



MASYARAKAT INDONESIA

MAJALAH ILMU-ILMU SOSIAL INDONESIA

VOLUME 44

NOMOR 1, JUNI 2018

DAFTAR ISI

E-NETWORK SOCIETY: KOMUNALITAS WARGA DALAM KONTEKS SMART CITY Ahmad Fuadillah Sam	1
MEREBUT KEMBALI KEINDONESIAAN: AKTIVISME DARING-LURING OLEH EKSIL INDONESIA DI BELANDA Ibnu Nadzir	15
HOAKS SERBUAN TKA DARI TIONGKOK: KEPANIKAN MORAL DAN BUDAYA KETAKUTAN Triyono Lukmantoro	31
KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI DAN DEMOKRASI SEMU DALAM BUDAYA DIGITAL Nina Widyawati	47
JURNALISME RADIO PADA ERA DIGITAL: TRANSFORMASI DAN TANTANGAN Dian Tri Hapsari	61
TEKNOLOGI DIGITAL DAN KETIMPANGAN EKONOMI DI INDONESIA Ahmad Helmy Fuady	75
BEYOND PROSUMPTION: PRAKTIK PROSUMSI PENULIS KONTEN DALAM PLATFORM NEWS AGGREGATOR UC NEWS Maruti Asmaul Husna, Subagio, dan Budi Irawanto	89
KONSTRUKSI FEMININITAS DAN PROBLEMATIKA EKSPRESI RUANG PUBLIK VIRTUAL Widjajanti M Santoso	105
RINGKASAN DISERTASI ADAT RECOGNITION IN MERAUKE INTEGRATED FOOD AND ENERGY ESTATE IN PAPUA, INDONESIA Rosita Dewi	121
TINJAUAN BUKU ISLAMISME DAN POLITIK KEWARGAAN DI INDONESIA Fachri Aidulsyah	137



MASYARAKAT INDONESIA

MAJALAH ILMU-ILMU SOSIAL INDONESIA

VOLUME 44

NOMOR 1, 2018

DAFTAR ISI

E-NETWORK SOCIETY: KOMUNALITAS WARGA DALAM KONTEKS SMART CITY Ahmad Fuadillah Sam	1
MEREBUT KEMBALI KEINDONESIAAN: AKTIVISME DARING-LURING OLEH EKSIL INDONESIA DI BELANDA Ibnu Nadzir	15
HOAKS SERBUAN TKA DARI TIONGKOK: KEPANIKAN MORAL DAN BUDAYA KETAKUTAN Triyono Lukmantoro	31
KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI DAN DEMOKRASI SEMU DALAM BUDAYA DIGITAL Nina Widyawati	47
JURNALISME RADIO PADA ERA DIGITAL: TRANSFORMASI DAN TANTANGAN Dian Tri Hapsari	61
TEKNOLOGI DIGITAL DAN KETIMPANGAN EKONOMI DI INDONESIA Ahmad Helmy Fuady	75
BEYOND PROSUMPTION: PRAKTIK PROSUMSI PENULIS KONTEN DALAM PLATFORM NEWS AGGREGATOR UC NEWS Maruti Asmaul Husna*) Subagio dan Budi Irawanto**)	89
KONSTRUKSI FEMININITAS DAN PROBLEMATIKA EKSPRESI RUANG PUBLIK VIRTUAL Widjajanti M Santoso	105
RINGKASAN DISERTASI ADAT RECOGNITION IN MERAUKE INTEGRATED FOOD AND ENERGY ESTATE IN PAPUA, INDONESIA Rosita Dewi	121
TINJAUAN BUKU ISLAMISME DAN POLITIK KEWARGAAN DI INDONESIA Fachri Aidulsyah	137



MASYARAKAT INDONESIA

MAJALAH ILMU-ILMU SOSIAL INDONESIA

VOLUME 41

NOMOR 1, SEPTEMBER 2016

DDC: 302.3**Ahmad Fuadillah Sam****E-NETWORK SOCIETY: KOMUNALITAS WARGA DALAM KONTEKS SMART CITY****ABSTRAK**

Smart city merupakan produk dari masyarakat informasional, yakni ketika masyarakat menjadikan informasi sebagai bentuk utama dalam menjalin relasi. Dalam konteks ini, smart city menjadi infrastruktur yang mendukung masyarakat jaringan. Artikel ini bertujuan menggambarkan implikasi smart city terhadap lahirnya komunalitas di kota. Studi ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan untuk mendapat data terkait komunalisme warga pada lokus Jakarta Smart City. Studi-studi sebelumnya menghadirkan perdebatan teoretis terkait peran dan implikasi smart city dalam kepercayaan warga terhadap pemerintah melalui fasilitas teknologi. Artikel ini menawarkan optimisme smart city sebagai manifestasi bekerjanya masyarakat jaringan dalam bentuk hadirnya komunalitas melalui komunitas virtual. Studi ini menunjukkan bagaimana kebijakan smart city yang difasilitasi negara memberikan ruang bagi informasi yang diproduksi warga sehingga mampu membangun komunalitas di kalangan warga kota. Komunalitas di kota, nyatanya dapat terbangun melalui mekanisme masyarakat jaringan yang disediakan oleh infrastruktur pemerintah dalam bentuk smart city.

Kata kunci: *Network Society, Smart City, Virtual Community, City Communalities, Jakarta Smart City*

DDC: 305.8**Ibnu Nadzir****MEREBUT KEMBALI KEINDONESIAAN: AKTIVISME DARING-LURING OLEH EKSIL INDONESIA DI BELANDA****ABSTRAK**

Artikel ini mengeksplorasi keterlibatan daring dan luring dari eksil Indonesia di Belanda. Dengan melihat praktik penggunaan internet mereka, artikel ini menegaskan argumen yang menyatakan pentingnya melihat praktik budaya dan sosial di kedua arena tersebut sebagai satu kesatuan. Untuk menguraikan argumen tersebut, artikel ini menganalisis dua kasus penting yang menunjukkan keterlibatan daring dan luring eksil Indonesia, yaitu berbagai kegiatan IPT 1965 dan diskusi forum. Untuk menangkap praktik sosial dan budaya yang dilakukan di wilayah luring maupun daring, penelitian ini juga dilakukan dalam dua wilayah tersebut secara bersamaan. Penelitian ini sendiri diawali dari dua pertanyaan penting, pertama, bagaimana eksil Indonesia menggunakan keterlibatan daring dan luring untuk memobilisasi perjuangan mereka? Kedua, bagaimana keterlibatan daring dan luring mereka memengaruhi keberadaan mereka sebagai komunitas yang tersingkirkan? Artikel ini berargumen bahwa keterlibatan eksil Indonesia dalam ruang daring dan luring dilakukan dengan sangat cair. Implikasinya, peristiwa dan berbagai praktik yang dilakukan dalam kedua ruang tersebut saling memengaruhi satu sama lain. Lebih lanjut, artikel ini meminjam kerangka analisis Jackson (2013) mengenai kegiatan bercerita untuk melihat bahwa keterlibatan daring dan luring telah memungkinkan eksil Indonesia untuk merebut kembali perasaan menjadi Indonesia.

Kata Kunci: *daring, luring, keindonesiaan, eksil, internet*

DDC: 302.2

Triyono Lukmantoro

HOAKS SERBUAN TKA DARI TIONGKOK: KEPANIKAN MORAL DAN BUDAYA KETAKUTAN

ABSTRAK

Pada akhir Desember 2016, muncul hoaks yang menyatakan bahwa ada sekitar sepuluh juta, bahkan dua puluh juta, Tenaga Kerja Asing (TKA) ilegal dari Tiongkok yang menyerbu Indonesia. Meskipun kabar bohong itu telah dibantah keras dan dianggap sebagai fitnah oleh pemerintah, kenyataannya, hoaks itu telanjur merebak. Salah satu situs yang memproduksi hoaks ini adalah Postmetro. Artikel ini merupakan kajian tekstual terhadap berbagai judul hoaks yang ditampilkan oleh Postmetro. Hasil studi ini menunjukkan bahwa berbagai hoaks itu tidak lebih merupakan praktik-praktik “jurnalisme Frankenstein,” yakni sekadar mengambil berita dan memoles bagian judulnya supaya sedemikian provokatif dari sumber-sumber pemberitaan media lain. TKA ilegal dari Tiongkok dideskripsikan sebagai pihak asing yang memperburuk kehidupan buruh nasional. Hal ini menunjukkan bahwa TKA ilegal dari Tiongkok itu diposisikan sebagai sosok yang menimbulkan kepanikan moral. Selain itu, mereka juga digambarkan sebagai setan rakyat yang memang pantas untuk dilaknat dan diusir dari Indonesia karena telah menciptakan ketakutan dan berwatak patologis.

Kata kunci: *hoaks, tenaga kerja asing dari Tiongkok, kepanikan moral, budaya ketakutan*

DDC: 302.2

Nina Widyawati

KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI DAN DEMOKRASI SEMU DALAM BUDAYA DIGITAL¹

ABSTRAK

Digital adalah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memengaruhi perubahan struktur masyarakat dari mass ke mass-self. Pesan media digital umumnya tersegmentasi dan menunjukkan pergeseran budaya dari budaya massa ke custom. Teknologi digital melahirkan berbagai platform media sosial yang memfasilitasi individu untuk memproduksi konten sehingga lahirnya masyarakat sebagai produsen sekaligus konsumen (prosumer). Perkembangan ini diasumsikan melahirkan masyarakat yang egaliter. Oleh sebab itu, media digital dilihat sebagai ruang publik yang netral. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perilaku prosumsi dalam praktik keseharian generasi internet, yaitu generasi Y dan Z serta implikasinya terhadap interaksi sosial. Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui focus group discussion (FGD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan merupakan prosumer. Produksi dilakukan melalui ekspose kehidupan sehari-hari. Informan merupakan audience aktif terkait human interest, tetapi sedikit pasif dalam konsumsi informasi sosial politik karena informasi diperoleh dari portal berita dan komunitas. Melalui teknologi digital, subjek penelitian mampu meningkatkan produktivitas karena dapat mengerjakan lebih dari satu kegiatan secara bersamaan, yaitu kuliah sambil bekerja. Namun, media digital belum sepenuhnya egaliter dan demokratis karena komunitas virtual bisa menghambat kebebasan berekspresi.

Kata kunci: *budaya digital, prosumsi, komodifikasi, demokrasi semu*

¹ Data penelitian ini diambil dari FGD dalam rangka pengumpulan data penelitian “Media Baru dan Perubahan Masyarakat Pasca Orde Baru, Politik Sirkulasi Budaya Populer dan Media Baru Pasca Orde Baru” yang belum pernah dipublikasikan.

DDC: 302.2

Dian Tri Hapsari

JURNALISME RADIO PADA ERA DIGITAL: TRANSFORMASI DAN TANTANGAN

ABSTRAK

Di Indonesia sepanjang tahun 2015, sejumlah media cetak memutuskan tutup dan beralih ke digital. Di tengah meningkatnya pertumbuhan pengguna Internet, bagaimana masa depan jurnalisme radio yang juga terbilang sebagai media tradisional seperti media cetak? Dalam artikel ini, penulis memfokuskan pada bagaimana radio sebagai media tradisional bertransformasi menjadi media baru di era digital. Garis besar tulisan ini membahas transformasi radio sebagai media baru dari sisi model aksesnya yang menggunakan Internet dan bagaimana perubahan regulasi siaran radio memengaruhi proses demokrasi di Indonesia. Artikel ini berpendapat bahwa dengan adanya perubahan tersebut, radio bukan saja beradaptasi dengan tuntutan teknologi baru, namun juga bertransformasi dalam menghadapi tantangan perubahan teknologi dan akses penggunaannya. Pascareformasi telah memberikan tanda zaman dalam perubahan jurnalisme radio. Kesadaran peran informasi radio diikuti oleh pertumbuhan jumlah informasi radio yang dinilai sebagai perubahan ekspresi masyarakat Indonesia yang lebih demokratis. Namun, perkembangan akses radio juga memunculkan gejala spiral of silence tentang relasi wacana mayoritas yang harus menjadi perhatian radio sebagai media alternatif pada era digital. Perimbangan suara yang terisolir dalam argumen teori spiral of silence menjadi tantangan radio pada era digital ini. Tulisan ini berdasarkan penelitian kualitatif yang mengkaji opini publik pada radio sebagai media digital interaktif dengan menggunakan teori spiral of silence.

Kata Kunci: Radio, teknologi, media baru, jurnalisme, media tradisional, Opini Publik, Spiral of Silence.

DDC: 390.9

Ahmad Helmy Fuady

TEKNOLOGI DIGITAL DAN KETIMPANGAN EKONOMI DI INDONESIA

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang begitu cepat melalui revolusi digital telah menimbulkan optimisme kemajuan ekonomi. Namun, perkembangan teknologi tersebut juga memunculkan kekhawatiran akan semakin tingginya tingkat ketimpangan ekonomi karena sifat teknologi yang bias modal dan keterampilan. Selain itu, otomatisasi yang muncul akibat perkembangan teknologi dianggap akan menggerus permintaan atas tenaga kerja. Tulisan ini bertujuan menganalisis hubungan antara kemajuan TIK dan ketimpangan ekonomi di Indonesia. Data yang ada menunjukkan bahwa pembangunan TIK di Indonesia masih relatif rendah dibanding negara-negara tetangganya. Pembangunan TIK antarwilayah juga masih sangat timpang. Analisis dalam tulisan ini menunjukkan pembangunan TIK lebih menguntungkan tenaga kerja terampil dan kelompok berpendapatan tinggi dibanding tenaga kerja kasar dan kelompok berpendapatan rendah.

