

Jurnalisme Provokasi Berbasis SARA: Studi Kasus Pemilihan Umum Presiden 2019

Metha Madonna

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

E-mail: metha.madonna@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract:

The activities of journalism that are determined by the conditions of the press and mass media in a country eventually give birth to journalism which contains many elements of provocation, so that it is feared that the Indonesian Government will emerge the potential for security disturbances from the communication and information sector. Furthermore, reporting on conflict or SARA sentiments in legal and independent online media has to be considered whether it has relations with security and political conditions in an area. Such a situation became the initial foundation of research on Early Detection of Provocation Journalism Based on SARA Sentiment Ahead of General Elections in Indonesia. Textually and conceptually, provocation journalism is very easily captured by the audience (audience) both the motive and the purpose. Constructed news or opinions, manipulations or inserted provocation contents become stimulants for the sake of the formation of public opinion which in the end moves active and dynamic actions and reactions. Journalism provocation is the latest development of four theories about the press and power, namely Authoritarian Press Theory, Libertarian Press Theory, Social Responsibility Press Theory and Soviet Communist Theory (Fred S. Siebert et al, 1986). Of course this provocation research on journalism can be used as a new reference as well as consideration in the management of democratic security both in the country and in the world.

Keywords: Provocation Journalism, SARA Sentiment, Online Media

Abstrak

Aktivitas jurnalisme yang ditentukan kondisi pers dan media massa dalam sebuah negara pada akhirnya melahirkan jurnalisme yang banyak memuat unsur-unsur provokasi, sehingga dikhawatirkan Pemerintah RI, akan muncul potensi gangguan keamanan dari sektor komunikasi dan informasi. Selanjutnya pemberitaan bermuatan konflik atau sentimen SARA di media online berbadan hukum maupun independen menjadi perlu diperhatikan

apakah memiliki relasi dengan kondisi keamanan dan politik di suatu wilayah. Situasi demikianlah menjadi landasan awal penelitian tentang Deteksi Dini Jurnalisme Provokasi Berbasis Sentimen SARA Jelang Pemilihan Umum di Indonesia. Secara tekstual maupun konseptual, jurnalisme provokasi sangat mudah ditangkap khalayak (audiens) baik motif maupun tujuannya. Berita atau opini yang dikonstruksi, dimanipulasi atau disisipkan muatan provokasi menjadi stimulan demi terbentuknya opini masyarakat yang pada akhirnya menggerakkan aksi dan reaksi yang bersifat aktif dan dinamis. Jurnalisme provokasi merupakan perkembangan terkini dari empat teori tentang pers dan kekuasaan yaitu Teori Pers Otoritarian, Teori Pers Libertarian, Teori Pers Tanggungjawab Sosial dan Teori Soviet Komunis (Fred S. Siebert dkk, 1986). Tentunya penelitian mengenai jurnalisme provokasi ini bisa dijadikan rujukan baru sekaligus bahan pertimbangan dalam pengelolaan keamanan berdemokrasi baik di Tanah Air maupun di dunia.

Kata Kunci : Jurnalisme Provokasi, Sentimen SARA, Media Online

A. Pendahuluan

Pertarungan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI 2017 telah lama usai dengan ditetapkannya pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur. Namun jejak dan nuansa perseteruan kedua kubu pendukung kontestan masih terasa hingga kini. Tebaran komentar saling sindir, hujat menghujat bahkan melecehkan kerap muncul di media sosial populer seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram* dan sebagainya, baik dari kubu pro Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dan Djarot Saiful Hidayat maupun dari kubu pro Anies Baswedan dan Sandiaga Uno.

Tensi politik di Pilkada DKI sudah berlangsung panas sebelum dimulainya masa kampanye, dan ini diawali dengan deretan aksi demonstrasi menggugat Gubernur *incumbent* Ahok jadi pemicunya. Puncaknya Aksi Bela Islam 212 (2 Desember 2012) yang menggugat Ahok karena telah menistakan kitab suci Al Qur'an dan ulama menjadi elemen kegagalan Ahok di pilkada DKI 2017.

Pengamat politik Lembaga Survei Kelompok Diskusi dan Kajian Opini Publik Indonesia (Kedai Kopi), Hendri Satrio, pada acara polemik MNC Trijaya FM (1 Desember 2018), menyimpulkan gerakan umat Islam dalam aksi 212 punya relasi kuat dengan sikap politik warga Jakarta ketika menentukan pilihan, sehingga tidak heran jika gerakan serupa dengan tajuk Reuni Alumni 212 pada akhir tahun 2018 menimbulkan ke-khawatiran yaitu punya efek sama terhadap Pemilihan Presiden Pilpres) 2019.¹

¹ Talkshow Interaktif, *Seberapa Greget Reuni 212*, (Jakarta: Radio MNC Trijaya FM, Polemik, 1 Desember 2018).

Selanjutnya faktor dominan yang mempengaruhi naik turunnya tensi politik di masyarakat jelang sebuah kontestasi politik adalah media massa dan media sosial. Menurut Hendri, terkadang media juga menjadi kompor pemanas tegangan politik. Kecurigaan dan saling tuding tentang pihak manakah yang akan diuntungkan, dicurangi dengan adanya kegiatan semacam Aksi Bela Islam atau Reuni Alumni 212, menurutnya cuma ramai di kedua kubu pendukung kontestan Pilpres 2019. Padahal diakui oleh pihak panitia Reuni 212 yang juga Ketua Umum Gerakan Nasional Pengawal Fakta Majelis Ulama Indonesia (GNPF-MUI), Yusuf Martak yang menegaskan tidak ada agenda politik dibalik acara reuni tersebut di acara Polemik MNC Trijaya tersebut.

Media massa melalui pemberitaannya menyisipkan kasus Ahok dan Aksi 212 ketika mengangkat topik yang berkaitan dengan kebijakan Gubernur DKI terpilih, contohnya seperti kebijakan sementara pemberian izin berdagang di sepanjang trotoar kompleks Pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat. Langkah Anies dan Sandi membiarkan pedagang kaki lima beroperasi di lokasi yang sebelumnya disterilkan oleh Ahok, terus menjadi polemik di media.

