

Melampaui ‘Literasi Digital’: Kelindan Teknokapitalisme, Ideologi Media, dan Hiperhermeneutika

Pradipa P. Rasidi

Universiteit van Amsterdam (UvA)

Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES)

Alamat: 1012 WX Amsterdam, Netherlands (UvA)

²Alamat: Jl. Pangkalan Jati I No.71, RT.01/RW.01, Pangkalan Jati, Cinere, Depok, Jawa Barat 16513 Indonesia

E-mail : pp.rasidi@gmail.com

Beyond ‘Digital Literacy’: The Intertwining of Technocapitalism, Media Ideology, and Hyperhermeneutics

ABSTRACT

Digital literacy is often proposed as a way to combat misinformation. However, the conception emphasizes individual competency. This conception is rooted in liberal assumption that places individual ethos as a public moral guardian. Left unanswered is the action taken by individuals itself and its meaning for them: what does it mean to spread misinformation? In the context of political misinformation, the inquiry goes further: what does it mean to engage in politics? To answer these questions, this paper attempts to move beyond digital literacy argument by investigating misinformation during Jakarta 2017 Election. Based on practice theory and theory on Indonesian politics, it focuses on the architectural configuration of the digital platform in which misinformation is spread, as well as the political culture that shapes such action. This paper attempts to refute the claims that misinformation is tied to religious populism and is inherently amplified by technological configuration. Ethnographic research with Twitter users informs this paper: participation-observation in six months conducted both online and offline. In-depth and informal interviews were also conducted. The research explores an urban middle class experience arguing against religious populism and are supporters of the then candidate Basuki T. Purnama (Ahok). This paper found that misinformation is spread by digitally literate people exactly to organize the muddle in Indonesian politics.

Keywords: digital ethnography; digital literacy; media ideology; political culture

ABSTRAK

Literasi digital kerap diajukan sebagai cara melawan misinformasi. Konsepsi literasi digital, meski begitu, menitikberatkan kompetensi individu dalam menyikapi informasi. Konsepsi ini berangkat dari asumsi liberal yang menempatkan etos individu sebagai penjaga moral publik. Namun menyoal tindakan individu itu sendiri dan apa makna bagi pelakunya kerap diabaikan: apa artinya saat membagikan misinformasi? Dalam konteks misinformasi politik, pertanyaannya berlanjut: apa artinya terlibat dengan politik? Berangkat dari pertanyaan tersebut, tulisan ini berusaha melampaui argumentasi literasi digital dengan mendedah misinformasi saat Pilkada Jakarta 2017. Berlandaskan teori tindakan dan politik Indonesia, perhatian dipusatkan pada konfigurasi arsitektur platform digital tempat sebaran misinformasi, serta budaya politik yang berupa penyebaran misinformasi. Tulisan ini berusaha membantah argumen yang menyatakan bahwa misinformasi lekat dengan populisme agama dan konfigurasi teknologi platform secara inheren mengamplifikasi populisme agama tersebut. Penelitian yang mendasari tulisan ini dilakukan dengan etnografi pengguna Twitter: partisipasi-observasi enam bulan di ranah *online* dan *offline* dengan selebritas mikro. Wawancara mendalam dan informal juga dilakukan dengan pengguna Twitter lain. Pengalaman yang digali adalah pengalaman kelas menengah urban yang menentang populisme agama dan merupakan pemilih calon gubernur Basuki T. Purnama (Ahok). Tulisan ini menemukan bahwa misinformasi dilakukan oleh kalangan cakap literasi digital justru sebagai cara menata keburaman politik Indonesia.

Kata kunci: budaya politik; etnografi digital; ideologi media; literasi digital

LATAR BELAKANG

Alex, seorang pekerja perbankan dan keuangan Jakarta berusia 24 tahun, tampak gusar. Matanya terkunci pada layar ponsel di tangan kanannya; senyumnya meredup dan pupilnya membesar. Semenjak sidang tuduhan penistaan agama Basuki T. Purnama (Ahok) di Desember 2016, bukan pertama kali raut wajah Alex berubah seperti ini. Saat itu, semakin mendekati masa pemilihan di Pilkada Jakarta 2017, Alex semakin tampak karut-marut. Teguran saya dibalas dengan sodoran ponsel. Di layar nampak sebuah cuitan video di Twitter: sekumpulan orang bergamis putih berparade di jalan raya sambil membawa obor menyerukan "Allahu Akbar". Cuitan itu berbunyi, "Masih mau bilang ancaman mereka ga nyata?" Volume di ponsel Alex disetel maksimal; gelegar suara video tersebut seperti menghasut kegelisahan mengenai rangkaian jilid Aksi Bela Islam atau Aksi 212, mobilisasi Islamisme yang kontroversial waktu itu.