Kata Kunci: teknologi digital, ketimpangan, disrupsi, indeks pembangunan TIK

DDC: 302.2

Maruti Asmaul Husna*) Subagio dan Budi Irawanto)**

BEYOND PROSUMPTION: PRAKTIK PROSUMSI PENULIS KONTEN DALAM PLATFORM NEWS AGGREGATOR UC NEWS²

ABSTRAK

Kemunculan teknologi Web 2.0 memungkinkan para pengguna internet tidak lagi terbatas menjadi konsumen yang mampu membaca, menjelajah, dan mengonsumsi konten internet saja. Lebih dari itu, kini pengguna dapat terlibat aktif menjadi konsumen sekaligus produsen (prosumer). Salah satu platform digital yang menjadi tren dalam satu dekade terakhir adalah news aggregator. Penelitian ini membahas aktivitas produksi-konsumsi (prosumsi) tulisan-tulisan sebagai bagian dari digital labor (pekerja digital) oleh para penulis konten di aplikasi UC News,

² Tulisan ini merupakan bagian dari tesis yang disusun oleh Maruti Asmaul Husna Subagio (2018) dengan judul "Prosumsi Penulis Konten dalam Platform News Aggregator (Fenomena Digital Labor Penulis Konten dalam Aplikasi UC News) pada Program Studi Kajian Budaya dan Media Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada.

salah satu news aggregator terbesar di Indonesia. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis praktik-praktik prosumsi yang dilakukan oleh penulis konten UC News dikaitkan dengan posisinya sebagai pekerja digital. Metodologi yang digunakan adalah etnografi virtual untuk memperoleh gambaran tentang kebudayaan digital yang termediasi internet. Data didapatkan dari jawaban pertanyaan terbuka kepada enam orang informan yang dipilih berdasarkan variasi tingkat keaktifan dan lama keterlibatan menjadi penulis konten UC News. Selain itu, data sekunder penulis dapatkan dari konten-konten tulisan yang dihasilkan para informan di media UC News. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa para penulis konten melakukan praktik prosumsi dengan cara yang beragam, mulai dari mencari sendiri informasi tulisan (*witness journalism*) hingga mengolah informasi yang ada di media maupun literatur untuk dibuat tulisan baru. Peneliti juga menemukan bahwa bentuk kapitalisme era prosumer tidak sebatas memengaruhi penulis konten melakukan aktivitas produksi dan konsumsi saja, namun juga meluas pada distribusi dan marketisasi oleh para user sendiri.

Kata kunci: penulis konten, news aggregator, prosumsi, Web 2.0

DDC: 305.4

Widjajanti M Santoso³

KONSTRUKSI FEMININITAS DAN PROBLEMATIKA EKSPRESI RUANG PUBLIK VIRTUAL

ABSTRAK

Konstruksi femininitas menunjukkan perubahan sosial yang dapat dilihat dari konstruksi perempuan sebagai anak revolusi pada masa Orla dan “ibuisme” pada masa Orba. Namun, pada masa Orde Reformasi, terjadi situasi paradoks, yaitu perempuan kembali perlu berjuang untuk representasinya. Tulisan ini mengangkat masalah konstruksi gender yang ada pada saat ini, dengan tujuan membuka mata masyarakat tentang adanya ragam konstruksi gender dan melihat kelompok sosial yang menggagalkan pemaknaan tersebut. Masyarakat perlu mengetahui adanya upaya-upaya kelompok yang mempertanyakan konstruksi gender yang diwarnai oleh kepentingan dari kelompok tersebut. Ekspresi femininitas di ruang publik merupakan gambaran pandangan yang beredar di masyarakat tentang perempuan, seperti yang muncul dalam ruang publik di media sosial, yakni di aplikasi pesan singkat Whatsapp. Konstruksi sosial tentang perempuan yang awalnya dilakukan oleh negara, sekarang berada di tangan kelompok sosial di masyarakat yang menggunakan dalih keagamaan, misalnya yang dilakukan oleh HTI. Pemaknaan “baru” terhadap partisipasi perempuan terjadi di ruang publik virtual yang memiliki potensi mengganggu pemaknaan yang sudah berjalan di masyarakat. Pemaknaan ini menunjukkan kontestasi antara pemaknaan yang dikembangkan gerakan perempuan dengan pemaknaan yang dilakukan kelompok HTI. Dalam proses ini, konstruksi heteronormativitas menguat sehingga peran perempuan terdorong kembali ke ruang domestik dan menghasilkan gambaran ambigu tentang peran perempuan di ruang publik, termasuk di ruang publik virtual.

Kata Kunci: femininitas, ruang publik virtual, masalah perempuan

Rosita Dewi

RINGKASAN DISERTASI

ADAT RECOGNITION IN MERAUKE INTEGRATED FOOD AND ENERGY ESTATE IN PAPUA, INDONESIA

Summary of Dissertation, Adat Recognition in Merauke Integrated Food and Energy Estate in Papua, Indonesia, Graduate School of Asian and African Areas Studies, Kyoto University, Japan, xx+305pp.

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia memberikan otonomi khusus (otsus) untuk Papua sebagai solusi menang-menang (*win-win solution*) upaya penyelesaian konflik di Papua. Otsus tersebut memberikan jaminan rekognisi bagi Papua secara legal. Meskipun demikian, orang Papua tidak puas dengan rekognisi tersebut karena adanya celah yang sangat luas antara pelaksanaan rekognisi dalam pandangan pemerintah dengan bentuk rekognisi yang diharapkan oleh orang Papua. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah melakukan “pembajakan” terhadap pelaksanaan rekognisi Papua sehingga terjadi korupsi terhadap rekognisi (*corrupted recognition*) melalui pembentukan Lembaga

³ Artikel ini perbaikan dari naskah yang dipresentasikan pada Pre Conference ICWG 2018, kerjasama antara IPSK LIPI dengan AIWA dan KPPPA yang mendukung isu kepemimpinan Perempuan di Asia.

Masyarakat Adat (LMA) dan pemetaan partisipatif. Hal ini terlihat jelas dalam pengembangan proyek Merauke Integrated Food and Energy Estate (MIFEE) di Papua . Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografis yang mencakup pengamatan terlibat, wawancara, dan studi pustaka.

Kata kunci: rekognisi, adat, MIFEE, otonomi khusus, Papua, lembaga masyarakat adat, pemetaan partisipatif

Fachri Aidulsyah

TINJAUAN BUKU

ISLAMISME DAN POLITIK KEWARGAAN DI INDONESIA

Judul Buku: Eric Hiariej And Kristian Stokke (Eds.). 2017. Politics Of Citizenship In Indonesia. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor In Cooperation With Polgov Fisipol Ugm Dan University Of Oslo, Viii + 394 Pages; 16 X 24 Cm, Isbn: 978-602-433-507-6



MASYARAKAT INDONESIA

MAJALAH ILMU-ILMU SOSIAL INDONESIA

VOLUME 44

NOMOR 1, 2018

DDC: 302.3**Ahmad Fuadillah Sam****E-NETWORK SOCIETY: CITIZENS COMMUNALITY IN SMART CITY CONTEXT****ABSTRACT**

Smart city is an informational society's product through which the society considers that information as a main form to build relations. In this context, smart city becomes an infrastructure that supports network society to work. This article aims to describe smart city's implication towards the emergence of communality in the city. This study used a qualitative method, through in-dept interviews with related stakeholders to exploring relevant and important data and information about citizens' communalism produced by Jakarta Smart City Program. Recent studies show theoretical debates about roles and implications of smart city on citizen's trust towards the government mediated by the technology. This article offers an optimism views concerning smart city as the way the network society manifests through a form of communalities within virtual community. This study shows the ways smart city regulation facilitated by state provides a space for information production by citizens hence communalism built in citizens context. City Communalism, in fact could be build within network society mechanism brought by government infrastructure within smart city form.

Keywords: Network Society, Smart City, Virtual Community, City Communalism, Jakarta Smart City

DDC: 305.8**Ibnu Nadzir****RECLAIMING INDONESIAN-NESS: ONLINE AND OFFLINE ENGAGEMENT OF INDONESIAN EXILES IN NETHERLANDS****ABSTRACT**

This article explores online-offline engagements of Indonesian exiles in Netherlands. By looking into their internet practices, this article affirms the notion that it is essential for Internet research to comprehend social and cultural practices engaged in both space as an entanglement. To elaborate the argument, this article analyzed two important cases where the online-offline engagements are performed by Indonesian exiles, which are IPT 1965 events and Diskusi Forum (forum discussion). Since the social and cultural practices were performed online and offline, this research is also conducted in both spaces simultaneously. The research itself was initiated from two main questions, first, how do Indonesian exiles employed online-offline engagement to mobilize their cause? Second, how do their online-offline engagement affect their existence as a displaced community? The article then argues that the engagement enacted by Indonesian exiles is performed fluidly in online-offline spaces. In consequence, events and practices in both arenas are influential to one another. Moreover, borrowing the framework of Jackson (2013) on storytelling, this article shows that the online-offline engagements has enabled Indonesian exiles to reclaim the sense of being Indonesian.

Keywords: online, offline, Indonesian-ness, exiles, Internet

DDC: 302.2

Triyono Lukmantoro

THE HOAXES OF ILLEGAL FOREIGN WORKERS FROM CHINA: MORAL PANICS AND CULTURE OF FEAR

ABSTRACT

At the end of December 2016, several hoaxes emerged stating that there were about ten million, even twenty million, illegal foreign workers from China who were invading Indonesia. Although the hoaxes have been strongly denied and regarded as slander by the government, in fact, the hoaxes were already spreading. One of the sites that produce these hoaxes is *Postmetro*. This article is a textual review of various hoax titles displayed by *Postmetro*. The results of this study show that the various hoaxes are no more than the practices of “Frankenstein journalism,” which is simply taking news and polishing the title to be so provocative from other media sources. The illegal foreign workers from China are described as the foreigner who exacerbates the life of national laborers. This shows that illegal foreign workers from China were positioned as a figure that caused moral panics. In addition, they are also described as demons of the people (folk devils) who deserve to be cursed and expelled from Indonesia for creating fear and pathological character.

Keywords: hoax, illegal foreign workers from China, moral panics, culture of fear

DDC: 302.2

Nina Widyawati

COMMODIFICATION OF PRIVACY AND PSEUDO-DEMOCRACY IN DIGITAL CULTURE

ABSTRACT

Digital is the development of information and communications technology, that changes the social structure, from mass to mass-self. Segmented digital media messages have shifted the culture, from mass culture to custom. Digital technology delivers social media platforms that facilitate individuals in producing content. Now individuals are a producers as well as consumers (prosumer), and assumed in contributing toward egalitarian society, as a neutral public space. The aim of this research are analyzes the behavior of prosumption in the daily practice of internet generation that is Y and Z generation and its implication to social interaction. The subject of research is a student of Communication Studies Program, Atma Jaya University Yogyakarta. The approach used is qualitative, and data collection is through focus group discussion (FGD). The results showed that all informants were prosumer. They are producing by everyday life exposition. On the one hand, informants are active audience in consuming the human interest information, on the other hand, they are passive audience in consumption social and political information. Many of them obtain information from the news portal and community. Digital technology increases productivity because individuals are able to do more than one activity simultaneously such as a student and workers. Unfortunately, digital media has not been egalitarian and democratic sphere, as the effect the virtual communities may decrease the freedom of expression.

Keywords: digital culture, prosumption, commodification, pseudo-democracy

DDC: 302.2

Dian Tri Hapsari

RADIO JOURNALISM IN DIGITAL ERA: TRANSFORMATION AND CHALLENGE

ABSTRACT

During the periode of 2015, in Indonesia, a number of print newspapers decided to stop publishing their printing media and switch to digital. This is also challenging for radio since it could be considered as traditional media such as the printing media. In this article, the authors explain how radio as a traditional mass-media is transformed into a new medium in the digital era. The outline of this paper discusses radio transformation as a new medium in terms of access model that uses the Internet and radio broadcast regulatory changes affect the democratic process in Indonesia. This article argues that throughout those changes, radio has not only adapted to the new technological demands while at the same time transform the media by facing the new technological challenger and access to their audience. However, despite the adaptability of radio towards the digital era, this new media era has brought up the seemingly silencing process of minority voice by the majority. This could be concurred through concept

of spiral of silence. This article is a qualitative research that pays attention to several processes of adaptation and transformation that radio has gone through since the era of Reformasi in Indonesia.

Key Words: *Radio, technology, new media, journalism, traditional media, public opinion, spiral of silence*

DDC: 390.9

Ahmad Helmy Fuady

DIGITAL TECHNOLOGY AND ECONOMIC INEQUALITY IN INDONESIA

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology (ICT) through the digital revolution has raised optimism for economic development. However, it has also raised concerns about the increasing level of inequality because of capital and skill-biased technology. Automation arising from technological developments is also considered to decrease demand for labor. This paper aims to analyze the relationship between ICT development and economic inequality in Indonesia. It shows that ICT development in Indonesia is relatively poor and behind its neighbouring countries. There is also interregional inequality of ICT development in this country. Analysis of this paper shows that ICT development give more benefit to skilled labor and those in highest income group than to unskilled labor and those in lower income groups.

Keywords: *digital technology, inequality, disruption, ICT development index*

DDC: 302.2

Maruti Asmaul Husna*) Subagio dan Budi Irawanto)**

BEYOND PROSUMPTION: PROSUMPTION PRACTICE OF CONTENT WRITERS IN NEWS AGGREGATOR PLATFORM UC NEWS

ABSTRACT

The emergence of Web 2.0 technology has made the internet users not only restricted by reading, browsing, and consuming the internet content. Nowadays the users can contribute actively as both consumer and producer at the same time (prosumer). One of the digital platforms that has become a trend in the present decade is news aggregator. This research will examine how the content writers in UC News, as one of the biggest news aggregator in Indonesia, do their production-consumption (prosumption) writing activity as a part of digital labor. The purpose of this research is to analyze the prosumption practices which are done by the UC News's content writers in relation to their position as digital labor. The methodology that is applied in this research is virtual ethnography to obtain the representation of digital culture mediated by the internet. The data are obtained from the answers of open-ended questions to 6 informants who are selected according to rate of activity in the platform, and the period of involvement as a content writer in UC News. In addition, the secondary data are collected from the writing contents which are produced by the informants. The findings of this research show that the content writers did their prosumption practices in a variety of ways, either through the information of writing (witness journalism), or through process the available information in the media as well as literatures that become the stuff of new writings. The researcher also found that the form of capitalism in prosumer era did not influence the content writers in doing production and consumption activity only but also distribution and marketization by the users.

