, khususnya pada konteks kebebasan individu kaum mereka di tempat kaum yang lain.¹¹ Terlebih dengan kehadiran internet yang semakin mendekatkan berbagai kebudayaan.

Selanjutnya adalah artikel dari “*Media Representation of Muslim and Islam From 2000 to 2015: A meta-analysis*” oleh Saifuddin Ahmed dan Jorg Matthes dalam jurnal *The International Communication Gazette* oleh Sage Publication tahun 2016. Artikel ini menggarisbawahi diskursus “anti-Muslim” yang mulai disuarakan media Barat saat Revolusi Iran tahun 1979 yang melibatkan penyanderaan warga AS. Disambung dengan tensi Timur Tengah, konflik di Irak pada tahun 1990 dan memuncak pada saat serangan gedung World Trade Center 9/11¹² diluncurkan. Pengaruh dari 9/11 terhadap perubahan pandangan dunia terhadap Islam dan Muslim sangat jelas terlihat dari tajuk-tajuk yang dikeluarkan oleh kantor berita terhadap kelompok tersebut. Bahkan pemojokan tidak hanya dilakukan di AS tetapi juga di negara Barat lainnya.

Media Barat cenderung menggambarkan Islam sebagai agama yang monolitik, homogen, seksis, dan brutal sementara Muslim sebagai orang yang tidak

¹¹Samuel P. Huntington, *The Clash of Civilizations: And the Remaking of World Order* (New York: Simon & Schuster, 1997), 210—212.

¹² Saifuddin Ahmed dan Jorg Matthes, “Media Representation of Muslim and Islam from 2000 to 2015: A Meta-analysis”, *the International Communication Gazette* 0(0) (2016), 3.

berprikemanusiaan, tidak senonoh, dan fanatik.¹³ Stereotip terhadap Muslim pun mulai terjadi dengan tuduhan “mereka” adalah yang berbahaya bagi “kami”, sebagaimana kami yang dimaksud adalah masyarakat Barat khususnya Amerika. Kecenderungan media untuk membesar-besarkan tajuk biasanya terjadi setelah aksi teror terjadi. Tren ini tidak hanya terjadi di Amerika, tetapi di negara Barat lain seperti Inggris dan Prancis dimana media gemar membuat tajuk panas yang semakin menyudutkan Muslim dan Islam itu sendiri.

Artikel ini juga membahas mengenai tendensi masyarakat AS yang sensitif terhadap kelompok imigran. Rasisme di AS cenderung lebih mengakar pada permasalahan sosial seperti pencari suaka¹⁴ yang selalu dikaitkan dengan masuknya para fundamentalis Islam dan teroris ke AS. Fakta ini berdampak pada kategorisasi yang dilakukan oleh media massa terhadap kelompok tersebut. Masing-masing dari kantor berita memiliki “sebutan” tersendiri bagi minoritas, dalam hal ini Muslim.

Lewat literatur-literatur diatas, dapat dipahami bahwa benturan antara Islam dan Barat sudah ada sejak lama dan dipengaruhi oleh berbagai aspek. Masalah ini terus berlanjut sampai ke era Internet, dimana individu dan masyarakat berperan aktif dalam isu ini. Pada penelitian ini akan diselaraskan pemikiran dari penelitian sebelumnya mengenai benturan peradaban dengan kondisi komunikasi kontemporer.

¹³ Ibid., 4.

¹⁴ Ibid., 13.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam membangun kerangka pemikiran penelitian ini, penulis akan menggunakan teori yang dapat menjelaskan peran media dan juga masyarakat. Teori besar pertama adalah komunikasi internasional yang menekankan peran media sebagai aktor non-negara yang dapat mempengaruhi implementasi dan formulasi suatu pembuatan kebijakan negara maupun internasional. Dibawah teori komunikasi internasional, pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah opini publik, *agenda settings* dan *two step flow*.