Polemik tersebut semakin kisruh manakala ada kegaduhan di media sosial yang ditunjukkan berupa hujatan, sindiran hingga makian yang semakin memanas atas kebijakan yang dianggap mundur tersebut. *Facebook*, *twitter* dan *instagram* dan sebagainya menjadi ajang perseteruan opini kedua kubu pendukung, sehingga membentuk dikotomi opini publik bahwa masih terdapat perbedaan yang tajam di warga Ibu Kota. Begitu juga Pemilihan Presiden (Pilpres) 2014 telah lebih lama berlalu, namun faktanya masih menyisakan atmosfer kompetisi kedua kubu pendukung kontestan yaitu pasangan Joko Widodo - Jusuf Kalla maupun Prabowo - Hatta Radjasa.

Media sosial menjadi arena perseteruan kedua kubu untuk saling melemparkan sindiran, hujatan hingga caci maki yang jauh dari etika moral dan keberadaban. Bahkan melahirkan labelisasi dengan konotasi tidak sedap yaitu 'kecebong' bagi pendukung Joko Widodo dan kolega, serta sebutan 'kampret' bagi simpatisan Prabowo Subianto dan kolega. Masing-masing kubu melampiaskan kebuntuan emosi atau segala bentuk ekspresi negatif mereka di media sosial.²

Para pelaku yang suka melecehkan, menindas, menghujat orang lain dan tidak mengenal takut di dunia maya, dikatakan Psikolog Klinis, Nilam Widyarini bahwa hal itu terjadi bisa dikarenakan beberapa alasan, seperti perilaku agresi pada umumnya. Ada dua jenis dari perilaku agresi ini yaitu agresi instrumental dan agresi karena kemarahan.³

Meski kredibilitas informasi di media sosial meragukan dan negatif. Faktanya

² Daniela V Dimitrova, and Adam Shehata, dkk, *The effect of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaign*, (Evidence From Panel Data SAGE Journals, 2011).

³ Doddy Irawan, *Sikap Nyinyir Haters di Media Sosial, Apakah Gangguan Mental*, (Jakarta: Liputan6.com, 24 Januari 2018).

puluhan juta rakyat Indonesia adalah pengguna aktif media sosial, dan ini dilansir dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI), dari hasil penelitian dari UNESCO yang menyatakan empat dari sepuluh orang Indonesia aktif di media sosial, seperti *facebook* sebanyak 3,3 juta pengguna, kemudian *Whatsapp* sebanyak 2,9 juta pengguna dan lain-lain.⁴

Nuansa permusuhan antara dua kubu pendukung pemerintah dengan oposisi media sosial, rupanya mulai beranjak ke ranah media massa yang notabene jauh lebih konservatif dalam pemuatan maupun penayangan isi (*content*). Khawatiran media massa konvensional cetakan (surat kabar, tabloid, majalah) atau elektronik (radio dan televisi) maupun media *online* berbasis internet, turut mempengaruhi tensi perseteruan politik yang kian dirasakan.

Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan (Menko Polhukam), Wiranto, saat membuka Rapat Pimpinan Komisi Penyiaran Indonesia 2018 di Jakarta sebagai persiapan menyambut Pemilihan Umum 2019, mengungkapkan kekhawatirannya terhadap media massa, utamanya media sosial yang dapat mempengaruhi situasi keamanan nasional.

Menko Polhukam, Wiranto, mendesak Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) segera melakukan revisi terhadap Undang-Undang (UU) Nomor 32 Tahun 2002 yang berkaitan dengan penyiaran dan penyebaran informasi. Perubahan kehidupan global dan kemajuan teknologi menurutnya perlu diimbangi juga dengan perbaikan regulasi termasuk revisi UU penyiaran apabila bermanfaat bagi stabilitas keamanan dan demokrasi.⁵ Kecemasan Pemerintah RI terhadap kemungkinan potensi gangguan keamanan yang berasal dari sektor komunikasi bertolak dari derasnya aktivitas transaksi informasi dan perseteruan opini di media sosial maupun media massa. Menko Polkam berargumentasi apabila potensi gangguan itu tidak dikelola dengan baik, diprediksi dapat memicu perpecahan.

Intervensi preventif Pemerintah RI terhadap kegiatan berkomunikasi di media sosial dan pengawasan serius terhadap publikasi informasi di media massa yaitu melalui revisi UU Penyiaran atau Pers, dapat dikorelasikan dengan situasi politik global. Sejarah mencatat beberapa negara berkembang pernah mengalami konflik besar berupa revolusi, kudeta hingga perpecahan negara akibat gagal mengelola potensi konflik yang bersumber dari sektor komunikasi.

Gerakan penggulingan posisi Perdana Menteri (PM) Malaysia, Abdul Razak Hussein, kemudian naiknya kembali politikus veteran Mahathir Mohamad adalah

⁴ Diana Hutabarat, *Angka Penggunaan Media Sosial Orang Indonesia Tinggi, Potensi Konflik Juga Amat Besar*, (Jakarta: Komingfo.go.id, 30 Agustus 2018).

⁵ Berita, *Menko Polhukam: KPI Harus Jadi Lembaga Penyebar Persatuan*, (Jakarta: Polhukam olkam.go.id, 26 November 2018).

bukti terkini besarnya kekuatan media sosial yang memuat desakan dan tekanan publik. Begitu juga revolusi dan perpecahan di Tunisia dan Mesir adalah dampak gagal pemerintahan setempat mengelola potensi gangguan keamanan di sektor komunikasi yaitu akibat keputusan penguasa bersangkutan memperketat bahkan menutup akses informasi dan komunikasi, sehingga situasi politik menjadi lebih buruk lagi.

Revolusi di Timur Tengah bukan tanpa sebab. Termarjinalkannya rakyat atau sekelompok masyarakat dalam politik, sosial dan ekonomi adalah sebagai akibat korupsi, kekuasaan otoriter dan sejenisnya. Kondisi tertekan dan depresi menjadi alasan utama atau dorongan bagi rakyat untuk menggulingkan rezim penguasa. Apa yang dilakukan oleh rakyat Mesir yaitu mempresentasikan gerakan *People Power* sebagai strategi untuk mendorong perubahan sosial politik dan terciptanya demokrasi.