Keywords: *content writers; news aggregator; prosumption; Web 2.0*

DDC: 305.4

Widjajanti M Santoso¹

PROBLEMATIC OF FEMININITY CONSTRUCTION IN VIRTUAL PUBLIC SPHERE

ABSTRACT

Femininity construction is very apparent in Indonesia's women's movement. It can discernible in the definition of women by the state, across in three political orders (Orla, Orba and Orde reformasi). In Orla woman is the daughter of revolution, in Orba is the "Ibuisme" and in Orde Reformasi, there are paradox; women have to fight back for her representation. The article shows the problematic of femininity construction, in order for society to

¹ Artikel ini perbaikan dari naskah yang dipresentasikan pada Pre Conference ICWG 2018, kerjasama antara IPSK LIPI dengan AIWA dan KPPPA yang mendukung isu kepemimpinan Perempuan di Asia.

understand the meaning making process. The expression of femininity captured in the social media such as the WA Group. Formerly state played a significant role, which eventually decreased according to the position of power in the state, now there are other, such as by the HTI. The growing 'new' definition of women's participation by the HTI, happening in virtual public sphere, contests definition of gender and position of women in society. This situation is in the same condition, where the heteronormativity is stronger. The virtual public sphere shows a new challenging scope of women's movement that need to be reconsidered thoroughly.

Key words: *femininity, virtual public sphere, women's problem.*

Rosita Dewi

RINGKASAN DISERTASI

REKOGNISI ADAT DALAM PENGEMBANGAN MERAUKE INTEGRATED FOOD AND ENERGY ESTATE DI PAPUA, INDONESIA

Summary of Dissertation, Adat Recognition in Merauke Integrated Food and Energy Estate in Papua, Indonesia, Graduate School of Asian and African Areas Studies, Kyoto University, Japan, xx+305pp.

ABSTRACT

The Indonesia government issued the special autonomy law for Papua for granting legal recognition of the Papuan to reduce conflict in Papua. This recognition was not, however, a satisfactory answer for the Papuans; there is a wide gap between the adat (customary) recognition by the Indonesian state and the recognition expected by the Papuans. I argued that the Indonesian government applies the corrupted recognition by hijacking adat recognition in Papua. This is clearly shown in the issue of adat lands in the Merauke district, where the Merauke Integrated Food and Energy Estate (MIFEE) project was developed. This research shows the form of corrupted recognition in Papua by the existence of Customary Community Council (new LMA) and participatory mapping in MIFEE. This research uses qualitative approach with ethnographic method consisted of participant observations, interviews, and literature studies.

Keywords: *recognition, adat, MIFEE, special autonomy law, Papua, customary community council, LMA, participatory mapping*

Fachri Aidulsyah

TINJAUAN BUKU

ISLAMISM AND THE POLITICS OF CITIZENSHIP IN INDONESIA

Judul Buku: Eric Hiarij And Kristian Stokke (Eds.). 2017. Politics Of Citizenship In Indonesia. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor In Cooperation With Polgov Fisipol Ugm Dan University Of Oslo, Viii + 394 Pages; 16 X 24 Cm, Isbn: 978-602-433-507-6

HOAKS SERBUAN TKA DARI TIONGKOK: KEPANIKAN MORAL DAN BUDAYA KETAKUTAN

Triyono Lukmantoro

Dosen Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro

E-mail: triyonolukmantoro@gmail.com

ABSTRACT

At the end of December 2016, several hoaxes emerged stating that there were about ten million, even twenty million, illegal foreign workers from China who were invading Indonesia. Although the hoaxes have been strongly denied and regarded as slander by the government, in fact, the hoaxes were already spreading. One of the sites that produce these hoaxes is *Postmetro*. This article is a textual review of various hoax titles displayed by *Postmetro*. The results of this study show that the various hoaxes are no more than the practices of “Frankenstein journalism,” which is simply taking news and polishing the title to be so provocative from other media sources. The illegal foreign workers from China are described as the foreigner who exacerbates the life of national laborers. This shows that illegal foreign workers from China were positioned as a figure that caused moral panics. In addition, they are also described as demons of the people (folk devils) who deserve to be cursed and expelled from Indonesia for creating fear and pathological character.

Keywords: *hoax, illegal foreign workers from China, moral panics, culture of fear*

ABSTRAK

Pada akhir Desember 2016, muncul hoaks yang menyatakan bahwa ada sekitar sepuluh juta, bahkan dua puluh juta, Tenaga Kerja Asing (TKA) ilegal dari Tiongkok yang menyerbu Indonesia. Meskipun kabar bohong itu telah dibantah keras dan dianggap sebagai fitnah oleh pemerintah, kenyataannya, hoaks itu telanjur merebak. Salah satu situs yang memproduksi hoaks ini adalah Postmetro. Artikel ini merupakan kajian tekstual terhadap berbagai judul hoaks yang ditampilkan oleh Postmetro. Hasil studi ini menunjukkan bahwa berbagai hoaks itu tidak lebih merupakan praktik-praktik “jurnalisme Frankenstein,” yakni sekadar mengambil berita dan memoles bagian judulnya supaya sedemikian provokatif dari sumber-sumber pemberitaan media lain. TKA ilegal dari Tiongkok dideskripsikan sebagai pihak asing yang memperburuk kehidupan buruh nasional. Hal ini menunjukkan bahwa TKA ilegal dari Tiongkok itu diposisikan sebagai sosok yang menimbulkan kepanikan moral. Selain itu, mereka juga digambarkan sebagai setan rakyat yang memang pantas untuk dilaknat dan diusir dari Indonesia karena telah menciptakan ketakutan dan berwatak patologis.

Kata kunci: *hoaks, tenaga kerja asing dari Tiongkok, kepanikan moral, budaya ketakutan*

PENDAHULUAN

Pada akhir Desember 2016, muncul kabar yang sedemikian menakutkan bagi bangsa Indonesia. Sebanyak sepuluh juta, atau bahkan dua puluh juta, Tenaga Kerja Asing (TKA) ilegal asal Tiongkok menyerbu negeri ini. Pemerintah dianggap lamban, tidak segera tanggap, dan malah terkesan sengaja memberikan peluang agar orang-orang asing itu sengaja menguasai negara yang berdasarkan Pancasila ini. Bagaimana mungkin hal yang sangat serius serta membahayakan ini

diabaikan begitu saja oleh pemerintah? Bukankah kehadiran TKA dari Tiongkok akan menggeser tenaga kerja domestik yang tidak lain anak-anak bangsa sendiri? Bukankah TKA dari Tiongkok itu hanya menyelesaikan jenis-jenis pekerjaan kasar yang dapat ditangani oleh pekerja dari dalam negeri? Tidakkah banjir tenaga kerja dari Tiongkok menjadikan negara ini sekadar bagian dari wilayah Tiongkok?

Presiden Joko Widodo segera menampik kabar angin itu. Jokowi mengatakan bahwa jum-

lah tenaga kerja dari Tiongkok yang masuk dan keluar Indonesia sebanyak 21.000 orang. Itu pun, demikian Jokowi menegaskan, sifatnya membantu berbagai hal yang belum mampu ditangani pekerja dalam negeri. Tidak mungkin pula TKA dari Tiongkok sudi datang ke negeri ini karena secara logika, tegas Jokowi, upah yang diterima di negara mereka jauh lebih banyak. Upah mereka di Indonesia pada kisaran Rp1,5juta sampai Rp3juta. Sementara itu, di negara mereka sendiri, upah yang diterima mencapai Rp5juta. Jokowi mengatakan bahwa kabar kedatangan sepuluh juta atau dua puluh juta TKA ilegal asal Tiongkok adalah fitnah yang tidak boleh dipercayai begitu saja (Soepardi, 2016). Pada kesempatan lain, Jokowi mengatakan bahwa jumlah sepuluh juta orang yang dimaksud itu adalah target wisatawan dari Tiongkok yang akan berkunjung ke Indonesia. Karena kabar puluhan juta TKA dari Tiongkok sudah meresahkan masyarakat, Jokowi meminta kepolisian mengusut siapa penyebar berita bohong itu (Ihsanuddin, 2016). Namun, berita bohong atau hoaks itu telanjur tersebar ke mana-mana dan tidak ada seorang pun yang ditangkap polisi karena menyebarkannya. Dari kasus itu, istilah hoaks pun semakin populer.

Hoaks tidak sekadar berarti berita bohong. Hoaks adalah kebohongan itu sendiri. Berita bohong merupakan sebuah jenis penipuan sehingga layak pula untuk dikategorikan sebagai hoaks. Jika ditelusuri secara etimologis, hoaks berasal dari kata *hocus* yang berarti memainkan sebuah tipuan atau menipu, yang muncul dalam bahasa Inggris pada 1675. *Hocus* sendiri merupakan kependekan dari *hocus pocus* yang telah ada pada 1694 sebagai parodi *hoc est corpus meum* yang bermakna “inilah tubuhku.” Frasa ini ada dalam sakramen Ekaristi, dan merujuk pada roti sebagai tubuh Kristus. Mempraktikkan hoaks menjadi fenomena Pencerahan saat ilmu pengetahuan dan teknologi mengolok-olok iman lama dan pengetahuan baru (Fredal, 2014, 73–74). Dengan demikian, hoaks pada awalnya hanyalah tipuan yang dimaksudkan untuk bermain-main, bercanda, dan mencibir.

Namun, hoaks bukan sekadar olok-olok biasa, lumrah, dan apa adanya. Terdapat empat karakteristik hoaks. Pertama, hoaks merupakan

bentuk pengelabuan yang bersifat publik. Ada bentuk tipuan yang bercorak privat dan personal, dan hoaks dicirikan oleh watak publisitas dan kejahatannya. Kedua, hoaks tidak sekadar berisi berbagai teks, melainkan juga kejadian-kejadian yang “dipanggungkan.” Jadi, hoaks bukan sebagai penegasan dari aneka pernyataan palsu. Ketiga, hoaks mempunyai target khalayak tertentu yang dijadikan sebagai objek tertawaan. Keempat, hoaks berkembang dalam budaya persaingan. Budaya persaingan adalah kultur yang mendukung bentuk-bentuk publik kompetisi dan penegasan diri, khususnya keterampilan verbal individual yang bersifat tertulis atau oral yang dihargai sebagai medium interaksi kompetitif (Fredal, 2014, 76). Jadi, dalam konteks itu, hoaks memang bukan kebohongan biasa.

Hoaks kedatangan sepuluh juta atau dua puluh juta TKA asal Tiongkok mudah pula diidentifikasi karakteristiknya. Pertama, hoaks itu bersifat publik karena dilontarkan sebagai isu khusus bagi masyarakat melalui situs-situs pemberitaan tertentu. Hoaks itu bukanlah gosip yang bersifat personal seperti yang muncul dalam aneka acara *infotainment* di layar kaca. Kedua, hoaks itu berhasil “memanggungkan” persoalan yang begitu sensitif bagi rakyat, yakni kehadiran orang-orang dari Tiongkok yang berposisi “istimewa” dianggap membawa problematika. Ketiga, objek yang menjadi sasaran hoaks ini adalah sejumlah pihak, yakni pemerintah yang dianggap tidak serius mengatasi persoalan dan rakyat yang dipilih sebagai kaum awam yang ditakut-takuti. Keempat, hoaks ini memerlukan keterampilan khusus karena ada fiksi yang dikemas sebagai berita yang dianggap sungguh-sungguh ada.

Salah satu situs yang gencar menampilkan hoaks tentang kedatangan TKA dari Tiongkok adalah *Postmetro*. Dengan memasukkan kata kunci “TKA China” ke bagian pencarian situs *postmetro.info*, didapatkan sebanyak 160 pemberitaan. Materi yang dihadirkan situs ini memang sekilas mirip berita, dan boleh jadi, peristiwanya memang ada. Hanya saja karena banyak bagian yang ditambah-tambahi serta ada aspek lain yang sengaja dihilangkan, apa yang dipresentasikan ialah hoaks. Selain itu, berdasarkan kajian Komunitas Masyarakat Anti Fitnah

Indonesia, *Postmetro* merupakan sebuah situs hoaks yang dikendalikan oleh dua mahasiswa di Sumatra (Bohang, 2016). Namun, klaim atau tuduhan dari komunitas itu dapat saja dibantah oleh pembuatnya.

Dari penelusuran media lain, diketahui bahwa ada sosok bernama Abdul Hamdi Mustapa yang menggerakkan *Postmetro*. Mustapa menuturkan bahwa yang dia dan kawan-kawannya lakukan adalah “memoles” konten dengan memanfaatkan momen yang sedang menjadi sumber kegaduhan dalam masyarakat, misalnya kedatangan TKA dari Tiongkok. Supaya konten semacam itu menjadi cepat viral, dia menggunakan akun khusus dan mengikuti akun orang lain yang memiliki banyak pengikut (Hidayat, 2016). Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara, mengemukakan bahwa *Postmetro* adalah salah satu portal berita yang mempropagandakan isu membanjirnya TKA asal Tiongkok. Dengan begitu, *Postmetro* telah diawasi oleh kepolisian (*Tempo* edisi 2–8 Januari 2017, 38–39). Karena mendapat pengawasan dari kepolisian, nama situs atau domain *Postmetro* pun sering berganti-ganti, misalnya *postmetro.com*, *postmetro.co*, *pos-metro.com*, *pos-metroinfo.blogspot.co.id*, dan *postmetro.info*.