Opini publik yang dikemukakan oleh Walter Lippmann menjelaskan pada konteks AS opini publik merupakan hal yang sangat penting mengingat demokrasi yang dijunjung tinggi sehingga masyarakat dapat menjadi agen perubahan yang mempengaruhi pembuatan kebijakan salah satunya dengan bentuk *house of representative*. Menurut Lippmann ada tiga hal yang mempengaruhi opini publik yakni pemerintah, sektor pribadi; termasuk diantaranya institusi agama, dan media.¹⁵ Media merupakan salah satu alat pembentuk opini publik yang paling efektif karena mudah diakses, ada dimanamana, dan hanya membutuhkan sedikit biaya terlebih dengan kehadiran internet dengan alur berita yang lebih cepat. Dalam membentuk opini public, Lippmann mengatakan ada 3 aktor utama yang mempengaruhi sebuah pemberitaan yang sampai pada masyarakat yakni 1) jurnalis, 2) sumber, dan 3) pembaca. Jurnalis merupakan seseorang yang menulis berita dan dapat menginterpretasi suatu

¹⁵ Walter Lippmann, *Public Opinion* (New York: Macmillan, 1998), 319.

kejadian dan memberikan sebuah *framing* terhadap isu tertentu. Aktor kedua memiliki hubungan timbal balik dengan jurnalis, seorang sumber dapat berarti narasumber atau sumber dana bagi sebuah kantor berita. Secara umum, narasumber seringkali menginginkan pembentukan citra baik bagi dirinya sehingga mendekati diri kepada jurnalis tertentu agar pemberitaan mengenai dirinya atau kebijakan yang akan dibuat oleh partainya dapat memiliki citra baik di masyarakat dan dapat disetujui.¹⁶ Aktor terakhir adalah konsumennya sendiri dimana masyarakat AS cenderung memilih-milih berita yang akan ditonton sesuai dengan apa yang mereka yakini benar, tak jarang terjadi standar ganda ketika polling ditarik untuk mendapatkan opini.¹⁷

Dalam konteks penyampaian berita, teori komunikasi sangat berkaitan dengan Teori *Agenda Setting* dari McCombs dan Shaw yang mengatakan bahwa sebuah media dapat mengatur agenda terselubung sesuai dengan kepentingan kelompok tertentu, biasanya terfokus pada pemberitaan yang sedang menjadi isu publik populer.¹⁸ Ketika ada suatu kepentingan yang ingin dicapai, biasanya terlihat pada pola pemberitaan media massa yang menayangkan isu berita tertentu secara berulang, berskala, dan intens. *Agenda Settings* bertujuan untuk membuat imaji dan perspektif kepada penerimanya akan pesan propaganda yang berfokus pada topik tertentu sekalipun informasi yang diberikan dianggap benar atau salah.

¹⁶ Council on Foreign Policy, "Public Opinion and Media In Foreign Policy," Online video, YouTube, 14 November 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=6qReTkWrRXQ>.

¹⁷ Contoh kasus terjadi di bawah pemerintahan Obama ketika AS mendapatkan ancaman dari ISIS dimana public Amerika menginginkan perlawanan kepada Suriah tetapi tidak ingin ada warga AS yang terluka dan dilukai.

¹⁸ Maxwell McCombs, "The Agenda-Setting Role of The Mass Media in Shaping The Public Opinion", *Public Opinion Quarterly* 36, 1972, 176-187.

Tujuan utama dari pemberitaan bukanlah informasi itu sendiri, melainkan pesan dibalik informasi yang disampaikan yang mempengaruhi pemikiran atau tindakan seseorang selanjutnya.

Teori *agenda settings* sendiri memiliki tingkatannya tersendiri. Menurut Scheufele tingkatan tersebut adalah: Level Pertama dan Level Kedua. *Agenda settings* level pertama memfokuskan pada pengaruh arti penting dari sebuah isu dimana media biasa menekankan pada pesan yang diberikan kepada pemirsanya. Sementara Level Kedua memosisikan “atribut” sebagai arti penting dari sebuah pemberitaan sehingga tidak berfokus pada informasi pemberitaan melainkan pada hal-hal yang melengkapi berita tersebut.¹⁹ Klasifikasi teori Level Kedua ini sangat relevan dengan penulisan skripsi karena penulis menganggap bahwa pemberitaan mengenai Muslim di Amerika tidak berfokus pada pesan pemberitaan secara harfiah, melainkan berfokus pada penekanan atribut-atribut pelengkap berita tersebut. Pada teori ini juga menegaskan pentingnya atribut dalam pemberitaan mempengaruhi opini seseorang karena penekanan yang diberikan dan frekuensi pemaparan pemberitaan yang tepat,²⁰ media paham apa yang “layak” dan “laku” untuk diperjualbelikan.