Ikon *retweet* di cuitan itu sudah berwarna hijau—sudah di-*retweet* Alex. "Ini beneran? Di mana?" timpal saya. Alex langsung menyambar, sebelum memotong kalimatnya sendiri. Sedikit ragu, dia melanjutkan, "Ya nggak tau. Maksud gue, dekat rumah gue juga ada kayak gini." Saya terdiam sejenak, melihat kembali akun yang mencuit. Saya mengenalinya sebagai akun *buzzer* kampanye pilkada. "Lo tau ini *buzzer*?" saya bertanya, yang lagi-lagi disambar Alex cepat. "Terus?" Dia diam sejenak. "Ini udah kayak kondisi Ahok bakal kalah. Lo mau kita dikuasai orang-orang kayak gitu?" Saya menggeleng. Alex menambahkan, lingkaran pergaulannya antara sesama praktisi selebritas mikro Twitter—pengguna dengan jumlah *follower* besar dan mempraktikkan interaksi parasosial, kadang disebut *influencer*—juga mencuit hal serupa. Menurutnya, sudah banyak "bukti" menunjukkan ancaman gejala "Indonistan": Jakarta, dan juntrungannya Indonesia, akan dikuasai kalangan revivalis Islam. Alex bahkan mengumpulkan "bukti-bukti" itu dari yang tersebar di Twitter, disimpan dalam *like* agar mudah diakses. Belakangan, diketahui bahwa rupanya video tersebut adalah pawai obor menyambut Tahun Baru Hijriah. Dengan kata lain, tak ada hubungannya dengan Pilkada Jakarta 2017. Misinformasi.

Literatur akademis di Indonesia lazim menyoroiti misinformasi melalui konsep hoaks. Namun percakapannya kerap tidak menelisik latar sosial-politik dan keruangan apa yang memungkinkan seseorang menyebarkan misinformasi. Diskusi ini lumrahnya berkisar pada dua hal: analisis konten dan penyebarannya (Juditha, 2018; Nadzir et al., 2017; Susilo et al., 2020; Utami, 2018; Wardani, 2017) serta antisipasi dan regulasinya (Juditha, 2018; Pakpahan, 2017; Rahmatullah, 2018; Sabrina, 2019; Sudarmanto & Meliala, 2020). Misinformasi dan hoaks juga biasa dikaitkan dengan konsep pasca-kebenaran (*post-truth*) yang menggema pasca-Brexit (Haryatmoko, 2019). Dalam percakapan tersebut, permasalahan hoaks dan misinformasi biasanya dilihat pangkalnya pada permasalahan deliberasi individual.

Argumentasi yang diajukan berkuat pada ketidakmampuan individu untuk memilah dan menyebarkan informasi secara kritis dan rasional, yakni tatkala "emosi dan kepercayaan pribadi lebih memengaruhi opini publik daripada fakta objektif" (Kurniawan, 2018, hlm. 135) dan memungkinkan "kerangka pikir paranoid" akibat "tradisi oral di mana berbicara dan bergosip kemudian menjadi dua aktivitas yang seringkali tidak dapat terpisahkan" (Akmaliah, 2018, hlm. 21) dan akhirnya terpaut erat dengan "rendahnya literasi informasi, literasi media, dan literasi media sosial" (Sirajuddin et al., 2017, hlm. 90).