Apa yang ditampilkan *Postmetro* memang sekilas seperti berita yang dihasilkan dari praktik jurnalisme yang ketat. Namun, yang dijalankan pengelola situs ini, sebagaimana mereka akui sendiri, tidak lain sekadar “memoles” konten dari berbagai pemberitaan media lain. Saat momentum tertentu dianggap menarik untuk jenis hoaks tertentu, seperti isu kedatangan sepuluh juta atau dua puluh juta TKA dari Tiongkok, mereka pun menggelontorkan hoaks itu dengan deras. Selain itu, berbagai hoaks yang dihadirkan situs ini secara naratif memang seperti berita sebagai karya jurnalisme. Dalam hal ini, terdapat dua hal yang layak disoroti. Pertama, *mimesis*, yang berarti membangkitkan realitas dengan memanggungkannya. Sebagaimana dalam pertunjukan teater, naratif mempunyai momentum-momentum yang mengarah pada representasi yang bercorak mimetik (tiruan). Kedua, *diegesis*, yang bermakna meringkas aneka kejadian dan percakapan. Narator memiliki peran penting untuk mewarnai kejadian-kejadian yang dinarasikannya (Herman & Vervaeck, 2005, 14–16).

Hal paling menarik dalam berbagai hoaks tentang TKA dari Tiongkok yang ditampilkan *Postmetro* adalah bagian judul (*headline*). Dalam jurnalisme, judul merupakan bagian yang paling menentukan di hadapan pembaca. Ada dua fungsi judul dalam kaitannya dengan manipulasi kata-kata. Pertama, judul menyampaikan pesan yang ringkas, yakni “bacalah aku.” Kedua, mengakomodasi karakter (huruf) yang telah disediakan oleh tata letak. Dengan begitu, kata-kata yang dijadikan judul haruslah jelas dan memiliki dampak yang kuat (Burns, 2002, 133–134). Karena berfungsi menarik perhatian pembaca, judul diibaratkan sebagai “senjata paling ampuh dalam gudang amunisi” yang dimiliki jurnalis (Schaffer, McCutcheon, & Stofer, 2009, 336). Dengan kata lain, judul merupakan daya tarik pertama yang harus memikat pembaca. Jika dipahami seperti itu, hoaks pun dipenuhi aneka judul yang lebih provokatif, terlebih kalau itu memang sengaja dipakai untuk menyerang pemerintah atau menciptakan kecemasan berlebihan di masyarakat.

Contoh judul hoaks yang dihadirkan *postmetro.info* adalah *Jokowi Mulai Berlagak Pikun dan Pura-Pura Amnesia, Berlagak Tak Tahu Penyebab TKA China Serbu Indonesia* (edisi 29 Desember 2016); *Wow, BUMN Diduga Fasilitasi Ratusan TKA China Kerja di Gresik* (edisi 17 Desember 2016); *143 TKA Tiongkok Hendak Kerja di Pabrik, Diamankan Imigrasi Malang karena Tak Ada yang Punya Paspor* (edisi 30 Desember 2016); *Tenaga Kerja Ilegal asal China Jadi Isu Keamanan yang Serius* (edisi 1 Januari 2017); *Sip Mantap, Papua Barat Akan Tindak Pekerja Cina Ilegal* (edisi 18 Agustus 2016); *“Pemerintah saat ini lebih pro pekerja asing, padahal banyak rakyat yang susah mendapatkan pekerjaan”* (edisi 6 Maret 2016); atau *Gangguan Kedaulatan Sudah Tercium, Presiden Diminta Jangan Hanya Bantah Soal Jumlah TKA China* (edisi 25 Desember 2016). Tentu saja, banyak judul yang memiliki nada (*tone*) serupa.

Jadi, judul bukan sekadar bermakna teknis untuk mengajak pembaca lekas menyimak suatu pokok persoalan yang ditampilkan dalam berita atau pun hoaks. Lebih dari itu, judul menunjukkan pula bias (kecenderungan atau pemihakan) yang dilakukan oleh institusi media tertentu. Kecen-

derungan itu bisa mengarah pada gagasan ke kanan atau ke kiri, dan menjadi sumber pengaruh dalam pembentukan opini publik (Groseclose & Milyo, 2005, 305–314). Dengan begitu, judul memang secara sengaja mengarahkan khalayak untuk berpikir berdasarkan orientasi gagasan tertentu, misalnya memihak atau memusuhi pemerintah dan bisa menerima ataupun sama sekali menolak kehadiran pekerja dari Tiongkok. Terlebih lagi, isu TKA dari Tiongkok telah beredar kuat sebagai serbuan kekuatan asing yang begitu massal untuk menguasai Indonesia.

Berkenaan dengan keberadaan berbagai situs pemberitaan di internet, judul berperan vital dalam mempromosikan isi (*content*) web melalui mesin pencari dan situs-situs media sosial. Menelusuri judul-judul itu bisa dilakukan dengan memasukkan aneka kata kunci tertentu (Meraz, 2015, 37–53). Aspek lain yang terdapat pada judul ialah muatan ideologi yang disodorkan kepada pembaca. Dalam kajian terhadap berbagai judul dalam tiga surat kabar Yunani dan dua surat kabar Prancis sebelum Referendum Yunani 2015, diketahui bahwa sekalipun berbagai surat kabar itu memiliki posisi dan kepentingan yang berbeda, institusi-institusi media itu berkonvergensi pada sebuah konstruksi diskursif dan emosional yang mendukung nilai-nilai dominan pasar bebas dan doktrin kehati-hatian (Serafis & Herman, 2017). Jadi, judul tidak sekadar berfungsi secara teknis, melainkan juga mengungkap aspek filosofis.

Dalam rumusan yang lebih eksplisit, judul menunjukkan bagaimana sebuah isu atau kejadian dibingkai dalam perspektif tertentu. Melalui judul itu pula, aneka praktik pembingkai (*framing*) dapat dilacak. Pembingkai dapat diartikan sebagai mensimplifikasi, memprioritaskan, dan menstrukturkan alur naratif peristiwa (Norris, Kern, & Just, 2003, 10–11). Peristiwa yang kompleks dikemas secara lebih sederhana. Isu-isu yang bertumpah tindh diberikan urutan penanganan. Penceritaan disampaikan dalam alur yang lebih mudah dipahami. Di samping itu, *framing* merupakan teknik bagi media dalam menekankan perspektif ideologi tertentu dan memanipulasi hal-hal menonjol yang mengarahkan orang pada gagasan tertentu seraya mengabaikan gagasan-gagasan lain (Kendall, 2011, 5). Demikian pula

beberapa judul dari berbagai hoaks yang ditampilkan *Postmetro* memiliki orientasi ideologi dan *framing* tertentu.

Kajian terhadap hoaks TKA dari Tiongkok yang ditampilkan *Postmetro* ini dimaksudkan untuk mengetahui dua hal. Pertama, keberadaan hoaks sebagai produk “jurnalisme tambal sulam” yang bisa menjadi viral dalam *cyberculture*. Kedua, hoaks TKA dari Tiongkok sebagai bentuk kecemasan berlebihan yang sengaja dibingkai untuk menciptakan kepanikan moral dan kehadiran sosok musuh bersama yang harus diperangi, diusir, dan bahkan dilenyapkan.

“JURNALISME FRANKENSTEIN”

Pada era digital ini, monster Frankenstein menunjukkan kehadirannya. Bukan dalam wujud yang menyeramkan, melainkan dalam praktik-praktik jurnalisme yang dijalankan kalangan wartawan. Istilah “jurnalisme Frankenstein” tentu saja merujuk pada sosok Victor Frankenstein yang ambisius ingin merangkai bagian-bagian tubuh yang telah mati menjadi sosok yang hidup. Praktik yang dilakukan Frankenstein menggunakan bagian-bagian tubuh manusia dan binatang untuk membentuk makhluk yang dikehendaknya. Demikian pula langkah-langkah yang ditunjukkan kalangan jurnalis, yakni merangkai berbagai pernyataan dari sumber-sumber di media sosial yang meragukan. Ada dua persoalan penting yang menjadi pertanyaan berikutnya bagi jurnalisme, sebagaimana yang dihadapi monster Frankenstein. Pertama, bagian-bagian tubuh itu berasal dari mana saja? Kedua, jenis kehidupan apa yang dijalannya? Konsekuensi dari “jurnalisme Frankenstein” ialah jurnalis hanyalah melakukan replikasi terhadap apa yang telah dijalankan orang lain. Di ruang pemberitaan digital, jurnalis memainkan peran Tuhan dengan mempraktikkan reanimasi berita-berita dari pihak kedua untuk diberi sudut pandang dengan kehidupan yang baru (Duffy, Tandoc, & Ling, 2017, 1–15). Jadi, “jurnalisme Frankenstein” adalah cemoohan yang telak bagi kalangan jurnalis pemalas yang dimanjakan teknologi digital.

Praktik-praktik produksi hoaks yang dilakukan *Postmetro* itulah yang jauh lebih tepat dianggap sebagai menjalankan “jurnalisme

Frankenstein.” Tanpa bersusah payah melakukan reportase, orang-orang yang bekerja di balik situs hoaks ini sekadar mengambil belaka dari berita-berita yang dibuat oleh para jurnalis lain. Mereka tidak lebih sebagai “tukang poles” bagi berita-berita yang telah ada. Mereka menghidupkan bagian-bagian tubuh pemberitaan untuk menjadi kemasan yang terkesan baru, yang tidak lain adalah hoaks. Lebih tepat jika dikemukakan bahwa hoaks merupakan praktik parasitis terhadap genre lain yang telah ada, sebagaimana dikemukakan Walsh (2006). Serupa dengan benalu yang hidup subur pada tubuh tanaman induk yang disedot sari pati gizinya, itulah pula yang dilakukan hoaks. Para pembuat hoaks tidak mampu hidup tanpa mendapatkan nutrisi dari berita-berita yang dihasilkan para jurnalis lain. Hoaks tidak bisa dilepaskan dari berita-berita arus utama (*mainstream*) yang telah ada. Hoaks hanya mengikuti agenda pemberitaan yang dijalankan oleh jurnalis yang sebenarnya.

Figur Frankenstein memang sesuai sebagai metafora bagi aksi-aksi yang serupa dengan monster itu. Frankenstein merupakan penguatan metafora yang memberikan peringatan tentang norma-norma manusia, produksi estetika, kuasa ilmiah, dan aneka visi tentang masa depan (Botting, 2003). Jadi, hoaks ialah realisasi “jurnalisme Frankenstein” yang paling vulgar. Proses produksinya adalah merangkai sejumlah potongan dari hasil mutilasi tubuh berita atau apa saja yang dianggap layak sebagai berita. Hasil dari hoaks diarahkan untuk menciptakan perasaan ngeri, takut, dan serba meneror. Lain halnya dengan sinema. Jika Frankenstein itu diolah sebagai rangkaian film horor yang sekadar mengejar nilai-nilai komersial, efek menakutkan yang ditimbulkannya akan membosankan. Orisinalitas Frankenstein pun lenyap (Dixon, 2017). Namun, tidak demikian halnya dengan “para Frankenstein” yang memproduksi hoaks yang menyaru sebagai produsen karya-karya jurnalisme. Mereka terus memberi efek menakutkan dan kengerian dalam hoaks. Sebabnya adalah hoaks ini secara kontinu mengikuti isu-isu aktual di masyarakat.

Berikut ini sejumlah judul hoaks yang ditampilkan *Postmetro* untuk menunjukkan betapa mengerikannya TKA dari Tiongkok. Isu

itu bahkan dikaitkan pula dengan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), pejabat publik beretnis Tionghoa dan non-muslim, yang ketika itu menjadi target demonstrasi massa dalam isu penodaan agama. Judul-judul hoaks tersebut adalah *Benang Merah Masuknya Ribuan TKA China dengan Arogansi Ahok yang Semakin Di atas Angin* (edisi 25 November 2016); *[Video] Terkait Migrasi TKA Asal China. Belajarlah pada Nasib Angola Saat ini, Dikuasai dengan Alasan Investasi & Infrastruktur* (edisi 17 September 2016); *[Video] Oalah, Menu Warung Makan di Morosi Sulawesi Tenggara Gunakan Huruf China* (edisi 4 Januari 2017); atau *Beredar Video Pekerja China Ajak Berantem dengan Pekerja Lokal* (edisi 15 Desember 2016). Aneka judul yang memberi efek monster Frankenstein adalah hoaks yang bahannya diambil dari mana-mana, misalnya status panjang di Facebook, pemberitaan stasiun televisi, dan rekaman yang dipungut dari situs tertentu.

Sekalipun sumbernya tidak jelas dan semuanya sekadar jahitan dari berbagai bagian tubuh yang dimutilasi, hoaks semacam itu menjadi viral. Secara sederhana, viral (*going viral*) adalah penyebaran yang begitu cepat dari konten tertentu di internet. Hal ini secara epidemiologis mengacu pada virus tertentu yang menginfeksi lebih dari satu subjek, kemudian ditularkan kepada subjek lainnya (Lister, dkk., 2009, 200–202). Yang terjadi pada hoaks juga seperti itu. Ketika sebuah hoaks berhasil menginfeksi sebuah akun tertentu di media sosial, akun itu segera memberi tanda menyukai dan sengaja menyebarkannya kepada pihak lain dalam hitungan yang sebegitu cepat. Itulah yang dinamakan pesan tertentu menjadi viral. Hoaks sangat mungkin menjadi viral ketika tema yang disajikan menciptakan suasana penuh kegentingan, serba memberikan rasa penasaran, dan terdapat situasi yang mencekam akibat kehadiran pihak lain yang selama ini dianggap sebagai penyakit mematikan.