Dalam memahami penyampaian media, pendekatan pemirsanya juga butuh dilakukan. Teori komunikasi internasional dan turunannya sebagian besar hanya

¹⁹ Dietram Scheufele, “Agenda-Settings, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effect of Political Communication,” *Mass Communication and Society*, 3 (2&3), 2003, 297-316.

²⁰ Ibid.

dapat mendeskripsikan sebatas media massa konvensional sementara dalam tulisan ini akan dibahas pula mengenai sosial media. Untuk memahami fungsi media massa dalam politik Amerika dapat dilihat dalam tulisan Thomas Dye di bukunya yang berjudul "*American Politics in Media Age*," yang diterbitkan oleh Brooke/Cole Publishing Company tahun 1983. Dalam bukunya Thomas Dye membahas lima fungsi media massa dalam politik. Pertama, kemampuan media untuk memproduksi berita. Fungsi utama media adalah untuk menyiarkan berita, namun media juga memiliki kemampuan untuk menentukan peristiwa apa yang "pantas" dilaporkan.²¹ Hal ini juga seiring dengan pendapat Noam Chomsky dalam bukunya *Manufacturing Consent* yang membahas tentang kemampuan media menyesuaikan konten dengan keinginan pasar.²² Keduanya menganggap media memiliki peran sebagai pemberitahu khalayak yang "belum tahu" untuk kemudian diberi informasi yang sekiranya sesuai dengan pasar tersebut.

Fungsi kedua adalah untuk menafsirkan dan menganalisis peristiwa dan personalitas. Media tidak hanya mampu untuk memutuskan apa yang "pantas" untuk dilaporkan, tetapi memberi konteks pada pemberitaan lewat penafsiran yang sesuai dengan ideologi media tersebut.²³ Fungsi ketiga adalah kemampuan media untuk mensosialisasikan sebuah doktrin kepada pembacanya kedalam kultur politik yang berlaku. Biasanya media mampu memberikan pengertian terhadap posisi kultur yang sedang berkembang. Kultur disini biasanya mereferensikan

²¹ Thomas Dye, Luther H. Zeigler, dan S. Robert Lietcher, *American Politic in Media Age*, (Michigan: Brooke/Cole Publishing Company, 2010), 15.

²² Al-Jazeera English, "The Five Filter of Mass Media", Noam Chomsky, *Al-Jazeera English*, 2 Maret 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=34LGPIXvU5M>

²³ opcit, Thomas Dye, Luther H. Zeigler, dan S. Robert Lietcher, 34.

pada kultur politik - seperti “tren” Islamophobia. Fungsi keempat adalah kemampuan untuk mempersuasi dan mempengaruhi sikap pembacanya. Media sengaja dirancang untuk mengubah kepercayaan atau setidaknya untuk menyetir pendapat masyarakat. Hal ini menjadikan media sebuah alat *agenda setting* dan propaganda yang ampuh terlebih dalam konteks massa yang besar. Dalam konteks negatif, media dapat melakukan propaganda dalam memberikan fakta ide, atau opini yang mengecoh bukan untuk kepentingan pembaca melainkan untuk kepentingan komunikator (media itu sendiri) atau kelompok kepentingan.²⁴ Terakhir fungsi media adalah sebagai penentu agenda. Dari penataran yang dilakukan oleh Dye, dapat dipahami bahwa media memegang peranan penting dalam perpolitikan AS, terlebih dengan hadirnya kultur partisipan yang menjadi keluaran dari nilai-nilai kebebasan berpendapat yang dipegang oleh AS

Namun kehadiran media sosial / *social networking sites* sebagai salah satu *platform* yang berpengaruh terhadap perpolitikan global masing sangat baru. Karena unsur kebaruannya SNS tidak memiliki teori yang berdiri sendiri, melainkan dapat dijelaskan lewat beberapa teori-teori yang telah ada. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan *two step flow* dari Elihu Katz dan Paul Lazarsfeld untuk menjelaskan rangkaian jalur komunikasi dalam media sosial, pendekatan Media 2.0 dari Martin Listern dan Jon Dovey untuk menjelaskan perubahan kultural yang terjadi akibat revolusi media, dan terakhir pendekatan

²⁴ *ibid*, 54.

kultur partisipan di internet oleh Jaroen Van Laer dan Peter Van Aelts untuk menjelaskan berbagai macam aksi yang dilakukan lewat media sosial.