Revolusi yang pernah terjadi di Mesir tidak terlepas dari peran media, khususnya internet. Terjadi peningkatan signifikan terhadap internet dibandingkan dari media massa lainnya yaitu radio atau televisi. Internet mengalahkan media lainnya dalam hal kecepatan, interaktivitas, dan jangkauan.⁶ Meskipun aktivitas transaksi informasi berlangsung deras dan melimpahruah di media sosial, namun kepercayaan politik terhadap kredibilitas isi dan muatannya cenderung rendah. Sebaliknya pada waktu yang bersamaan kepercayaan publik terhadap pers nasional dan media massa resmi cukup baik tapi jauh dari banyak penggunanya (*follower*).

Tren pengguna media sosial meningkat namun kepercayaan terhadap media massa juga masih tinggi menunjukkan bahwa pers masih punya peran strategis atas berlangsungnya suatu pemerintahan. Teori kekuasaan dan pers memposisikan media massa dan insan pers sebagai salah satu pilar kekuatan ke empat (*fourth state*) dalam suatu sistem keberagaman masih berlaku, bahkan bisa jadi pilar utama penentu eksistensi sebuah kekuasaan seperti yang terjadi di Malaysia, Mesir dan Syria sebelumnya. Dimana di ketiga negara tersebut konflik diawali dengan keberlakuan kontrol ketat terhadap aktivitas publik media sosial bahkan penutupan oleh penguasa.

Para pakar politik mengatakan ada empat pilar demokrasi yaitu lembaga yudikatif, eksekutif, legislatif, dan media. Lembaga yudikatif lebih berfungsi sebagai lembaga kehakiman, eksekutif ke pemerintahan dan legislatif sebagai lembaga pembuat undang-undang sekaligus mengawasi kinerja pemerintah. Sedangkan media merupakan pilar ke empat demokrasi, dikarenakan bebas dan netral dari unsur kekuasaan negara. Disamping itu media sebagai penyambung suara rakyat dan penekan bagi tiga pilar demokrasi sebelumnya. (Hermawan Kartajaya, 2010).⁷

Menyadari peran pers dan media massa yang strategis dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, maka tidak keliru apabila pemerintah mengkomodasi aspirasi bahwa

⁶ Juned Mansur, dkk, *Kekuatan Politik Media Sosial: Uji Kasus Pada Revolusi Mesir*. (Global Vol.15 Desember 2012 – Mei 2013).

⁷ Hermawan Kartajaya, *Media Sosial Sebagai Pilar Kelima Demokrasi* (Jakarta: Kompas.com, Opini, 18 November 2017).

pers turut menentukan keamanan berdemokrasi. Suara aspirasi yang tersaji di media massa sesungguhnya juga merupakan suara rakyat sehingga perlu ditanggapi secara baik dan serius oleh penguasa.

Jika diperhatikan prinsip dalam keamanan berdemokrasi mengikuti kaidah umum sistem demokrasi yaitu mengenai partisipasi masyarakat, kesetaraan, toleransi politik, akuntabilitas, transparansi, kebebasan ekonomi, pengendalian penyalahgunaan kekuasaan, HAM, aturan hukum, dan profesionalisme.

Sementara dalam perspektif demokrasi, peran strategi pers penting untuk dikendalikan dalam rangka mendukung terlaksananya kehidupan berdemokrasi, sebagaimana yang tertuang dalam buku *Handbook of Democratic Policing* yang dikeluarkan oleh *Organizational Security and Co-operation in Europe* (OSCE), 2008, disebutkan bahwa tujuan Pemolisian Demokratik dalam kegiatan kepolisian adalah untuk melayani masyarakat, bertingkah laku dan bersikap sesuai dengan etika kepolisian, untuk mematuhi prinsip hukum tanpa pengecualian, untuk memastikan bekerja dengan kualitas kinerja terbaik, berusaha untuk transparan pengecualian untuk memastikan bekerja dengan kualitas kinerja terbaik, berusaha untuk transparan dalam semua tindakan dan perbuatan, memastikan akuntabilitas publik dijalankan dengan baik.⁸

Perkembangan jurnalisme di Tanah Air sejalan dengan kehidupan pers yang tidak dapat lepas dari kekuasaan, baik yang berasal dari pemerintah yang terpilih dalam kontestasi demokrasi, maupun yang berasal dari otoritas pemilik modal (*investor*). Sehingga dalam perkembangannya banyak pihak yang terlibat dalam memanfaatkan media massa sebagai instrumen pemenuhan kepentingannya, seperti negara (*state*), pasar (*market*), kelompok kepentingan (*interest group*), kelompok penekan (*pressure group*), dan lain sebagainya.⁹

Apa yang disebut sebagai jurnalisme propaganda terjadi ketika pers menjadi kepanjangan tangan pemerintah yang berkuasa untuk melanggengkan ideologi atau menyukseskan program kerja penguasa. Propaganda ideologi negara, sosialisasi program pembangunan sampai publikasi hasil-hasil karya dan kerja rezim penguasa pernah berlangsung di Indonesia pada masa Orde Baru (1966-1998).

Proses komunikasi politik menentukan opini publik. Dalam hal ini pengaruh jurnalisme yang bersifat provokatif merupakan kepanjangan kepentingan politik dari pihak yang memiliki motif politis. Terdapat empat efek penting komunikasi politik di dalam sebuah kehidupan berdemokrasi yaitu sosialisasi politik, partisipasi politik, mempengaruhi Pemilu serta mempengaruhi para pejabat yang mengambil kebijakan publik. Semua terjadi melalui saluran dan pesan dalam sosialisasi politik. Proses

⁸ Muhammad Tito Karnavian & Hermawan Sulisty, *Democratic Policing*, (Jakarta: Pencil - 324, 2017), 40.