Hal itu berbeda dengan kasus yang terjadi di Norwegia. Kajian yang dilakukan di Norwegia terhadap Facebook dan Twitter, memperlihatkan bahwa berbagai komentar untuk berita dengan tema yang lebih “lembut” ternyata lebih sering dibagikan daripada tema-tema berita yang lebih

“keras.” Dalam hal ini, berita yang sensasional dan berkaitan dengan selebritis memiliki efek viral yang kuat (Kalsnes & Larsson, 2017). Tentu saja fenomena ini berlainan dengan persoalan yang terjadi di Indonesia. Negeri yang makmur dan nyaman pasti menghadapi problem yang berbeda dengan negeri yang masih diliputi persoalan kesenjangan penghasilan. Hal lain yang dapat dikemukakan adalah negeri yang toleran dan tidak memiliki ketakutan dengan kehadiran pihak lain (asing), sementara dengan negeri yang tidak toleran akan serba curiga dengan apa yang diposisikan asing. Kajian lain memperlihatkan bahwa konten yang menimbulkan perasaan positif yang tinggi (keterpesonaan) atau emosi-emosi negatif (kemarahan atau kecemasan), ternyata memang lebih mudah menjadi viral. Hal ini karena viralitas tidak hanya ditentukan secara psikologis, melainkan juga secara fisiologis (Berger & Milkman, 2011). Mengapa kasus-kasus hoaks yang menunjukkan karakter monster Frankenstein menjadi viral? Hal ini karena konten yang ditampilkan ialah unsur-unsur yang mendorong kemarahan dan kecemasan.

Aspek oposisional hoaks yang bercorak monster Frankenstein adalah hoaks yang jenaka dan mengolok-olok berbagai pihak dalam sepakbola. Selain menjadi viral dan populer, yang menjadi fenomena dalam hoaks ini adalah bahwa lembaga media ternama, seperti BBC, pun ikut terkena. Hoaks tersebut terjadi pada 2008 saat Masal Bugdub, yang disebut sebagai pemain sepakbola berusia 16 tahun dari Moldova, berhasil mewujudkan mimpinya di dunia sepakbola. *The Times* dari London menempatkannya pada peringkat ke-30 *Football's Top 50 Rising Stars* dan dia dilaporkan akan dikontrak Arsenal, sebuah klub dari Inggris. Bugdub bahkan digambarkan selevel dengan Wayne Rooney dan sosoknya menjadi daya tarik tersendiri dalam dunia sepakbola.

Hoaks itu berhasil dibongkar karena pembuatnya memasukkan beberapa petunjuk dalam laporan yang dibuat-buat itu. Petunjuk pertama adalah nama Masal Bugdub sendiri. Nama itu berasal dari cerita pendek yang berjudul *M'Asal Beag Dubh* karya penulis Irlandia, Pdraic O'Conaire. O'Conaire berasal dari Galway, yang diperkirakan sebagai Galwaygooner, daerah asal

Bugdub. *M'Asal Beag Dubh* berasal dari bahasa Irlandia yang berarti *My Little Black Donkey* dan cerpen ini mengisahkan tentang seseorang yang tertipu karena membayar harga mahal untuk keledai yang di bawah standar. Laporan palsu tentang Bugdub sebagai pemain hebat pertama kali muncul di surat kabar Moldova, *Mo Thon*. Dalam bahasa Irlandia, *Mo Thon* diterjemahkan sebagai *my arse* atau pantatku. Tim yang paling diasosiasikan, tentulah, Arsenal. Itulah sejumlah petunjuk yang bisa dipakai untuk membongkar hoaks tersebut (Burroughs & Burroughs, 2011). Hoaks itu memang dimaksudkan sebagai cara untuk mencemooh, mengolok-olok, dan menertawakan para penggemar sepakbola.

Hoaks yang menyaru sebagai berita serius yang ditayangkan stasiun televisi terjadi saat La Une, kanal pertama penyiaran publik RTBF berbahasa Prancis di Belgia, menginterupsi program reguler pada 13 Desember 2006, untuk menayangkan “akhir dari Belgia seperti kita mengetahuinya.” Tujuan utama hoaks itu adalah memancing reaksi komunitas Walloon (*in-group*) sehingga memantik debat publik tentang masa depan Belgia. Apa yang bisa dilihat ialah pencampuran representasi fiksi dan kehidupan nyata untuk mengungkapkan bagaimana penyiaran yang dibuat Walloon menyamakan konstruksi identitas Flemish (*out-group*).

Gambaran yang tersaji pada hoaks itu adalah identitas Flemish dikonstruksikan sebagai “nasional,” dan identitas Walloon sebagai “regional.” Flemish dihadirkan sebagai pihak yang memiliki hasrat kuat untuk pendirian negara merdeka, yang didasarkan kesamaan sejarah budaya dan kesamaan bahasa. Mereka berkomitmen membangun dan mengendalikan kekuasaan ekonomi yang kuat. Sebaliknya, Walloon direpresentasikan sebagai entitas regional; apakah sebagai bagian dari Prancis atau “Belgia residual.” Walloon berakar pada *folklore* lokal. Kesetiannya pada masyarakat dan bahasa merupakan hal yang utama, dan dasar rasional diekspresikan dalam perhatiannya pada ekonomi di depan kebudayaan (van Drom, 2010). Hoaks ini adalah sebetulnya provokasi politik yang secara sengaja memercikkan isu-isu nasionalisme untuk memperlihatkan bahwa Walloon lebih baik dan Flemish buruk.

Bagaimana mungkin para jurnalis terlibat menyebarkan hoaks dan sengaja sudi dibohongi hoaks? Jurnalis memang selayaknya dan seharusnya menunjukkan sikap kecurigaan tanpa henti. Itulah yang disebut sebagai skeptisisme praktis atau verifikasi-silang. Hal ini bukan sekadar salah satu alternatif cara untuk memperoleh pengetahuan, melainkan hal yang wajib dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan (Godler & Reich, 2015). Skeptisisme berarti tidak sekadar percaya begitu saja dengan siapa pun yang menceritakan kejadian tertentu. Skeptisisme juga berlaku untuk menghadapi tulisan yang berformat berita sekalipun. Ketika jurnalis percaya begitu saja dengan berbagai situs pemberitaan atau ensiklopedia umum, seperti Wikipedia, kemungkinan untuk dibohongi pun masih tetap ada.

Gejala yang unik adalah ternyata media sendiri memiliki tradisi menggulirkan hoaks. Hal ini lazim dijalankan jurnalis pada peristiwa tahunan April Mop. Pada momentum itu, jurnalis yang menjadi wasit kebenaran secara sengaja membohongi khalayaknya (Smith, 2009). Apa yang terjadi dalam kejadian itu adalah jurnalis memang bermaksud ingin bermain-main dengan fakta. Tentu saja jurnalis secara terbuka mendeklarasikan bahwa dia sengaja membohongi khalayaknya. Maksud yang terkandung di balik itu semua adalah bercanda, bergurau, dan memang berorientasi untuk mengolok-olok khalayak. Jadi, wajar jika ada dugaan bahwa selain pada kejadian April Mop, jurnalis telah menjalankan hal serupa, tetapi sengaja disembunyikan di hadapan para pihak yang berkepentingan dengan fakta yang ditampilkan media.

Jika permainan kebohongan itu terjadi, pasti akan terbongkar juga—sekalipun yang melakukannya adalah media besar yang sudah terkenal dan begitu dipercayai khalayak. Kebohongan justru akan menghancurkan reputasi mereka. Hal yang selalu dipertaruhkan dalam bisnis jurnalisisme adalah sikap jujur dan terbuka terhadap fakta. Jika selama ini jurnalis dianggap sebagai garda terdepan yang menjaga fakta agar benar-benar suci, tentu reputasi itu harus terus dipertahankan. Ketika jurnalis menjalankan fabrikasi (menciptakan karangan/fiksi untuk dijadikan fakta), artinya jurnalis itu sengaja menghancurkan

kan kredibilitas yang selama ini telah dibangun. Jurnalis yang dengan sengaja mencampurkan berbagai fakta tanpa menjalankan pengecekan ke lapangan—walaupun hanya sekali dilakukan—pasti akan terendus juga. Hal ini karena jurnalis yang menjalankan tindakan-tindakan lancung tersebut akan membuat pengakuan kepada pihak lain di luar komunitas jurnalis itu sendiri.

Harus dimengerti bahwa jurnalisisme tidak berkenaan dengan fakta secara telanjang. Maksudnya, jurnalisisme bukanlah wacana deskriptif, melainkan wacana performatif. Jurnalisisme bukan sekadar melukiskan kejadian-kejadian, melainkan lebih pada menampilkan kejadian-kejadian (Broersma, 2010). Ada yang mengatakan bahwa “fakta itu suci” sehingga tidak bisa dan memang tidak boleh dipertainkan. Objektivitas dan netralitas menjadi jargon yang diusung untuk membenarkan dalil tersebut. Persoalannya, ketika jurnalis memilih fakta-fakta tertentu, bukankah jurnalis telah “menistakan” fakta itu dengan tendensi-tendensi tertentu, baik atas nama kepentingan publik maupun atas nama jurnalisisme itu sendiri? Lebih tepat jika dikemukakan bahwa ketika jurnalis mengklaim mampu menuliskan fakta sebenarnya, seketika itu pula jurnalis sudah memberikan penilaian terhadap kejadian yang diklaim faktual itu sendiri. Fakta tidak bisa dilepaskan dari nilai. Deskriptif pasti mengandaikan performatif.

Kasus hoaks Masal Bugdov dan hoaks yang menyamar sebagai berita televisi tentang Walloon versus Flemish di Belgia tentu saja berbeda dengan *Postmetro* yang secara sengaja memproduksi hoaks. Melampaui itu semua, *Postmetro* sendiri telah dianggap sebagai situs penyebar hoaks. Jika para pengelola *Postmetro* menolak keras dianggap sebagai produsen hoaks, pasti mereka segera menjalankan kewajiban jurnalis memperlihatkan akurasi, menampilkan kredibilitas, dan bertindak jujur (Lowe, 2012). Hoaks yang demikian deras diproduksi, disebar, dan dikonsumsi hanya mungkin terjadi pada konteks *cyberculture*. Sebelum era digital, sulit untuk menghasilkan, mendiseminasikan, dan mencerna hoaks karena ditentukan oleh reproduksi mekanis. Pada era digital, semakin cepat suatu karya dihasilkan, semakin banyak pula salinannya direproduksi

(Bruce, 2000). Akibatnya, orisinalitas dan kejujuran tidak lagi menjadi perhatian. Berita benar atau hoaks dianggap serupa belaka karena semuanya adalah keterampilan memilin kata-kata saja.

Cyber culture dimaknai sekadar sebagai ketersediaan ruang publik yang kondusif bagi jaringan-jaringan progresif dan gerakan-gerakan sosial alternatif yang menentang pemegang otoritas (Norris, 2001, 195–216). Sikap asal melawan kekuasaan, dengan cara apa saja, termasuk menyebarkan hoaks, dianggap sebagai militansi di dunia virtual. Sebenarnya, *cyberculture* adalah “... sebuah cara berpikir tentang bagaimana manusia dan teknologi-teknologi digital berinteraksi” (Bell, 2007, 5). Namun, harus diakui bahwa *cyberspace*, sebagai nama lain dan bagian dari *cyberculture*, dikhawatirkan meningkatkan kemungkinan untuk menjalankan pengelabuan. Artinya, aksi-aksi penipuan dan hoaks terjadi akibat semakin surutnya interaksi secara langsung atau *face to face* (diringkas sebagai F2F) (Bell dkk, 2004, 68). Apabila itu yang terjadi, mungkin saja makin banyak orang yang bertindak layaknya Victor Frankenstein pada era digital. Hal ini serupa dengan berbagai hoaks *Postmetro* yang merupakan reanimasi potongan-potongan tubuh pemberitaan dari media apa saja yang memang sengaja diarahkan untuk menciptakan ketakutan.

KEDATANGAN PARA PENGANCAM

Banyak judul yang ditampilkan *Postmetro* menunjukkan bahwa TKA asal Tiongkok merupakan bahaya yang serius bagi warga negara Indonesia. Tidak hanya itu, secara eksplisit judul-judul *Postmetro* memosisikan TKA dari Tiongkok sebagai pengancam yang datang untuk meminggirkan tenaga kerja dalam negeri. Cara yang dilakukan *Postmetro* adalah dengan memberi penekanan langsung pada problematika yang sedang menjadi sorotan dan memuat pernyataan dari pihak-pihak yang dianggap memiliki otoritas. Beberapa judul yang dimaksud adalah *Waspada! TKA Ilegal, Imigrasi Madiun Pantau Pekerja Cina di Proyek Nasional* (edisi 26 Juli 2016); *Merasa Terancam dengan TKA China, KSPI Minta DPR Bentuk Pansus* (edisi 16 Januari 2017); *Guru Besar UI: Pemerintah Juga*

Perlu Evaluasi TKA Legal China yang Posisinya Bisa Dikerjakan Pekerja Lokal (edisi 8 Januari 2017); *DPRD Kaltim: Warga Di sini Banyak yang Menganggur, Kenapa Malah Datangkan TKA Cina* (edisi 24 Desember 2016); *Bebas Visa kepada Cina Lebih Banyak Mudharatnya* (edisi 25 Desember 2016); *Fadli Zon: Banjir TKA Asal China Harus Diwaspadai, Apakah Visa Mereka Visa Kerja atau Visa Turis* (edisi 17 Oktober 2016); *Marak TKA Ilegal Hingga Narkoba ‘Made In China’, Komisi IX: Jika Diperlukan Dewan Gunakan Interpelasi* (edisi 24 Desember 2016); *Soal Pekerja Kasar Asal Cina, Ketua PBNU: Kita saja Banyak Pengangguran, Kok Orang Asing Disuruh Kerja* (edisi 30 Desember 2016); atau *Komisioner Ombudsman: TKA Cina Bisa Bawa ‘Invisible Mission’ Porak-Porandakan Kedaulatan RI* (edisi 22 Desember 2016).