Pada teori *two step flow*, dijelaskan bagaimana sebuah media dapat mempengaruhi orang lain lewat 2 langkah alur pemberitaan yakni lewat KOL yang diteruskan ke masyarakat luas.²⁵ Menurut Lazarsfeld KOL merupakan sekelompok orang yang lebih sering terpapar oleh media dan memiliki pengaruh besar terhadap sekelompok orang, mereka adalah orang-orang yang memiliki kepercayaan dalam suatu komunitas tertentu. Mereka juga sering kali dianggap memiliki kredibilitas lebih terhadap konten yang dibuatnya dalam sosial media. Para KOL ini juga “dibantu” oleh algoritma sosial media yang menjustifikasi keberadaan mereka dengan cara membuat akun “terverifikasi” yang berarti akun asli yang merepresentasikan ketertarikan publik.²⁶ *Two step flow* dapat menjadi bagian dari pembahasan SNS karena sangat erat dengan sifat partisipatif dari pemirsa dimana teori ini melihat bahwa manusia cenderung lebih terpengaruh dengan orang lain yang memiliki *power*, ketenaran, dan kekerabatan (baik secara nyata maupun maya) ketimbang sebuah pihak ketiga; yang diwakili oleh media,²⁷ sehingga penyebaran berita dapat dilakukan lebih efektif.

²⁵ Elihu Katz & Paul Felix Lazarsfeld (1955). *Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. h. 309.

²⁶ Twitter, “What is Verified Accounts?”, Twitter Help <https://help.twitter.com/en/managing-your-account/about-twitter-verified-accounts>

²⁷ Ibid. h.18.

Kedua adalah teori lapisan perubahan akibat media 2.0 dari Lister dan Dovey--menekankan pada interaktivitas media baru yang memungkinkan sebuah respon riil terhadap suatu pemberitaan. Menurut Lister dan Dovey. Interaktivitas dihadirkan lewat unsur *user generated content* (UGC) yang menjadi karakter utama dalam aktivitas dalam jaringan. Dampak dari UGC dapat dilihat dari 3 aspek; kultural, interaksi warga negara, dan pemerintah sebagai produser²⁸

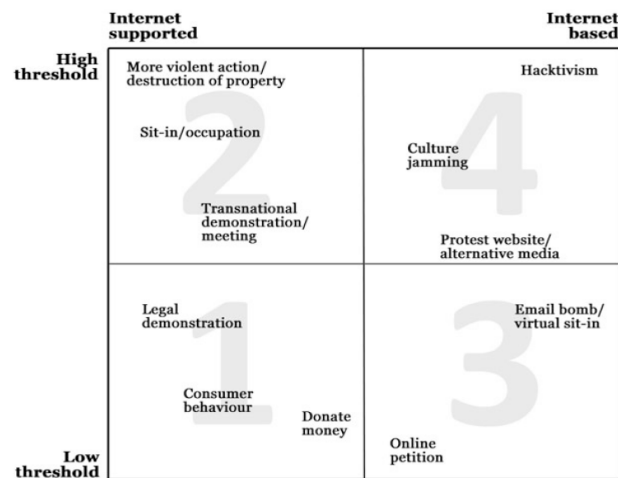
1. **Kultur.** UGC secara jangka panjang dapat berdampak pada budaya dimana dapat mempengaruhi keberagaman lewat asimilasi dan secara berkala dapat meningkatkan konten berbau kultur dalam internet.
2. **Interaksi Warga Negara.** Dalam internet, batas-batas negara menjadi kabur sehingga status warga negara menjadi tidak penting. Meskipun konsep lokasi masih menjadi fitur dalam algoritma beberapa media sosial. Platform internet memperkaya pemilihan opsi yang disajikan pada *end-user*.
3. **Pemerintah sebagai produser.** Dalam interaksi bersifat UGC siapapun dapat mengunggah informasi baik itu individual sebagaimana maraknya sekarang, representatif organisasi, maupun sebuah negara. Dalam prosesnya, pemerintah biasanya bukan hanya menjadi *end-user* tetapi dapat mendorong aktor non-negara lainnya untuk memprovokasi dalam komen atau diskusi masyarakat dalam platform sosial media.

Lewat teori ini, dapat dipahami bahwa dengan lahirnya media 2.0, maka dengan sendirinya akan menghilangkan konsep batas-batas yang hadir di dunia nyata. Batas tersebut tidak hanya berlaku dari “kedaulatan” wilayah negara, tetapi juga status dalam ekonomi. Seseorang tidak lagi hanya menyandang salah satu peran “produsen” atau “konsumen” tetapi bisa menjadi keduanya dalam satu interaksi.