⁹ Gun Gun Heryanto, *Media Komunikasi Politik; Relasi Kasa Media di Panggung Politik*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2018), 113.

sosialisasi isi pesan ini berjalan melalui komunikasi interpersonal, komunikasi organisasional, dan komunikasi massa.¹⁰

Aktivitas jurnalisme yang ditentukan kondisi pers dan media massa dalam sebuah negara pada akhirnya menimbulkan pertanyaan, “Apakah telah lahir jurnalisme provokasi di masa kini?”. Ini sangat berkaitan dengan apa yang dikhawatirkan Pemerintah RI akan munculnya potensi gangguan keamanan dari sektor komunikasi dan informasi.

Provokasi sangat mudah terjadi apabila memuat suatu faktor yang sangat sensitif dan menyentuh emosional individu atau kelompok. Tindakan provokatif dengan memanfaatkan media massa politik dengan sasaran masyarakat untuk menciptakan opini publik melalui pemberitaan negatif mengenai lawan politiknya.¹¹

Muatan atau sesuatu yang biasanya sangat penting di masyarakat Indonesia yaitu hal-hal yang menyangkut isu Suku, Agama, Ras dan Antar golongan (SARA). Persoalan SARA sangat sering menjadi pemicu terjadinya konflik yang berdampak fatal dan meluas.¹²

Selanjutnya pemberitaan bermuatan konflik atau sentimen SARA di media online berbadan hukum maupun independen menjadi perlu diperhatikan apakah memiliki relasi dengan kondisi keamanan dan politik di suatu wilayah. Situasi demikianlah menjadi landasan awal penelitian tentang Deteksi Dini Jurnalisme Provokasi Berbasis Sentimen SARA Jelang Pemilihan Umum di Indonesia.

B. Jurnalisme Provokasi;

Berdasarkan pengamatan ternyata hanya sedikit penelitian yang terkait dengan jurnalisme provokasi, sehingga definisi fenomena tersebut harus dibangun dari beberapa thesis yang tersebar diberbagai penelitian sejenis, seperti propaganda media, doktrinasi media, jurnalisme damai, jurnalisme konflik dan lainnya. Selanjutnya dari sejumlah thesis tersebut dibangun sebuah sintesis dalam rangka membuat redefinisi jurnalisme provokasi.

Propaganda atau doktrinasi melalui media massa banyak terjadi di Eropa Timur seperti Polandia, Rusia, Ukraina, Rumania dan negara sekitarnya, terutama yang berhaluan komunisme dan marxisme. “Negara-negara Barat pembela Ukraina selama ini menilai Rusia telah memanfaatkan media untuk alat propaganda tentang krisis Ukraina. Kremlin melalui media-media Rusia menyuguhkan informasi yang tidak

¹⁰ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakary, 2010).

¹¹ E.A Nazarova, *Provocations In The Media and Their Perception By The Youth Audience*, (English: Communicology, Vol.5 Issue 3, 2017). 159-167.

¹² Widowati Maisarah, *Pemberitaan Konflik Dalam Surat kabar Kompas: Analisis Isi Berita Konflik Ahmadiyah, Tarakan dan Papua dalam Surat kabar Kompas*, (Yogyakarta: Electronic Theses & Dissertations Gadjah Mada University, 2012).

objektif dan cenderung membenarkan tindakan Rusia di Ukraina.”¹³

Pada dasarnya praktik propaganda di Eropa selama ini bukan sesuatu yang hanya terjadi di negara-negara rezim otoriter, tapi secara gamblang muncul misalnya di Kantor Berita Belanda dan Polandia yang menawarkan membuat berita propaganda. Pemberitaan berbahasa Rusia dijanjikan disebarluaskan secara massif di Rusia dan sejumlah negara Eropa Timur melalui televisi, radio, dan media *online*. Langkah tersebut dilakukan dalam rangka memenangkan Perang Dingin, tanpa mengeluarkan senjata.

Perkembangan demokrasi di negara-negara berkembang yang sedikit lebih baik dari Polandia, pers atau media memperoleh ruang lebih luas namun tetap dalam kontrol penguasa. Seperti terjadi di Indonesia maupun tetangganya Malaysia dan Singapura, pada era 1980-90 an kehidupan pers cukup berkembang baik namun tetap di bawah pengawasan ketat penguasa dari instansi seperti Departemen Penerangan RI.

Kebijakan pengaman media bersifat preventif pada masa-rezim Orde Baru tersebut. Sementara pada sisi lain, media massa dimanfaatkan juga sebagai alat sosialisasi program kerja termasuk propaganda. Kebijakan tersebut dilakukan berdasarkan argumentasi pemerintah untuk menjaga stabilitas politik dan ekonomi serta mensukseskan program pembangunan.

Propaganda dalam dunia politik mempunyai peranan penting sebab dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan persuasi politik selain periklanan dan retorika. Prakteknya propaganda memadukan peran politik guna mendapatkan pengaruh secara persuasif. Sedangkan pendekatan persuasi terhadap khalayak di era informasi ini menempatkan media massa sebagai instrumen saluran yang mesti digunakan. Sehingga menurut Gun Gun Heryanto dalam buku Media Komunikasi Politik, seorang akademisi media massa mempengaruhi persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting.

Pasca Reformasi 1998, perkembangan pers dan media massa di Tanah Air kian maju pesat. Dihapusnya persyaratan mengantongi Surat Ijin Penerbitan Pers (SIUP) bagi media massa, menjadi awal era kebebasan pers dan independensi jurnalis. Namun kebebasan tidak terkendali berujung pada jurnalisme yang mengabaikan etika dan tidak efektif yaitu dengan pemberitaan yang bersifat menghakimi (*trial by the press*), bermuatan unsur amarah baik dalam isi (*content*) maupun kata atau kalimat seperti penggunaan kata kasar, berbau pornografi dan tidak layak ditampilkan.