Berbagai judul yang ditampilkan *Postmetro* menandakan penggunaan bahasa moral yang demikian eksemplifikasi untuk memperlihatkan situasi kepanikan moral (*moral panics*). Dalam situasi kepanikan moral, ekspresi yang muncul adalah bahasa kewargaan, komunitas, dan “pertanggungjawaban warga” atau bahasa yang memberi penekanan pada tatanan moral yang lebih berisi kewajiban daripada hak. Gejala itu disebut “proyek linguistik” untuk meredefinisikan bentuk kesadaran warga, yang memuat kecemasan publik (Hunt, 1997). Berbagai judul itu boleh jadi merupakan jeritan perasaan masyarakat bawah yang mengalami pemiskinan. Persoalannya, mengapa jeritan itu harus meminjam mulut sejumlah narasumber yang diklaim mewakili publik? Apa yang digulirkan *Postmetro* ialah penciptaan kepanikan moral dengan menghadirkan isu TKA asal Tiongkok. Keberadaan pihak asing yang dianggap berlebihan itu dianggap sebagai ancaman.

Bagaimana kepanikan moral secara konseptual relevan untuk mengungkap *hoax* yang diproduksi secara deras oleh *Postmetro*? Kepanikan moral, sebagaimana diuraikan Cohen (2002), pada awalnya adalah kerangka berpikir untuk menyoroti budaya kaum muda (*youth culture*) yang secara sosial dianggap mengancam tatanan yang telah mapan. Pada 1964, terdapat dua kelompok pemuda yang terlibat dalam pertikaian. Kelompok pertama adalah The Mods

yang mengendarai Vespa. Kelompok kedua adalah The Rockers yang mengendarai sepeda motor. Liputan media massa yang begitu luas dan berlebihan menghadirkan ketakutan bagi publik sehingga melahirkan kepanikan moral. Kelompok-kelompok pemuda itu dipandang telah melakukan penyimpangan sosial (*social deviation*) yang serius. Hal yang ditakutkan adalah perilaku mereka yang tidak senonoh itu akan menjalar kepada kelompok-kelompok sosial lainnya. Selain itu, aturan-aturan sosial yang telah memberikan kemaslahatan dikhawatirkan akan mengalami goncangan.

Cohen menegaskan bahwa masyarakat sekarang atau nanti akan menjadi subjek kepanikan moral. Kepanikan moral sendiri, menurut Cohen, adalah:

...sebuah kondisi, episode, orang, atau kelompok orang yang muncul untuk didefinisikan sebagai sebuah ancaman bagi nilai-nilai dan kepentingan-kepentingan masyarakat; biasanya dihadirkan dalam gaya yang distilisasikan dan stereotipikal oleh media massa; barikade-barikade moral diawaki oleh para editor, para uskup, kaum politisi dan orang-orang yang berpikiran-kanan; kalangan pakar yang diakui secara sosial mengemukakan diagnosis-diagnosis dan solusi-solusi mereka; cara-cara mengatasi masalah dikembangkan atau (sering kali) dipaksakan; kondisi tersebut kemudian hilang, tenggelam atau memburuk dan menjadi gampang dilihat (Cohen, 2002, 1):

Konsep kepanikan moral tidak saja digunakan dalam kehidupan kaum muda, melainkan juga dalam perpolitikan. Dalam hal ini, isu yang digunakan untuk kepanikan moral adalah membajirnya TKA dari Tiongkok dan pemerintah yang dianggap mengabaikan, bahkan berpihak terhadap orang-orang asing yang didudukkan sebagai pengancam serius itu.

Hal lain yang dapat dikemukakan adalah kepanikan moral tidak datang secara otomatis. Kepanikan moral bisa direkayasa dan bahkan sengaja dibuat dengan agenda yang penuh muatan kepentingan. Melalui sudut pandang ini, Goode dan Ben-Yehuda (2009) mengemukakan tiga model kepanikan moral. Pertama, model akar rumput (*grassroots model*). Dalam model ini, kepanikan lazim muncul dalam kehidupan publik karena keprihatinan publik dapat dirasakan

secara luas. Sekalipun boleh jadi keliru, telah muncul perasaan bahwa nilai kemasyarakatan sedang berada di bawah ancaman. Aneka ekspresi keprihatinan hadir secara lebih terorganisasi atau terspesialisasi pada sektor-sektor tertentu (media, politisi, kelompok-kelompok aksi politik, penegak hukum) untuk menampilkan manifestasi keprihatinan yang meluas. Kedua, model yang direkayasa elite (*elite-engineered model*). Artinya, pihak elite yang sedang berkuasalah yang menyebabkan, menciptakan, merekayasa, atau mengorkestrasikan kepanikan moral. Anggota-anggota kelompok yang paling kaya dan paling berkuasa secara sadar melakukan berbagai kampanye untuk menimbulkan dan menjaga keprihatinan, ketakutan, dan kepanikan publik. Namun, isu-isu yang diembuskan dipandang tidak membahayakan bagi publik secara keseluruhan. Ketiga, teori kelompok kepentingan (*interest-group theory*) yang menunjukkan bahwa kepanikan moral atas sebuah isu tertentu dikemukakan oleh kelompok kepentingan tertentu. Kepentingan publik mungkin saja mendapatkan momentum yang tepat dalam wilayah ini. Namun, tidak demikian halnya dengan kalangan elite yang berkuasa. Pertanyaan dalam kepanikan moral yang diembuskan oleh kelompok kepentingan adalah siapakah yang akan mendapatkan keuntungan. Siapa yang menjadi pemenang jika isu tertentu diperkenalkan sebagai ancaman bagi masyarakat? Siapa pula yang tetap akan kukuh berdiri untuk memetik hasilnya?

Pada kasus hoaks yang dihadirkan *Post-metro*, model kepanikan moral yang digunakan adalah teori kelompok kepentingan. Jika dilihat dari aneka judul yang ditampilkan, kelompok ini menyerang pemerintah secara agresif. Bila kelompok ini dikatakan sebagai penyuar golongan akar rumput, hal itu tidak tepat. Pihak yang terlibat dalam pembuatan hoaks ini adalah sejumlah mahasiswa yang memang sengaja menempatkan diri sebagai pihak oposisi terhadap rezim Jokowi. Jadi, isu apa saja, tidak terkecuali TKA asal Tiongkok, akan dijadikan amunisi untuk menyerang pemerintah. Jika kelompok ini menyuarakan aspirasi golongan akar rumput, hal itu sekadar pembener untuk menentang kebijakan-kebijakan elite yang sedang berkuasa. Selain itu, bahasa moral yang mereka gunakan

memperlihatkan aneka diksi yang spesifik digunakan oleh kelompok kepentingan.

Kelompok ini juga memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk menebarkan hoaks. Harus diberikan penegasan bahwa kehadiran media baru (*new media*) memberi peluang yang besar bagi kelompok tertentu untuk menyerang siapa saja yang tidak disukai dan dikehendaki. Budaya memermalukan adalah ekspresi kepanikan moral akibat kekecewaan yang mendalam secara politis. Aspek lain yang bisa dikemukakan ialah kelompok ini juga memiliki kesadaran secara politis yang mengkarakterisasikan kehidupan kontemporer (Ingraham & Reeves, 2016). Jadi, kelompok mahasiswa ini harus diberikan apresiasi karena kritis dalam isu-isu politis. Hanya saja, karena teknik yang digunakan untuk menyerang pemerintah adalah menebarkan hoaks di media digital, cara-cara kotor pun dibenarkan. Inilah kontradiksi etis yang sulit diterima.

Kepanikan moral kontemporer yang terjadi sejalan dengan perkembangan teknologi Web 2.0 memberi kemungkinan bagi orang awam sekalipun untuk memproduksi berita. Lebih dari itu, hubungan antara produsen dan konsumen berita pun mengalami kekaburan (Hughes dkk, 2011). Itu pula yang dijalankan orang-orang yang berada di balik *Postmetro*. Mereka tidak pernah melakukan reportase sebagaimana lazimnya jurnalis bekerja mengemas fakta untuk dijadikan berita. Apa yang mereka lakukan, sekali lagi, sekadar melakukan “polesan-polesan” terhadap berita-berita yang telah diproduksi oleh media arus utama. Kemampuan *Postmetro* untuk mengendus isu-isu aktual menjadikan kepanikan moral yang ditampilkan memiliki nilai jual. Jadi, terdapat sisi lain dari dilejtkannya kepanikan moral dalam isu tertentu, yakni aspek ekonomi politik. Dalam hal ini, ada pertautan kepentingan yang tidak dapat dipisahkan, yakni jalinan antara kekuasaan, kepentingan material, dan kebudayaan (Cricher, 2011). Kenyataan ini terlihat saat situs *Postmetro* mendapatkan banyak limpahan iklan. Hal ini berarti berbagai hoaks, terlebih lagi yang berkenaan dengan isu peka tentang membanjirnya TKA dari Tiongkok, diakses oleh banyak pemakai internet.

Awal kehadiran internet di Indonesia memang menimbulkan kepanikan moral tersendiri. Lim (2013) yang cara membaca secara kritis

buku-buku yang membahas tentang internet, mengungkap bahwa pertumbuhan internet dan media sosial tidak sekadar mengubah secara radikal cara kita memproduksi, mengonsumsi, dan berinteraksi satu dengan yang lain, melainkan juga???. Pada abad ke-21, internet telah beredar selama lebih dari satu dekade di Indonesia. Lebih dari 45 juta orang (saat itu), terutama kalangan muda, telah mengakses internet. Kepanikan moral terjadi manakala internet dikaitkan dengan *cyberporn*, *cybercrime*, dan “sisi-sisi gelap” lainnya. Hal ini lebih disebabkan kalangan muda memakai internet untuk menantang norma-norma yang telah mapan dari kelompok-kelompok dan pemerintah yang berkuasa. Selain itu, bagi kalangan muda, internet menyediakan kegembiraan, peluang, harapan, dan, kadang-kadang, sensasi. Namun, setelah kajian literatur tersebut, bukan masyarakat yang mengalami kepanikan moral akibat kehadiran internet, melainkan segelintir orang menampilkan kepanikan moral dengan memproduksi hoaks.

Salah satu elemen kepanikan moral yang berhasil ditampilkan *Postmetro* adalah kedatangan para pengacau yang dianggap telah melenceng dari ikatan-ikatan tradisional yang ideal tentang kebangsaan (David dkk, 2011). Itulah gambaran atau imajinasi buruk tentang makin banyak orang Tiongkok yang ingin menguasai kekayaan Indonesia. Keadaan masyarakat yang serba terbuka pada satu sisi, dan keberadaan media pada sisi lain, menjadikan media tidak mungkin terlepas dari masyarakat. Dalam konteks itu, realitas sosial dialami melalui bahasa, komunikasi, dan citraan. Makna-makna sosial dan perbedaan-perbedaan sosial, tak terhindarkan lagi, terikat dengan representasi (McRobbie & Thornton, 1995). Apa yang terjadi kemudian adalah makna-makna sosial tentang membanjirnya pengacau dari negeri asing dan kesenjangan hidup di antara warga yang miskin dengan warga yang kaya dikemas sebagai kepanikan moral.

Siapa pun pihak yang mencuatkan ketakutan, memahami benar bahwa kepanikan moral akan selalu hadir dalam masyarakat risiko (*risk society*). Hal ini karena dalam masyarakat yang makin termodernisasi terdapat persoalan produksi kekayaan dan bagaimana mendistribusikannya. Semakin masyarakat mengalami

modernisasi, semakin tinggi pula risiko yang diproduksi masyarakat tersebut, dan anggota masyarakat semakin menyadari risiko yang bakal terjadi (Thompson, 2005, 21–22). Hal yang perlu mendapat sorotan adalah mengapa problem produksi dan distribusi kekayaan selalu terkait dengan manusia yang berasal dari Tiongkok. Mereka seakan-akan menjadi kekuatan sosial yang sedemikian agresif menyedot kekayaan alam orang lain. Sosok sosial ini bahkan dianggap mengeksploitasi sesama warga Indonesia. Dalam situasi demikian, muncul retorika para pejabat negara yang berpikiran sempit, etnosentristik, dan memperlihatkan watak xenophobia. Mereka mengatakan bahwa persoalan itu hanya dapat diatasi kalau wujud sosial yang asing (dan “aseng”) itu dilenyapkan saja.

Dengan merujuk pada gagasan Critcher (dalam Allan, 2005, 177–187) melihat keterkaitan jurnalisme dengan kepanikan moral, berbagai hoaks yang ditampilkan *Postmetro* menunjukkan bagaimana kedatangan TKA dari Tiongkok dianggap sebagai menimbulkan masalah karena dinilai sebagai pengancam bagi rakyat Indonesia dalam memperoleh pekerjaan. Selain itu, TKA dari Tiongkok itu diberi label pendatang ilegal yang mempunyai agenda atau misi terselubung menghancurkan Indonesia. Agenda yang ditampilkan dalam judul dari aneka hoaks itu ialah pemerintah harus segera menghentikan kedatangan TKA dari Tiongkok. Hal yang paling menonjol adalah *Postmetro* sengaja menampilkan aneka pernyataan dari kalangan yang diposisikan mempunyai otoritas, misalnya aktivis buruh, dosen, tokoh keagamaan, dan anggota Dewan Perwakilan Rakyat, untuk memberikan kecaman keras bagi pemerintah yang membiarkan kedatangan para pengancam itu.

MELAKNAT SETAN RAKYAT

TKA dari Tiongkok pada akhirnya tidak hanya diposisikan sebagai pengancam yang menakutkan, melainkan juga sebagai setan rakyat (*folk devil*). Cohen (2002) menggambarkan setan rakyat secara ringkas sebagai anggota masyarakat yang memang harus dihindari. Setan rakyat merupakan sosok pengingat yang terlihat jelas dan kita tidak boleh menjadi seperti figur yang buruk itu.