²⁸ Organization of Economic Co-operation and Development, *Participative Web and User Created Content* Web 2.0, Wikis and Social Networking, October 2007, <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/participativewebanduser-createdcontentweb20wikisandsocialnetworking.htm>.

Teori ketiga yang membangun SNS adalah kultur partisipan dari van Laer dan van Aelst yang dapat dijelaskan dalam bagan berikut:

Bagan 1.1 : Kuadran *Cyber Action*



Sumber: Jaroen Van Laer dan Peter Van Aelst, "Cyber-Protest & Civil Society: Internet and Action Repertoires in Social Movement," *Handbook of Internet Crime* (h.233)

Van Laer dan Van Aelst mengklasifikasikan interaksi *cyber action* menjadi empat kuadran. Kuadran pertama merupakan gerakan yang didukung oleh internet namun memiliki stimulus yang rendah. Contoh yang dibuat termasuk donasi uang, demonstrasi hukum, atau pengaruh perilaku konsumen. Kuadran yang kedua merupakan gerakan internet dengan stimulus yang tinggi contohnya demonstrasi transnasional, aksi kekerasan dan penghancuran properti. Kuadran ketiga adalah gerakan yang berbasis internet namun memiliki stimulus yang rendah, contohnya adalah pemerasan (*blackmailing*), petisi online, dan email bomb. Kuadran terakhir adalah gerakan berbasis internet yang memiliki stimulus tinggi. Contohnya adalah

hacktivism, pembajakan budaya, laman protes, dan media alternatif. Dalam penulisan ini akan dibahas lebih lanjut mengenai aktivitas berbasis internet yang terjadi di kuadran empat.

Aktivitas dalam kuadran empat merupakan salah satu aktivitas yang paling populer terjadi di dunia digital secara global. Teknologi internet yang memiliki stimulus dan keterlibatan *end-user* tinggi sehingga memungkinkan interaksi tanpa batasan negara.²⁹ Biasanya jenis-jenis aktivitas yang dihasilkan dari kuadran empat memiliki keluaran yang lebih besar dari sekedar menandatangani petisi atau mengirimkan email yang terkesan “satu arah”. Kuadran empat juga dapat memperlihatkan penyisipan propaganda oleh pihak-pihak berkepentingan di dunia digital. Dalam tulisannya Van Laer dan Van Aelst membagi kuadran empat menjadi 3 aktivitas; situs protes dan media alternatif, pembajakan budaya, dan *hacktivisme*. Ketiga gerakan ini merupakan aksi yang dilakukan secara digital namun memiliki pengaruh terhadap dunia nyata. Penjelasan mengenai pembagian kuadran aktivitas digital akan diselaraskan kembali di bab 2 yang membahas mengenai revolusi digital.

Teori terkahir adalah Orientalisme yang dicetuskan oleh Edward Said. Seperti yang telah dijelaskan di subbab 1.4, dalam bukunya Said menjelaskan permasalahan fundamental yang menyebabkan citra Islam dan Muslim di dunia barat menjadi buruk, bagaimana gambarannya, dan apa penggunaan gambaran

²⁹ Ibid. 234.

tersebut. Melalui pemikiran Orientalisme Said menggambarkan imaji Barat terhadap bangsa Timur sebagai sesuatu yang eksotis dan berbeda. Orientalisme sendiri merupakan sebuah perspektif yang terbentuk dari dasar perbedaan ontologis dan epistemologis antara “oriental” dan “occident”³⁰ yang dihasilkan dari proses kolonialisasi bertahun-tahun. Menurut Said, salah satu faktor terbentuknya perspektif Orientalisme itu sendiri dikarenakan ketidak mampuan masyarakat “orient” untuk merepresentasikan dirinya sendiri, sehingga butuh citra yang dilabeli pada diri mereka untuk menentukan identitasnya sendiri, selain itu Barat juga memiliki “hak istimewa” dimana kebudayaan mereka merata, dengan mono-ethnic dan kebudayaan kristen katolik yang membuat masyarakat Barat mampu memberikan pemaknaan pada kebudayaan lain.³¹ Hal ini terjadi pula pada pemaknaan kebudayaan Islam yang seringkali disederhanakan oleh masyarakat Barat sebagai satu identitas yang solid, padahal Muslim sendiri terbentuk dari berbagai macam etnis dan kebudayaan yang tersebar mulai dari Asia Selatan, Timur Tengah, sampai Afrika Utara.