Faktor inilah, menurut argumentasi ini, yang menyebabkan mudahnya populisme agama—bagian dari populisme kanan—merasuk dalam jiwa misinformasi lantaran retorikanya yang mengaduk emosi dan mengulik sensibilitas keagamaan (Akmaliah, 2019; Haq, 2021; Haryatmoko, 2019; Kurniawan, 2018). Media sosial dan algoritmanya disebut jadi pendorong masalah ini (Akmaliah, 2019; Sabrina, 2019), bahkan menjadi "habitat alami" populisme agama (Riyanto, 2017). Penalaran sedemikian tidak asing. Di ranah internasional, argumentasi serupa juga diajukan dalam mbingkai permasalahan misinformasi (George, 2017; Paul & Matthews, 2016; Wardle & Derakhshan, 2018). Fokus sedemikian menyebabkan tawaran solusi terhadap misinformasi berujung pada dua: memperbaiki sistem teknologinya dan memperkuat kecakapan individual. Untuk kecakapan individual, upaya solusinya sudah terus didorong oleh sarjana, masyarakat sipil, dan pemerintah Indonesia melalui payung besar memperkuat literasi digital (Akmaliah, 2019; Pakpahan, 2017; Sabrina, 2019; Wardani, 2017) agar menjadi individu yang kritis dan rasional, supaya dapat hati-hati memilah informasi, tak mudah tersulut emosi, dan menjauhi populisme agama.

Namun bagaimana dengan individu seperti Alex? Alex memang mengalami gejolak emosi besar saat menjumpai misinformasi. Meski begitu, Alex tak sekadar menyebarkannya. Alih-alih, Alex secara rasional mencari dan mengumpulkan misinformasi yang beredar di Twitter sebagai "bukti" dari apa yang disebutnya gejala "Indonistan". Bersama teman-teman selebritas mikronya, Alex kemudian membagikan informasi tersebut di Twitter. Lebih-lebih, Alex jauh dari profil individu yang disebut-sebut mudah terhasut populisme agama. Alex justru sangat mewaspadaai kehadiran populisme agama; dalam upaya menangkis ancaman tersebut, dia berusaha mendukung kemenangan Basuki T. Purnama sebagai gubernur. Ketimbang tidak memiliki literasi digital yang cukup, Alex justru sangat berliterasi digital.

Konsep literasi digital sendiri bertolak dari Gilster (1997), yakni “kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi yang terdigitalisasi.” (Gilster, 1997, hlm. 2) Gilster menekankan kemampuan kognitif individu untuk memahami dan mengumpulkan informasi, agar dengan demikian bisa mengambil keputusan tepat dalam bertindak. Literasi di sini bukan hanya menyoal kemampuan membaca dan menulis, melainkan juga kemampuan mengolah dan menyajikan informasi. Mengutip Potter (2001), Sabrina (Sabrina, 2019, hlm. 37–38) menyebutkan bahwa individu dengan tingkat literasi rendah akan “memiliki struktur pengetahuan yang lebih kecil, dangkal, dan kurang terorganisir” sehingga tidak memiliki “pelindung hujan informasi” dan “*self-control*” (Sabrina, 2019, hlm. 42). *Kerangka Literasi Digital Indonesia* (BU, t.t.), yang diterbitkan Kementerian Komunikasi dan Informasi bersama dengan beragam masyarakat sipil dan lembaga penelitian, mengoperasionalkan gagasan ini dalam diagram alur berpikir etika informasi, sebagai suatu “kesadaran untuk mengevaluasi” yang harus dimiliki individu (lihat juga Monggilo & Kurnia, 2021). Dalam kerangka kerja ini, misinformasi menjelma jadi metafor penyakit seperti “kanker” dan “wabah” (Kusman, 2017; MASTEL, 2017) dan, menyerupai protokol kesehatan yang dketatkan di masa pandemi, disiplin individu harus dikultivasi agar mampu menangkalnya.

Walau tetap punya manfaat, konsep literasi digital mempercayakan individu untuk mengolah dan menyajikan informasi secara benar. Dia berhenti pada titik etos individu; tidak mempertanyakan lebih jauh mengapa dan untuk apa individu tersebut melakukan tindakan penyebaran misinformasi. Ada asumsi mekanistik bahwa kemampuan literasi yang cukup akan membuat individu dengan sendirinya menyeleksi dan menyajikan informasi yang dianggap faktual. Sebagaimana dipaparkan Haryatmoko (2019), ada kepercayaan bahwa individu di ranah digital dengan sendirinya terlibat dalam ruang publik, yang mana di dalamnya mereka mereproduksinya melalui tindakan komunikatif, yakni, tindakan yang “menekankan kebenaran, tetapi kebenaran harus mendasarkan pada konsensus rasional untuk menilai yang salah dalam praksis.” (Haryatmoko, 2019, hlm. 9).