Namun, hasil studi yang memperlihatkan bahwa tidak setiap kepanikan moral memunculkan setan rakyat. Setan rakyat bisa saja muncul, meskipun tidak terjadi kepanikan moral. Setan rakyat merupakan nama untuk sosok yang dianggap jahat (Hayle, 2013). Hanya saja, harus dimengerti bahwa pada setiap era pastilah terjadi kepanikan moral. Sosok setan rakyat muncul berganti-ganti sesuai keadaan pada setiap zaman. Mereka bisa saja bersosok sebagai kalangan pembunuh, pelaku pedofilia, dan lain-lain (Marsh & Melville, 2011). Sosok yang diposisikan sebagai setan rakyat itu bisa saja orang-orang yang terlibat dalam kejahatan kerah putih (*white-collar crime*), yakni mereka yang bekerja di perusahaan besar (Levi, 2008). Dalam masyarakat yang masih begitu dibelit persoalan lapangan pekerjaan, figur setan rakyat paling mudah dituduhkan kepada mereka yang sama-sama sebagai pekerja. Posisi mereka adalah buruh juga.

Beberapa judul yang ditampilkan oleh *Postmetro* yang menunjukkan bahwa TKA asal Tiongkok dipandang sebagai setan rakyat adalah *TKA Asal China Mau ‘Ngerampok’ Kekayaan Alam Indonesia* (edisi 23 Desember 2016); *#IndonesiaKu, Sama-Sama Buruh Kasar; Buruh China Digaji 15juta, Pekerja Lokal Anak Negri Sendiri 2Juta Sebulan!* (edisi 3 Agustus 2016); *“Investasi Komunis Cina Bermasalah, karena 84% Rakyat RI Tolak Komunis Secara Absolut”* (edisi 8 Januari 2017); *Di Bali. Kerja Sama-sama Kuli, Buruh China Impor Digaji Rp200rb/hari, Buruh Lokal Hanya 60rb* (edisi 5 Februari 2016); *Apa Maksud WN China Tanam Cabai Mengandung Bakteri Berbahaya di Bogor?* (edisi 9 Desember 2016); *Tenaga Kerja Asal China Terancam Pidana* (edisi 18 Agustus 2016); *Angka Pengangguran Meningkat, Serbuan TKA China Ancam Perekonomian Bangsa* (edisi 5 Januari 2017); *Perusahaan Penyalur PSK Impor Dari China Harus Ditindak Tegas* (edisi 4 Januari 2017); *TKA China Ilegal Jadi Ancaman Kaum Buruh* (edisi 2 Mei 2017); *TKA Asal China Merangsek Hingga Desa Gempol di Cirebon* (edisi 6 Januari 2017); *Tukang Las Lokal Rp3 Juta Per Bulan, Tukang Las Impor Digaji Rp1,2 Juta per Hari* (edisi 3 Januari 2017); *“Sarjana Indonesia Kerja di China Digaji Rp7 Juta, Sedang Buruh China Kerja di Indonesia Digaji Rp 15 Juta”* (edisi 7

Agustus 2016), “Melamar kerja dituntut punya KTP, ijazah, SKCK, dll. China Ilegal datang tanpa paspor langsung kerja dapat gaji 15 juta” (edisi 6 Agustus 2016), atau DPR Sidak Sarang TKA Cina di Batam, PTnya Bilang Perbandingan Karyawan Pribumi-Cina 3:1, nyatanya 50:50 (edisi 23 Juli 2016).

Berbagai judul hoaks itu memperlihatkan bahwa TKA dari Tiongkok benar-benar layak dianggap sebagai setan rakyat. Tindakan yang telah dan akan dilakukan setan rakyat adalah melakukan “perampokan,” yang dapat dimaknai secara konotatif sebagai aksi merebut lahan pekerjaan warga Indonesia. Setan rakyat tidak hanya menguasai berbagai industri di wilayah perkotaan, melainkan juga menjangkau daerah pedesaan. Isu pribumi dan asing (non-pribumi) dimunculkan sebagai penanda persoalan lama yang sengaja dibangkitkan kembali. Secara nasional, kedatangan TKA dari Tiongkok itu bahkan membuat perekonomian nasional terganggu. Hal yang paling jelas terlihat adalah TKA dari Tiongkok mendapatkan perlakuan yang sedemikian istimewa. Tanpa membawa persyaratan yang rumit dan dengan status sebagai buruh, mereka mendapatkan upah yang jauh lebih tinggi daripada tenaga kerja Indonesia. Itulah berbagai judul yang dimaksudkan untuk melaknat dan mengutuk setan rakyat yang berasal dari negeri Tiongkok itu.

Sebagai setan rakyat, TKA dari Tiongkok digambarkan sebagai sekelompok orang yang kemungkinan besar menjadi kekuatan yang demikian mengacaukan bagi masyarakat. Lebih dari itu, mereka didudukkan sebagai musuh yang diatribusikan dengan sejumlah stereotip perilaku yang jahat. Keberadaan TKA dari Tiongkok menyebabkan tatanan sosial mengalami kegoncangan. Wajar saja jika mereka dipersalahkan untuk aneka persoalan yang terjadi dalam masyarakat (Flores-Yeffal, Vidales, & Plemons, 2011). Penggunaan kata-kata penuh kecaman dan kutukan memperlihatkan bahwa TKA dari Tiongkok telah mengalami demonisasi (*demonisation*) (Flinders, 2012). Demonisasi merupakan proses menempatkan kelompok tertentu sebagai pengancam keutuhan sosial. Mereka dianggap seperti iblis yang harus diusir jauh-jauh dari ruang lingkup

kehidupan masyarakat yang normal. Hasil demonisasi itu disebut setan rakyat. Sosok-sosok jahat itu tidak bisa disembuhkan dengan terapi, melainkan harus diusir sejauh mungkin.

Demonisasi yang dijalankan *Postmetro* telah menciptakan budaya ketakutan (*culture of fear*). Dapat dikemukakan bahwa *Postmetro* menjadi penyebar ketakutan dengan melakukan teknik-teknik naratif melalui berbagai judul yang sangat provokatif. Terdapat tiga teknik menebarkan ketakutan, yakni mengukuhkan insiden-insiden sebagai kejadian yang dianggap sebagai tren (kecenderungan), melakukan pengulang-ulangan (*repetition*), dan menunjukkan arah yang salah atau *misdirection* (Glassner, 2004). Peristiwa kedatangan TKA Tiongkok ke Indonesia merupakan insiden belaka. Peristiwa ini pun tidak merata terjadi di seluruh penjuru negeri. Jumlah TKA dari Tiongkok yang datang pun dalam angka yang wajar, bukan jutaan sebagaimana yang digembar-gemborkan oleh *Postmetro*. Ada repetisi yang sengaja terus diembuskan dengan cara menampilkan kesenjangan dalam hal pengupahan antara buruh dari Tiongkok dengan Indonesia. Dengan komparasi semacam itu, seolah-olah terjadi diskriminasi yang luar biasa bagi kalangan pekerja dari negeri sendiri. Pada akhirnya, ada kesengajaan untuk mendorong cara berpikir yang salah arah dengan mengemukakan bahwa TKA dari Tiongkok ingin menginvasi Indonesia dan bahkan ingin menjadikan Indonesia sebagai negara bagian Tiongkok.

Postmetro menciptakan budaya ketakutan dengan sengaja menonjolkan keyakinan yang tidak beralasan, yakni kemanusiaan bangsa Indonesia sedang dihadap-hadapkan pada kekuatan destruktif yang mengancam keberadaan bangsa. Budaya ketakutan itu membenturkan satu manusia dengan manusia lain. Budaya itu juga melahirkan kecurigaan terhadap bangsa yang masyarakatnya dibawa untuk saling berhadapan (Furedi, 2002). Apa yang dilakukan *Postmetro* pun demikian, yakni mencuatkan lagi masalah pribumi versus non-pribumi. Pihak pribumi adalah anak-anak bangsa asli yang mengalami diskriminasi sehingga mengalami penderitaan berkepanjangan. Sementara itu, pihak non-pribumi dianggap sebagai pendatang haram yang mendapat berbagai keistimewaan.

Perspektif lain yang dapat digunakan adalah memandang budaya ketakutan sebagai relasi yang bercorak komunikasional. Akibatnya, relasi itu dipenuhi kontradiksi, antagonisme, dan dinamisme antar-subjektif. Dalam level yang paling lazim, ketakutan dan dampaknya merembes dalam jalinan sosial dalam bentuk-bentuk yang bersifat langsung maupun tidak langsung, misalnya tindak kekerasan, pemaksaan, intimidasi, dan bujukan (Jeffries, 2012). Jadi, dapat pula ditegaskan bahwa *Postmetro* memang mendorong pemerintah dan elemen-elemen masyarakat (dalam hal ini buruh) untuk menjalankan aksi pengusiran fisik terhadap TKA dari Tiongkok. Mereka dianggap sebagai kekuatan asing yang akan menganggangi kedaulatan Indonesia. Mereka harus diusir keluar dari negeri ini dengan cara apa saja, bahkan kekerasan pun dibolehkan.

Persoalan yang menarik diungkap ialah mengapa *Postmetro* sedemikian gigih menunjukkan kebencian yang mendalam terhadap TKA dari Tiongkok. Hal ini karena terdapat kecurigaan bahwa TKA dari Tiongkok itu memiliki jalinan yang erat, dan bahkan kekerabatan, dengan etnis Tionghoa yang sudah lama tinggal di Indonesia dan menjadi warga negara yang sah. Dalam pandangan *Postmetro*, siapa saja yang dianggap orang dari Tiongkok adalah sama saja. Situs hoaks ini tidak memedulikan bahwa entitas sosial Tionghoa memiliki aneka suku atau pun marga. Hal ini menunjukkan bahwa *Postmetro* memperlihatkan kebencian rasial yang luar biasa. Siapa saja yang dilabeli Tionghoa, dari mana pun datangnya, apa pun jenis pekerjaannya, dan dari suku atau marga mana kelahirannya, dianggap sama saja. Jadi, Tionghoa itu memang satu dan tunggal. Begitulah cara berpikir rasialistik ala *Postmetro*. Tionghoa telah menjadi setan rakyat yang begitu sempurna untuk dilaknat sampai tandas.

Tidak aneh jika pola-pola pemikiran usang dan picik masih ditunjukkan situs hoaks yang dikelola para mahasiswa itu. Pemikiran dikotomistik yang sebegitu menyesatkan tentang pribumi versus non-pribumi masih sedemikian kuat mendekam dalam kesadaran anak-anak generasi milineal itu. Padahal, pemikiran itu merupakan hasil konstruksi yang dijalankan

kolonialis Belanda ketika menempatkan warga Tionghoa sebagai pihak yang memiliki spirit dan etos yang dekat dengan pihak penjajah. Sang penjajah memandang bahwa jika warga Tionghoa membaaur dengan pribumi, akan menjadi ancaman besar bagi kolonialis. Sejak 1830, pemerintahan kolonial menerapkan restriksi pergerakan bagi warga Tionghoa dalam bentuk sistem perlintasan (*pass system*) dan sistem zona (*zoning system*). Hal itu terus diperlakukan sampai akhir pemerintahan kolonial sekalipun dengan aneka modifikasi (Ju Lan, 2012). Pemberlakuan sistem yang serba membatasi warga Tionghoa sengaja diterapkan rezim kolonial supaya tidak tercipta kerja sama dan solidaritas dengan warga lain yang mendapat label sebagai kaum pribumi. Jadi, pribumi dan non-pribumi itu tidak lain konstruksi ideologi yang ditancapkan rezim kolonial.

Tentu saja, anak-anak muda yang lihai memainkan perangkat teknologi informasi dan komunikasi itu tidak sudi memedulikan berbagai kerumitan historis semacam itu. Kalangan muda yang melek teknologi tapi dungu histori itu berpikir bahwa dikotomi pribumi dan non-pribumi itu adalah kehendak Tuhan dan telah menjadi hukum alam. Kelompok pemuda itu ialah pewaris setia pemikiran penjajah dan rezim fasisme Orde Baru (1966–1998). Rezim opresif yang dikendalikan Soeharto berpikiran bahwa etnis Tionghoa sengaja mendukung kelompok Komunis. Akibatnya, selama Soeharto berkuasa, etnis Tionghoa mendapat perlakuan diskriminatif. Etnis Tionghoa pun dipisahkan secara kategoris sebagai non-pribumi. Rezim politik itu menjalankan asimilasi yang memaksa etnis Tionghoa menanggalkan identitas mereka, berperan serta dalam sekolah, serta mengganti nama mereka. Berbagai kelompok dan lembaga yang berafiliasi dengan Tiongkok begitu dibatasi dan bahkan diberangus, termasuk bahasa, budaya, dan agama (Da Silva, 2010). Orang-orang yang lihai membuat hoaks itu tidak peduli dengan sejarah kelam semacam itu.

Terdapat konsekuensi paling buruk yang harus dipikul warga Tionghoa ketika pola-pola pemikiran gaya kolonialisme Belanda dan fasisme Orde Baru tetap menancap kuat dalam kesadaran masyarakat. Fenomena itulah yang disebut sebagai kambing hitam (*scapegoat*). Dalam

tradisi Yahudi, sekali dalam setahun, dilakukan ritual membuang kambing ke belukar. Hal ini dimaksudkan untuk membuang dosa komunitas. Jadi, dosa-dosa komunitas dibebankan kepada si kambing yang dibuang ke belukar. Setelah itu setan akan menjauh dan orang-orang pun leluasa menjalani kehidupan dengan lembaran yang bersih. Hal serupa juga dijalankan komunitas lain yang merasa terinfeksi iblis. Mereka menyingkirkan iblis itu dengan ritual pengambinghitaman (Dorr, 2010).