Selain itu peran media berubah dari penopang demokrasi menjadi aktor politik. Jika sebelumnya posisi media dideskripsikan sebagai pengawas (*watchdog*) dan

¹³ Muhaimin, *Lawan Rusia, Belanda dan Polandia Luncurkan 'Perang' Propaganda*, (Jakarta: Sindonews.com, 22 Juli 2015).

pencerah dalam proses demokrasi, namun saat ini media bisa berubah menjadi mesin propaganda politik. Hal ini terjadi dikarenakan media sangat rentan dalam hal permodalan (iklan dan *income*) serta kepemilikan media oleh politisi.¹⁴

Selanjutnya seorang praktisi komunikasi dan wartawan senior, Bagus Sudarmanto, menyimpulkan bahwa jurnalisme provokasi berhubungan dengan pemberitaan di media massa yang sifatnya agitatif dan insuatif (menuduh secara tidak langsung) dan tidak fair. Agitasi adalah upaya membuat massa agar bergerak dengan tujuan merubah atau mengganti ideologi, dan ini disampaikan melalui tulisan maupun lisan. (Abdul, Malik, 2017: 5).¹⁵

Sintesa yang dapat dibangun dari sejumlah pekerjaan tentang jurnalisme provokasi yaitu segala pemberitaan dalam bentuk berita fakta (peristiwa) atau opini (pendapat) yang ditayangkan, ditampilkan atau dimuat oleh media massa konvensional (cetak dan elektronik) maupun media online berbasis internet. Pemberitaan tersebut bermuatan hal-hal yang bersifat provokatif, baik dalam penyajian (bahasa) maupun isi (*content*) dengan maksud membangkitkan emosi khalayak terhadap sebuah peristiwa atau opini yang disampaikan dalam media massa bersangkutan.

Jurnalisme provokasi merupakan bentuk puncak dari inseminasi (penyemaian) segala motif dalam pemuatan atau penyiaran sebuah berita dan opini. Kalau jurnalisme propaganda, doktrin maupun jurnalisme damai disajikan dalam bentuk yang samar-samar terselubung namun massif, maka sebaliknya jurnalisme provokasi niscaya mudah, jelas motif dan penyampaiannya serta tidak terlalu sukar mengklarifikasikannya karena memang tujuannya agar mudah dicerna khalayak dengan harapan muncul aksi dan reaksi.

Pada kesempatan yang lain pakar komunikasi Prof. Ibnu Hamad pernah mengatakan bahwa sebuah berita atau opini yang bersifat provokatif di media online mempunyai dua ciri yaitu selalu membenarkan diri (arogan) dan mengklaim dirinya yang paling hebat atau paling sukses. Kedua selalu menyalahkan orang lain atau mengungkit-ungkit kelemahan pihak lain, seolah-olah orang atau pihak lain itu tidak ada sisi positifnya.

C. Sentimen SARA;

Kebebasan pers saat ini yang bisa dibilang sebagai keblabasan selanjutnya semakin mengkhawatirkan dengan muatan berita konflik SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar

¹⁴ Warsisto Raharjo Jati, *Media and Political Persuasion: The Role of Media in Indonesia Presidential Campaign 2001-2009* (Jakarta: Jurnal Politik LIPI 2016).

¹⁵ Abdul Malik, *Agitasi dan Propaganda di Media Sosial: Studi Kasus Cyberwar Antar-Netizen terkait Dugaan Penistaan Agama oleh Basuki Tjahaja Purnama*, (Jawa Barat: Fisip Universitas Serang Raya Lontar Vol.4 No.3 September – Desember 2016).

golongan) seperti yang pernah terjadi di sejumlah daerah seperti Poso (Sulawesi Tengah), Sampit (Kalimantan Tengah) atau yang kekinian seperti pengrusakan rumah adat di Papua (2015). Ini semua menjadikan kegaduhan luar biasa di mana publik mengkomsumsi tebaran berita konflik SARA tersebut melalui media cetak atau lewat televisi dan radio di ruang-ruang privasi mereka, sehingga justru menyebabkan nuansa konflik semakin kian terasa.

Sentimen SARA atau perasaan paling mendasar dari individu maupun kelompok yang bersifat sangat sensitif, mudah tersentuh, mudah tersakiti atau mudah terluka, sehingga bila mendapat stimulan (rangsangan) maka akan tergerak lalu berwujud dalam bentuk kemarahan atau kesedihan. Indonesia sebagai negara multietnis dengan berbagai macam keyakinan dan kepercayaan yang berbeda, mengakibatkan Indonesia rentan terhadap konflik yang bernuasa Suku, Agama, Ras dan Antargolongan (SARA).

16

Pada saat bersamaan media massa juga dapat memicu, memantik atau memprovokasi atas terjadi sebuah konflik atau peristiwa anarkis di masyarakat baik disengaja maupun tidak, akibat memuat pemberitaan yang sarat dengan kalimat provokatif. Terlebih pemberitaan tersebut bersentuhan dengan isu sensitif yaitu SARA, seperti pada kasus penistaan agama, pengrusakan rumah ibadah, pelecehan simbol-simbol agama atau kebudayaan tertentu.

Sebuah isu yang sensitif bermuatan SARA dapat memicu konflik antar kelompok masyarakat, untuk itu media massa mempunyai peran penting dalam mengurangi atau mencegah konflik yang terjadi. Oleh sebab itu media dalam menyajikan informasi sebaiknya menggunakan bahasa pemberitaan yang bisa menjadikan suasana menjadi lebih tenang dan kondusif. Penggunaan kalimat tertentu, seperti 'suasana mencekam dan menegangkan' seringkali dapat memengaruhi suasana hati pembaca.¹⁷

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sentimen berbasis SARA adalah upaya-upaya menampilkan atau mengangkat konflik yang pernah atau sedang terjadi di masyarakat baik, sengaja maupun tidak disengaja, yang pemicunya adalah persoalan menyangkut SARA. Upaya menampilkan atau menyangkan konflik SARA di media massa tersebut pada akhirnya menimbulkan suasana yang tidak kondusif, mencekam dan meresahkan masyarakat.

D. Metode Penelitian

Upaya pengembangan deteksi dini atas fenomena jurnalisme provokasi berbasis sentimen SARA merupakan sebuah penelitian berparadigma kualitatif, dengan menggunakan metode analisis wacana untuk mengumpulkan serangkaian indikator

¹⁶ Idrus Ruslan, *Membangun Nasionalisme Sebagai Solusi Untuk Mengatasi Konflik SARA di Indonesia*, (Jakarta: Jurnal Tapis, 2014).