Kepercayaan terhadap etos individu ini berakar dari etos politik liberal. Dalam etos ini, individu dididik ke dalam “transformasi berkelanjutan menuju pribadi yang otonom”, lumrahnya “mengonfirmasi individu dalam identitas moral mereka.” (Lovlie, 2005) Individu dalam konsep ini adalah individu yang selalu memperbaiki dirinya. Refleksi dan introspeksi diri dicapai melalui pendidikan dan menjadi prasyarat dalam etos liberal, sehingga individu bisa menjadi warga yang bertanggung jawab atas dirinya sendiri dan orang lain. Individu, dengan demikian, adalah penjaga moral publik—dan harapannya, tatkala ranah publik menjangkau ranah digital, etos ini pula yang dipraktikkan oleh individu yang terdidik melalui literasi digital. Posisi Habermasian yang menempatkan individu sebagai sosok pribadi argumentatif rasional di ruang publik, sebagaimana dipaparkan Haryatmoko (2019), berakar dari tradisi liberal ini.

Absen dalam kerangka kerja ini adalah perhatian pada struktur yang membingkai tindakan sosial individu; yakni, tindakan menyebar misinformasi. Sejarah dan kuasa, yang melatari individu dalam prosesnya mengambil satu tindakan sosial, tidak dilihat mampu membingkai tindakan misinformasi. Tindakan misinformasi seakan berada di ruang hampa. Padahal, tindakan selalu menyejarah dan kuasa selalu manifes dalam tindakan (Rudyansjah, 2009). Dengan kata lain, tindakan menyebar misinformasi sebetulnya berakar dari sejenis politik tertentu, tetapi politik ini tak menjadi perhatian tawaran literasi digital.

Alih-alih, solusi literasi digital menjadikannya “teknikalisasi” (Ferguson, 1990): reduksi kompleksitas sosio-politis menjadi sekadar masalah teknis cara melakukan sesuatu—dalam hal ini, cara mengolah dan mempresentasikan informasi. Premis dari teknikalisasi adalah menyelesaikan masalah berlatar struktural dengan memberikan lebih banyak porsi pada kepakaran. Tuduhan “matinya kepakaran” sering dialamatkan terhadap fenomena misinformasi; dalam bayangan ini, jika pakar mendapat porsi yang sepatutnya, maka misinformasi akan meredup dengan sendirinya. Dengan kata lain, teknikalisasi—dan penekanan pada pentingnya kepakaran—sangatlah apolitis. Asumsi apolitis ini selaras dengan argumen bahwa politik liberal “mengorganisasi populasi dan teritori melalui domain teknologis yang jauh dari institusi politik formal.” (Larkin, 2013, hlm. 328)

Melampaui tawaran literasi digital yang apolitis tersebut, makalah ini lantas berargumen bahwa yang harus diperhatikan adalah tindakan sosial dari individu penyebar misinformasi, serta pemaknaan tindakan tersebut baginya. Sekadar mendidik individu dengan literasi digital tidak cukup. Apa artinya bagi individu seperti Alex dan lingkaran selebritas mikronya untuk menyebarkan misinformasi? Dalam konteks politik Pilkada Jakarta 2017, pertanyaannya melangkah lebih jauh: apa artinya untuk terlibat dalam politik, jika tindakan menyebarkan misinformasi itu adalah tindakan sebagai warga negara?

Premis dasar makalah ini adalah teori tindakan dalam antropologi. Mengikuti Couldry (2010), teori tindakan membantu untuk memahami apa yang sesungguhnya orang lakukan dengan media—memahami praktik bermedia. Teori tindakan berupaya melihat *agency* manusia dalam bertindak atas dan mengubah dunia yang dimukiminya, serta melihat proses yang memproduksi dan mereproduksi hambatan-hambatannya. Selain itu, teori tindakan juga bermanfaat dalam menjawab hal yang tak bisa dijawab literasi digital. Teori tindakan menempatkan kedinamisan dalam memahami penyebaran misinformasi. Jika produksi disiplin literasi digital