Kambing hitam juga terjadi secara politis. Peristiwa itu muncul ketika ada warga yang dijadikan objek pengorbanan. Padahal, warga itu bukanlah pihak yang bersalah. Polarisasi kolektif yang menjadikan warga tidak berdosa itu sebagai kambing hitam dalam situasi politik tertentu (Girard, 1986, 39–40). Praktik kambing hitam terjadi di Indonesia terhadap perempuan etnis Tionghoa dalam Tragedi Mei 1998 (*Law and Policy*, 1998). Siapa saja yang berstatus minoritas dapat menjadi kambing hitam, misalnya kaum muslim di Myanmar (van Klinken & Aung 2017; McCarthy & Menager, 2017). Akhirnya, *Postmetro* melalui aneka hoaks yang penuh kebencian itu menghadirkan TKA dari Tiongkok sebagai kambing hitam yang beridentitas khusus untuk semakin menegaskan tentang “siapa kita dan siapa mereka dan siapa yang memiliki hak untuk hidup di mana” (Weedon, 2004, 2).

PENUTUP

Berbagai hoaks tentang invasi TKA ilegal dari Tiongkok yang diproduksi oleh *Postmetro* merupakan realisasi “jurnalisme Frankenstein.” Sebagaimana halnya monster Frankenstein yang hadir ke dunia karena rakitan sejumlah organ tubuh makhluk yang telah mati, hoaks pun dipraktikkan dengan cara-cara serupa. Hoaks itu diambil begitu saja dari berbagai pemberitaan media arus utama. Selanjutnya, bagian-bagian pemberitaan sengaja direkayasa untuk memberikan daya tarik bagi khalayak. Judul merupakan bagian utama yang sengaja dipoles untuk menimbulkan provokasi. Prinsip yang digunakan *Postmetro* dalam membuat berbagai judul hoaks tersebut ialah semakin provokatif, semakin baik.

Hal itu disukai khalayak dan bisa meluapkan amarah massa. *Postmetro* menganggap teknik itu sebagai strategi yang tepat untuk melawan rezim politik yang berkuasa.

Hoaks memang bukan bohong biasa. Namun, berbagai hoaks yang diproduksi *Postmetro* memperlihatkan bahwa bohong itu biasa, terlebih ketika material hoaks itu adalah kedatangan TKA ilegal dari Tiongkok. Kepanikan moral sengaja diciptakan untuk meluapkan suasana yang demikian mencekam. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Postmetro* sengaja menyebarkan hoaks itu dengan agenda tertentu, yakni menampilkan para TKA ilegal dari Tiongkok sebagai pengancam. Hal itu merupakan cara untuk memformulasikan kepanikan moral sehingga masyarakat makin tidak menyukai dan bahkan membenci siapa saja dan apa saja yang dianggap Tiongkok. Inilah model kepanikan moral yang memang sengaja ditampilkan oleh kelompok kepentingan tertentu, dalam hal ini kelas menengah terpelajar, untuk terus memusuhi pemerintah dan mengobarkan xenofobia (ketakutan terhadap orang asing, dalam hal ini adalah TKA ilegal dari Tiongkok).

Pada akhirnya, kalangan buruh dari negeri jauh itu diposisikan sebagai setan rakyat yang harus dilaknat. TKA dari Tiongkok dalam konteks ini dianggap memiliki keserupaan dengan etnis Tionghoa yang telah lama menjadi kambing hitam dalam perpolitikan di Indonesia. Siapa pun dan apa pun yang dianggap berkaitan dengannya harus diusir sejauh-jauhnya dari negeri ini. Itulah praktik-praktik politik kambing hitam yang menempatkan kaum minoritas, dalam hal ini etnis Tionghoa yang telah lama hidup di Indonesia, sebagai pihak yang pantas diikutsertakan menjadi objek cercaan ketika hoaks kedatangan TKA ilegal dari Tiongkok demikian merebak. Dengan demikian, untuk apa saja yang berlabel Tiongkok (apalagi yang kafir) boleh dikutuk semau-maunya. Itulah hoaks penuh kebencian yang diproduksi *Postmetro*.

PUSTAKAACUAN

Bell, D. (2007). *Cyberculture theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*. London dan New York: Routledge.

- Bell, D., dkk. (2004). *Cyberculture: the key concepts*. London dan New York: Routledge.
- Berger, J., & Milkman, K.L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. DOI: 10.1509/jmr.10.0353.
- Botting, F. (2003). Metaphors and monsters. *Journal for Cultural Research*, 7(4), 339–365.
- Broersma, M. (2010). The unbearable limitations of journalism: on press critique and journalism's claim to truth. *The International Communication Gazette*, 72(1), 21–33.
- Bruce, B. C. (2000). The work of art in the age of digital reproduction. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 44(1), 66–71.
- Burns, L. S. (2002). *Understanding journalism*. London: Sage Publications.
- Burroughs, B., & Burroughs, W. J. (2011). The Masal Bugdud hoax: football blogging and journalistic authority. *New Media & Society*, 14(3), 476–491. DOI: 10.1177/1461444811420270.
- Cohen, S. (2002). *Folk devils and moral panics: the creation of the mods and rockers (3rd edition)*. London dan New York: Routledge.
- Critcher, C. (2011). For a political economy of moral panics. *Crime Media Culture*, 7(3), 259–275. DOI: 10.1177/1741659011417605.
- Critcher, C. (2005). Mighty dread: journalism and moral panics. Dalam S. Allan (ed.), *Journalism: critical issues* (pp. 177–187). Berkshire: Open University Press.
- Da Silva, F. (2010). The Chinese minority in Indonesia. *Hohonu*, 8, 61–63.
- David, M., dkk. (2011). The idea of moral panic—ten dimensions of dispute. *Crime Media Culture*, 7(3), 215–228. DOI: 10.1177/1741659011417601.
- Dixon, W.W. (2017). The ghost of Frankenstein: the monster in the digital age. *Quarterly Review of Film and Video*, 34(6), 1–11. DOI: 10.1080/10509208.2017.1313030.
- Dorr, D. (2010). The scapegoat. *The Furrow*, 61(2), 92–97.
- Duffy, A., Tandoc, E.C., & Ling, R. (2017). Frankenstein journalism. *Information, Communication, & Society*, 21(10), 1–15. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1313884.
- Flinders, M. V. (2012). The demonisation of politicians: moral panics, folk devils and MP's expenses. *Contemporary Politics*, 18(1), 1–17. DOI: 10.1080/13569775.2012.651263.
- Flores-Yeffal, N.Y, Vidales, G., & Plemons, A. (2011). The Latino-cyber moral panic process in the United States. *Information, Communication, & Society*, 14(4), 568–589. DOI:10.1080/1369118X.2011.562222.
- Fredal, J. (2014). The perennial pleasures of the hoax. *Philosophy and Rhetoric*, 47(1), 73–97.
- Furedi, F. (2002). *Culture of fear: risk-taking and the morality of low expectation*. London dan New York: Continuum.
- Girard, R. (1986). *The Scapegoat*, (terj) Yvonne Frecero. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press.
- Glassner, B. (2004). Narrative techniques of fear mongering. *Social Research*, 71(4), 819–826.
- Godler, Y., & Reich, Z. (2015). Journalistic evidence: cross-verification as a constituent of mediated knowledge. *Journalism*, 18(5), 558–574. DOI: 10.1177/1464884915620268.
- Goode, E., & Ben-Yehuda, N. (2009). *Moral panics: the social construction of deviance (2nd Edition)*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Groseclose, T., & Milyo, J. (2005). A social-science perspective on media bias. *Critical Review*, 17(3–4), 305–314. DOI: 10.1080/08913810508443641.
- Hayle, S. J. (2013). Folk devils without moral panics: discovering concepts in the sociology of evil. *International Journal of Criminology and Sociological Theory*, 6(2), 1125–1137.
- Herman, L., & Vervaeck, B. (2005). *Handbook of narrative analysis*. Lincoln dan London: University of Nebraska Press.
- Hughes, J., Rohloff, A., David, M., & Petley, J. (2011). Foreword: moral panics in the contemporary world. *Crime, Media, Culture*, 7(3), 211–214. <https://doi.org/10.1177/1741659011417600>
- Hunt, A. (1997). 'Moral panic' and moral language in the media. *The British Journal of Sociology*, 48(4), 629–648.
- Ingraham, C., & Reeves, J. (2016). New media, new panics. *Critical Studies in Media Communication*, 33(5), 455–467.
- Jeffries, F. (2012). Mediating fear. *Global Media Communication*, 9(1), 37–52. DOI: 10.1177/1742766512463039.
- Kalsnes, B., & Larsson, A.O. (2017). Understanding news sharing across social media. *Journalism Studies*, 19(11), 1669–1688. DOI: 10.1080/1461670X.2017.1297686.

- Kendall, D. (2011). *Framing class: media representations of wealth and poverty in America (2nd edition)*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Soepardi, H.S. (2016, Desember 27). Jokowi sebut isu “serangan” tenaga kerja China sebagai fitnah. *Kompas.com*. Diakses pada 27 Desember 2016 dari <https://nasional.kompas.com/read/2016/12/27/12214001/jokowi.sebut.isu.serangan.tenaga.kerja.china.sebagai.fitnah>
- Ihsanuddin. (2016, Desember 23). Jokowi minta polisi tindak penyebar isu 10 Juta tenaga kerja China. *Kompas.com*. Diakses pada 23 Desember 2016 dari <https://nasional.kompas.com/read/2016/12/23/11535991/jokowi.minta.polisi.tindak.penyebar.isu.10.juta.tenaga.kerja.china>
- Bohang, F.K. (2016, Desember 2). Dua situs penyebar *hoax* di Indonesia. *Kompas.com*. Diakses pada? dari <https://tekno.kompas.com/read/2016/12/02/15030027/dua.situs.penyebar.hoax.di.indonesia>
- Ju Lan, T. (2012). Contesting the post-colonial legal construction of Chinese Indonesians as ‘foreign subjects.’ *Asian Ethnicity*, 13(4), 373–387. DOI: 10.1080/14631369.2012.710075.
- Law and policy*. (1998). Reproductive health matters, 6(12), 168–174. DOI: 10.1016/S0968-8080(98)90038-6.
- Levi, M. (2008). Suite revenge? The shaping of folk devils and moral panics about white-collar crimes. *The British Journal of Criminology*, 49(1), 48–67.
- Lim, M. (2013). The internet and everyday life in Indonesia: a new moral panic? *Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde* 169, 133–147.
- Lister, M., dkk. (2009). *New media: a critical introduction (2nd Edition)*. London dan New York: Routledge.
- Lowe, H. (2012). An online hoax reminds journalists to do their duty. *Journal of Mass Media Ethics*, 27(1), 62–64. DOI: 10.1080/08900523.2012.644146.
- Marsh, I., & Melville, G. (2011). Moral panics and the British media—a look at some contemporary ‘folk devils.’ *Internet Journal of Criminology*, Vol? 1–21. ISSN: 2045-6743 (Online).
- McCarthy, G., & Menager, J. (2017). Gendered rumours and the Muslim scapegoat in Myanmar’s transition. *Journal of Contemporary Asia*, 47(3), 396–412. DOI: 10.1080/00472336.2017.1304563.
- McRobbie, A., & Thornton, S. L. (1995). Rethinking ‘moral panic’ for multi-mediated social worlds. *The British Journal of Sociology*, 46(4), 559–574.
- Meraz, S. (2015). Quantifying partisan selective exposure through network text analysis of elite political blog networks during the U.S. 2012 presidential election. *Journal of Information Technology & Politics*, 12(1), 37–53. DOI: 10.1080/19331681.2014.974119.
- Norris, P, Kern, M., & Just, M. (2003). Framing terrorism. Dalam Norris, P., Kern, M., & Just, M. (eds.), *Framing terrorism: the news media, the government and the public* (pp. 3–23). New York dan London: Routledge.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: civic engagement, information poverty, and the internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schaffer, J., McCutcheon, R., & Stoffer, K.T. (2009). *Journalism matters*. Columbus, Ohio: McGrawHill-Glencoe.
- Serafis, D., & Herman, T. (2017). Media discourse and pathos: sketching a critical and integrationist approach—Greek and French headlines before the Greek referendum of 2015. *Social Semiotics*, 28(2), 184–200. DOI: 10.1080/10350330.2017.1291139.
- Smith, M. (2009). Arbiters of truth play: media April fools’ day hoaxes. *Folklore*, 120(3), 274–290.
- Thompson, K. (2005). *Moral panics*. London dan New York: Routledge.
- Modal jempol dan akun anonim (2017, Januari 2–9). *Tempo*, 38–39.
- Hidayat, R. (2016, Desember 16). Cerita di balik situs Postmetro dan Seword. *Tirto.id*. Diakses pada? dari <https://tirto.id/cerita-di-balik-situs-postmetro-dan-seword-b9WN>
- van Drom, A. (2010). ‘Perhaps this is not fiction’: the discursive construction of national and regional identities in Belgium’s public television broadcast hoax on Flemish independence. *European Journal of Cultural Studies*, 13(1), 81–97. DOI: 10.1177/1367549409352967.
- van Klinken, G., & Aung, S.M.T. (2017). The contentious politics of anti-Muslim scapegoating in Myanmar. *Journal of Contemporary Asia*, 47(3), 353–375. DOI: 10.1080/00472336.2017.1293133.
- Walsh, L. (2006). *Sins against science: the scientific media Hoaxes of Poe, Twain, and others*. New York, Albany: State University of New York Press.
- Weedon, C. (2004). *Identity and culture: narratives of difference and belonging*. New York: Open University Press.

STT
NO.1052/SK/DITJEN/PPG/STT/1986

ISSN 977-0125-9989-1-9



LIPI Press