¹⁷ Agus Hari Wibowo, *Bahasa Media Untuk Mengurangi Konflik*, (Semarang: Prosiding Prasasti. Semarang, 2016).

dan identifikasi tentang telah terjadinya jurnalisme provokasi mengenai dalam penyiaran (*broadcast*) maupun penerbitan (*publishing*) di media massa nasional khususnya media online seperti Tribunnews.com, Tirto.Id, Warta Ekonomi co.id dan Nahimunkar.org jelang Pemilihan Umum (Pemilu) di Tanah Air.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis/CDA*) yang dikembangkan oleh Teun A. Van.Dijk dan lebih sering disebut sebagai Kognisi Sosial. Menurutnya, penelitian wacana tidak cukup hanya pada teks tapi juga harus dilihat proses produksinya.¹⁸

Penggunaan analisis wacana kritis lebih menjelaskan suatu teks pada fenomena sosial untuk mengetahui kepentingan yang termuat didalamnya. Wacana sebagai bentuk praktis sosial dapat dianalisis dengan analisis wacana kritis untuk mengetahui hubungan antara wacana dan perkembangan sosial budaya dalam domain sosial yang berbeda dalam dimensi linguistik.

Gambaran mengenai terjadinya jurnalisme provokasi diperoleh dari analisa terhadap sejumlah data sekunder berupa arsip, dokumentasi, pemberitaan tentang jurnalisme dan media massa yang berkaitan dengan jurnalisme provokasi ataupun konflik SARA selama bulan September hingga Desember 2018. Guna melengkapi data sekunder peneliti juga melakukan observasi dan wawancara dengan pakar, praktisi komunikasi dan jurnalis online.

E. Pembahasan

Pers dan media massa punya posisi penting dan strategis dalam perkembangan demokrasi suatu bangsa. Bahkan secara gamblang Pemerintah RI, lewat Menko Polhukam Wiranto mengakui terdapat potensi gangguan keamanan yang berasal dari sektor komunikasi dan informasi publik.

Potensi gangguan keamanan tersebut bukan saja dari media sosial yang kian massif belakangan ini dalam bentuk ujaran kebencian (*hate speech*), berita bohong (*hoax*) dan fitnah, namun potensi tersebut bisa saja muncul dari media massa "arus utama" (*mainstream*), baik yang dikelola oleh profesional maupun amatir yang memang dimiliki oleh kelompok atau individu dengan latar belakang politisi maupun ideologis.

Berdasarkan literasi dan referensi serta analisa data yang dilengkapi dengan observasi dan wawancara dari sejumlah informan, maka deteksi dini terhadap potensi jurnalisme provokasi dapat dilihat apabila mengandung atau memuat beberapa unsur sebagai berikut: *Pertama*, mengadili sepihak atau menghujat (Justifikasi), salah satu unsur pemberitaan yang seringkali terjadi di dunia politik dan selebriti adalah berita penghakiman atau justifikasi terhadap tokoh yang tersangkut kasus hukum. Media

¹⁸ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LkiS, 2012).

massa maupun wartawan kerap berlaku seolah-olah sebagai jaksa atau hakim dengan menyimpulkan pendapat atau opini yang mendahului vonis pengadilan.

Sebuah pemberitaan yang bersifat justifikasi sengaja maupun tidak sengaja berdampak pada penggiringan opini khalayak terhadap seorang tokoh atau kelompok. Biasanya digunakan kata-kata atau kalimat yang memberikan predikat negatif atau disebut lebelisasi, seperti pengacara koruptor, pengacara *playboy*, politikus kutu loncat dst. Skandal perselingkuhan, korupsi merupakan topik paling laris di masyarakat masa kini, justifikasi oleh media atau wartawan seringkali jadi bombastis dibandingkan kasus sesungguhnya.

Contoh berita Justifikasi (mengadili sepihak atau menghujat) yang dimuat di Tribunnews.com yang diposting pada tanggal 14 Oktober 2018 dengan judul “Kubu Jokowi Kritik ‘Make Indonesia Great Again’ Plagiat Donald Trump, Prabowo: Kok Jiplak Sih?” sangat jelas menghujat Prabowo sebagai penciplak atau tidak kreatif, karena meng-copy paste sloga khas Presiden Amerika Serikat, Donald Trump.

Pernyataan Prabowo sebagai penciplak disampaikan oleh anggota koalisi Tim Kampanye Nasional (TKN) padahal penulisan berita yang baik seharusnya berimbang dengan adanya klarifikasi atau tanggapan dari pihak Prabowo. Atau minimal meminta pembahasan dari ahli bahasa atau pengamat politik mengenai penggunaan slogan tersebut.

Kedua, menghasut (agitatif). Pemberitaan bersifat menghasut yaitu menyatakan fakta atau pendapat yang tidak pasti kebenarannya dengan mengabaikan konfirmasi dan klarifikasi. Namun tidak semua berita agitatif berasal dari berita bohong (*hoax*) tapi bisa juga berasal dari fakta dan pendapat yang pada bagian tertentu mengandung opini redaksi atau pembuat berita, seperti disampaikan dalam kalimat yang bersifat menghakimi obyek berita atau memberi penilaian yang sifatnya sangat subyektif dengan mengabaikan *check and recheck*.

Pemberitaan agitatif bukan saja tidak berimbang serta tidak memenuhi *cover both side* tapi memang sejak awal menjadikan berita sebagai alat atau sarana penghasutan terhadap obyek berita yaitu pelaku peristiwa maupun pembuat kebijakan. Tujuan utama berita agitatif menghasut khalayak untuk menyamakan sikap, persepsi atau minimal opini negatif terhadap sebuah obyek pemberitaan.

Contoh berita agitatif yang dimuat di *Nahimunkar.org* yang diposting pada tanggal 10 November 2018 dengan judul “Subhanallah! Ma’ruf Amin Tega Bilang Hanya Orang Budeg dan Buta yang Tak Lihat Prestasi Jokowi, maka Telinganya Perlu Dibolongin.” Berita tersebut dapat dikategorikan berdasarkan sebuah fakta yaitu pernyataan Ma’ruf Amin pada saat Deklarsi Relawan Barisan Nusantara di Cempaka Putih, Jakarta Pusat, Sabtu (10/11). Pemberitaan tersebut bisa dikatakan tidak berimbang (*cover both side*) dikarenakan hanya dari satu narasumber, selain itu bersifat memojokkan dengan adanya pernyataan “Jangan-jangan, lanjutnya, cuma Ma’ruf Amin yang tidak buta, tuli dan bisu karena kelimpahan rejeki banyak selama Joko Widodo memimpin.”