Sampai masuknya teknologi, teori ini masih dilihat sebagai hal yang relevan karena mampu menjelaskan latar belakang sejarah perpecahan peradaban antara Islam dan Barat. Narasi yang telah lama beredar di masyarakat, sekarang ini sudah menyerap ke generasi muda dan dibawa ke ranah dunia maya yang menimbulkan tantangannya sendiri. Lewat perspektif orientalisme, penulis akan menggunakan

³⁰ Edward Said, *The Orientalism*, (London: Penguin Classic, 2003), 2.

³¹ Ibid. 44

kerangka sejarah untuk menjadikan dasar memahami kondisi Islam dan Barat kontemporer.

1.6 Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Metode Analisa

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif melalui analisis dokumen lewat metode triangulasi; pendekatan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber berbeda yang dikombinasikan dan dibandingkan satu sama lain.³² Metode pengumpulan data akan dilakukan dengan cara menganalisa media sosial lewat metode netnografi; pemahaman mengenai kebudayaan masyarakat dengan cara mengikuti percakapan, lokasi, atau interaksi yang memiliki arti untuk menemukan persamaan pada komunikasi daring.³³ Penulis juga mengumpulkan data dengan teknik *data mining*; pengumpulan data dengan mengambil metadata dari sebuah *database* laman internet,³⁴ untuk mengukur sentimen bahasa lewat aplikasi pemrograman R studio yang dibandingkan kembali dengan sistem *machine learning* yang telah ada.

1.7 Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian ini akan dibagi menjadi 5 bagian. **Bab pertama** akan membahas mengenai penggambaran rancangan penelitian yang terdiri dari latar

³² Paulette. M. Rothbauber, "Triangulation," dalam *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Method*, ed. Lisa. M. Given (Thousand Oaks: SAGE Publication Inc, 2012), 893-894.

³³ Robert. V. Kozinets, Pierre-Yann Dolbec, dan Amanda Early, "Netnographic Analysis: Understanding Culture Through Social Media Data," dalam *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*, ed. Uwe Flick, (London: SAGE Publication Ltd, 2013), 262-276.

³⁴ "What is Data Mining?," (London: SAGE Publication Ltd, 2017), DOI: <http://dx.doi.org/10.413579781526408563>.

belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Dalam bab 2 dengan judul **Revolusi Digital dan Kekuatan Global Amerika Serikat dalam Internet** akan dijelaskan mengenai perubahan media media dan nilai-nilai dasar AS. Pembahasan akan dimulai dari perubahan dan perkembangan media, *the 2.0*, media sosial, dan kultur partisipan sebagai perwujudan nilai kebebasan di masyarakat AS. Dalam bab ini menjelaskan mengenai hubungan timbal balik antara media, masyarakat, dan teknologi yang melahirkan sebuah kultur digital yang dapat menjelaskan keadaan riil masyarakat.

Dalam bab 3 dengan judul **Islam dan Amerika: Pencitraan dan Kenyataan**, akan membahas mengenai Islam dan AS secara detail. Mulai dari sejarah masuknya Islam ke AS, citra Muslim di dunia dan di AS, penyebab citra negatif Islam di masyarakat Barat, dan bagaimana media AS melaporkan pemberitaan berkaitan dengan Islam yang mempengaruhi citra Islam dan Muslim.

Pada bab 4 dengan judul **Agenda Setting era Pra dan Pasca Pemilu 2016 dalam Media Sosial** akan memfokuskan kepada media sosial, jaringan Islamophobia, Trump, dan hubungannya dengan *agenda setting*. Bab ini akan membahas mengenai sosial media dan Trump, pengaruh jaringan Islamophobia dalam mempengaruhi media dan kebijakan yang dibuat oleh Trump. Selain itu akan

membahas mengenai sentimen Islamophobia dalam Twitter untuk mengetahui konten apa saja yang digunakan oleh masyarakat AS sebagai keluaran konsumsi media yang memaparkan pemberitaan negatif terhadap Islam.

Bab 5 adalah kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Dalam bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan, kekurangan, dan rekomendasi untuk penelitian serupa kedepannya yang akan membahas mengenai media sosial dan *agenda setting*.