Ketiga, menampilkan keangkuhan atau kesombongan (arogansi) . Pemberitaan sejak awal selalu mengumbar kata atau kalimat yang mencerminkan arogansi seperti pernyataan sikap menang sendiri atau merasa paling benar tak tertandingi dengan mengecilkan peran orang (individu), kelompok (organisasi, partai, lembaga dst) atau kebijakan yang sudah keluar sehingga menempatkan dirinya atau kelompoknya sebagai sosok dengan kebenaran mutlak.

Bentuk lainnya adalah pemberitaan yang secara gamblang menyatakan bahwa fakta atau opini yang disampaikan diklaim paling akurat, benar dan kredibel dengan mengabaikan keberadaan fakta di lapangan atau opini dari narasumber, media atau pihak lainnya yang juga memiliki kredibilitas dan terbaru.

Pemberitaan bersifat arogan sangat mungkin terjadi pada media massa yang teraviliasi dengan kepentingan politik, partai atau penguasa. Begitu juga media massa yang notabene pemilik modal atau pengelolanya adalah tokoh masyarakat memiliki kecenderungan menyampaikan pemberitaan yang selalu bermuatan pembenaran, persetujuan, bahkan dukungan berlebihan terhadap individu, kelompok atau kebijakan dengan mengabaikan kemungkinan kekeliruan.

Contoh berita arogansi (keangkuhan/kesombongan), yang dimuat di Warta Ekonomi.co.id yang diposting pada tanggal 12 September 2018 dengan judul “Yang Gak Pilih Pak Jokowi Masuk Neraka”, judul berita tersebut secara jelas dan gamblang sangat memprovokasi masyarakat, dengan maksud bagi mereka yang tidak memilih Joko Widodo terancam masuk neraka. Penulisan judul berita tersebut dapat dipastikan memancing kontroversi di masyarakat karena menunjukkan arogansi atau kesombongan yang luar biasa dari pihak Tim Kemenangan Nasional (TKN), walaupun di dalam tubuh berita hanya berisikan rangkuman tanggapan dari netizen.

Keempat, memantik permusuhan atau amarah (*trigger*). Pemberitaan provokasi pada tahap yang lebih serius yaitu bersifat menyulut emosi khalayak pembaca/pemirsa. Bangkitnya sikap antipati, menolak, kemarahan, hingga berlanjut dan berwujud dalam bentuk aksi responsif khalayak, merupakan *feedback* yang diharapkan oleh media atau si pembuat berita.

Pemberitaan jenis ini biasanya menggunakan kalimat atau kata yang membangkitkan emosi (amarah), menyinggung perasaan atau melecehkan seseorang, kelompok, kepercayaan atau kebudayaan tertentu. Sebagaimana pemberitaan agitatif, berita detonatif juga mengedepankan fakta namun pada bagian lain mengandung opini penulis atau media yang bersangkutan sehingga mudah menyulut emosi khalayak.

Contoh berita Detonatif (menyulut) yang dimuat di Tribunnews.com yang diposting pada tanggal 14 September 2018 dengan judul “Dialog: Iklan Bendungan di Bioskop, Kampanye Jokowi?”. Secara keseluruhan konten atau isi tidak terlalu menyulut atau memancing emosi, namun judul yang dimuat sangat berpotensi menggiring opini pembaca bahwa tayangan iklan bendungan di bioskop tersebut telah nyata benar sebagai bagian kampanye politik Joko Widodo.

Padahal di dalam tubuh berita soal iklan tersebut masih jadi perdebatan di Bawaslu, sementara pihak koalisi pemerintah menyatakan iklan tersebut adalah sosialisasi capaian kinerja bagi Kabinet Joko Widodo. Sebaliknya bagi pihak oposisi iklan tersebut jelas mengandung unsur kampanye, terlebih ditayangkan pada saat menjelang Kampanye. Berita ini jelas sangat bersifat menyulut dan berpotensi memancing emosi masyarakat terutama dari pihak oposisi yang tidak dapat menerima dan menganggap itu sebuah kecurangan dengan mencuri star kampanye melalui iklan di bioskop.

Kelima, menyerang atau menghujat (agresif). Pemberitaan yang bersifat mencaci, mencela dan menfitnah dengan tujuan menyerang sesuatu yang dianggap cenderung menghalangi, menghambat dan mengecewakan. Wartawan atau media massa bersangkutan menggunakan kata-kata dan kalimat yang menyudutkan atau menyerang seseorang atau kelompok berdasarkan rekam jejak (sejarah masa lalu) yang tidak baik.

Walaupun hujatan yang dikemukakan tersebut belum tentu kebenarannya, namun tetap disampaikan kepada khalayak dikarenakan mempunyai motif komunikasi untuk membangun citra (*image*) buruk bagi seseorang atau kelompok masyarakat yang disasar. Contoh berita agresif yang dimuat di Tirto.ID yang diposting pada tanggal 19 Oktober 2018 dengan judul “Prabowo-Sandiaga Merugi Sebelum Bertanding Di Pilpres 2019.” Berita tersebut secara sepihak telah menggiring opini pembaca bahwa pasangan Capres dan Cawapres 02 dipastikan akan kalah di daerah-daerah akibat terjadi pembelotan oleh para Caleg dari partai pengusungnya (Partai Demokrat dan Partai Amanat Nasional).

Walaupun berupa fakta pendapat dari Caleg bersangkutan sesungguhnya tidak etis mencantumkan nama Caleg atau partai karena dipastikan akan muncul reaksi baik dari massa pendukung Capres dan Cawapres 02, pengurus partai atau partisipan dari kedua partai yang disebut-sebut dalam berita.

Dapat disimpulkan pemberitaan ini mencela atau menyudutkan salah satu kontestan Pilpres dengan sesuatu yang belum dipastikan kebenarannya melalui survei atau observasi. Melainkan hanya asumsi dari pihak si pembuat berita. Terlebih pada paragraf berikutnya terdapat kata-kata mengklaim solidaritas dari para Caleg dan Cawapres 01 untuk tetap konsisten untuk tetap mempromosikan Kontestan 01. Sehingga sangat gamblang berita ini menyerang salah satu pihak (tidak memihak).

E. Penutup

Artikel ini memberikan kesimpulan secara tekstual maupun konseptual bahwa jurnalisme provokasi sangat mudah ditangkap khalayak (*audiens*) baik motif maupun tujuannya. Berita atau opini yang dikonstruksi, manipulasi atau disisipkan muatan provokasi menjadi stimulan demi terbentuknya opini masyarakat yang pada akhirnya menggerakkan aksi dan reaksi yang bersifat aktif dan dinamis.

Jurnalisme provokasi merupakan perkembangan terkini dari empat teori tentang pers dan kekuasaan yaitu Teori Pers Otoritarian, Teori Pers Libertarian, Teori Pers Tanggungjawab Sosial dan Teori Soviet Komunis.¹⁹ Tentunya penelitian mengenai jurnalisme provokasi ini bisa dijadikan rujukan baru sekaligus bahan pertimbangan dalam pengelolaan keamanan berdemokrasi baik di Tanah Air maupun di dunia.

Jadi jurnalisme provokasi kontekstual merupakan inseminasi (penyemaian) pemuatan atau penyiaran sebuah berita dan opini. Kalau jurnalisme propaganda, doktrin maupun jurnalisme damai disajikan dalam bentuk yang terselubung namun massif, maka sebaliknya jurnalisme provokasi jelas motif dan penyampaiannya serta tidak terlalu sukar mengklarifikasikannya karena tujuannya agar mudah dicerna khalayak dengan harapan muncul aksi dan reaksi.

Secara tekstual jurnalisme provokasi adalah segala penyajian berita atau opini dengan menggunakan bahasa berkonotasi negatif atau mengandung sentimen SARA yang ditujukan mempengaruhi emosi atau sikap terhadap suatu peristiwa, kebijakan, kelompok atau individu (kelompok).

Sementara itu sarannya sebaiknya dalam pembuatan berita atau opini harus sesuai dengan etika jurnalistik, dengan mengedepankan faktual dan yang terpenting dan yang terpenting berimbang. Sekalipun saat ini banyak pemilik media yang terlibat politik, semestinya media massa menjamin awak redaksinya untuk tetap bekerja secara profesional, tidak partisan. Sekalipun terdapat media yang partisan hendaknya pembaca/pemirsa tetap kritis atas setiap pemberitaan yang disajikan.

¹⁹ Siebert, Fred S, dkk, *Empat Teori Pers*, (Jakarta: PT Intermedia, 1986).

Daftar Pustaka

Dimitrova, Daniela V and Adam Shehaa, dkk. *The effect of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns*. Evidence From Panel Data SAGE Journals, 2011.

Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Lkis Yogyakarta, 2012.

Heryanto, Gun Gun. *Media Komunikasi Politik; Relasi Kasa Media di Panggung Politik*. IRCiSoD Yogyakarta, 2018

Jati, Warsisto Raharjo. *Media and Political Persuasion: The Role of Media in Indonesia Presidential Campaign 2001-2009*. Jurnal Politik LIPI, 2016.

Karnavian, Muhammad Tito & Hermawan Sulisty. *Democratic Policing*. Pencil - 324 (Anggota IKAPI). Jakarta, 2017.

Maisarah, Widowati. *Pemberitaan Konflik Dalam Surat kabar Kompas (Analisis Isi Berita Konflik Ahmadiyah, Tarakan dan Papua dalam Surat kabar Kompas)*. Electronic Theses & Dissertations Gadjah Mada University. Yogyakarta, 2012.

Malik, Abdul. *Agitasi dan Propaganda di Media Sosial (Studi Kasus Cyberwar Antar-Netizen terkait Dugaan Penistaan Agama oleh Basuki Tjahaja Purnama)*. Lontar Vol.4 No.3 September - Desember 2016. Fisip Universitas Serang Raya, Jawa Barat, 2016.

Mansur, Juned dkk. *Kekuatan Politik Media Sosial: Uji Kasus Pada Revolusi Mesir 2011*. Global Vol.15 Desember 2012 - Mei 2013. Fisip UI Jakarta, 2013.

Nazarova, E. A. *Provocations In The Media and Their Perception By The Youth Audience*. Communicology, 2017.

Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. PT Remaja Rosdakarya Bandung, 2017

Nohrstedt, Stig A. Sophia Kaitatzi-Whitlock, Rune Ottosen etc. *From The Persian Gulf to Kosovo - War Journalism and Propaganda*. European Journal Of Communication. 2000

Ruslan, Idrus. *Membangun Nasionalisme Sebagai Solusi Untuk Mengatasi Konflik SARA di Indonesia*. Jurnal Tapis. Jakarta, 2014.

Siebert, Fred S, dkk. *Empat Teori Pers*. PT Intermedia. Jakarta, 1986.

Wibowo, Agus Hari. *Bahasa Media Untuk Mengurangi Konflik*. Prosiding Prasasti. Semarang, 2016.

Lainnya:

<https://bola.kompas.com/read/2010/12/17/15012568/Media.Sosial.Sebagai.Pilar.Kelima.Demokrasi>

<https://international.sindonews.com/read/1025279/41/lawan-rusia-belanda->

dan-polandia-luncurkan-perang-propaganda-1437541770

https://kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan_media

<https://polkam.go.id/menko-polhukam-kpi-harus-jadi-lembaga-penyebar-persatuan/>

<https://www.liputan6.com/health/read/3236125/sikap-nyinyir-haters-di-media-sosial-apakah-gangguan-mental>

Talkshow Interaktif, *Seberapa Greget Reuni 212*, (Jakarta: Radio MNC Trijaya FM, Polemik, 1 Desember 2018).