mengasumsikan kultivasi individu akan membuat individu secara konstan menjadi penjaga moral publik dengan tidak menyebarkan misinformasi, teori tindakan melihat *kapan* dan *bagaimana* penyebaran misinformasi dimungkinkan dalam situasi dan posisi tertentu. Teori tindakan mencoba menjauh dari kecenderungan psikologisme yang ditawarkan makalah lainnya dengan menempatkan misinformasi secara sosial. Tindakan terkait erat dengan tempat tindakan tersebut dipraktikkan (Rudyansjah, 2009, hlm. 31–42). Dalam hal ini, tempat tersebut adalah Twitter sebagaimana dipraktikkan di Jakarta.

Oleh karena itu, makalah ini berpijak pada dua hal: *pertama* pada konsep ideologi media (Gershon, 2010) untuk menjelaskan cara para selebritas mikro Twitter meruang. Peruangan pengguna Twitter terpaut erat dengan konfigurasi arsitektur dari platform Twitter itu sendiri, sebab konfigurasi inilah yang memungkinkan tindakan dilakukan dalam satu tempat tertentu (*affordances*). *Kedua*, sebagai suatu tindakan sosial, penyebaran misinformasi politik di masa Pilkada Jakarta 2017 juga terpaut erat dengan cara seseorang memahami politik—dan apa yang (tidak) tersibak di baliknya. Dengan demikian pijakan kedua adalah pada hiperhermeneutika (Spyer, 2002) dalam menjelaskan demokrasi Indonesia.

Makalah ini, dengan demikian, melihat bahwa pendekatan literasi digital sebagai solusi misinformasi sebagaimana yang ditawarkan dalam penelitian terdahulu adalah pendekatan yang apolitis dan terpusat pada teknikalisis individu. Tawaran literasi digital tidak melihat budaya politik yang merupa cara seseorang memahami dan mengambil tindakan sosial menyebar misinformasi. Selain itu, karena fokusnya pada etos individu, tawaran literasi digital juga absen melihat tempat (virtual) tertentu yang jadi wadah penyebaran misinformasi: yakni, cara tempat tersebut memungkinkan sosialitas tertentu dan cara penghuninya memanfaatkan fungsi komunikatifnya menurut ideologi media mereka. Makalah ini berusaha mendiskusikan hal-hal tersebut yang luput dibicarakan tawaran literasi digital dengan menempatkan perhatian pada kalangan selebritas mikro yang cakap mengelola media sosial; artinya, alih-alih kurang berliterasi digital, penyebar misinformasi bisa jadi justru sangat berliterasi digital, dan menggunakan kecakapan mereka untuk menata pemahaman akan konfigurasi politik yang dianggap buram (*murky*) di Indonesia.

METODE

Makalah ini didasari pada penelitian etnografis selama enam bulan, baik secara *online* maupun *offline*, berlangsung selama Oktober-Desember 2016 dan Maret-Mei 2017. Meski sudah terlampau lima tahun, latar Pilkada Jakarta 2017 tetap relevan dalam mengkaji misinformasi politik non-religius yang hingga tulisan ini ditulis pun masih kurang dibahas. Terutama karena momen Pilkada Jakarta 2017 merupakan saat kemunculan “kantong-kantong algoritmis” yang membagi masyarakat ke dalam sempalan ideologis dalam persepsi krisis, yang juntrungannya memburamkan banyak isu kebijakan (Lim, 2017; Rasidi, akan terbit; Wilson, 2017). Perhatian ditempatkan secara khusus pada selebritas mikro yang sudah menggunakan Twitter lebih dari lima tahun, dengan premis mereka memiliki kecakapan tak hanya untuk menggunakan media sosial tapi juga mengelola persona (Senft, 2013). Mengikuti Postill & Pink (2012) melakukan etnografi digital berarti mengikuti orang yang hidupnya berkelindan dalam “*messy web*”. Dalam artian, partisipasi-observasi dilakukan bukan hanya mengikuti aktivitas mereka di satu platform yang menjadi perhatian penelitian ini, yakni Twitter, melainkan juga berpartisipasi dalam keseharian fisik mereka.

Di *online*, yang menjadi bagian utama dalam penelitian ini, saya mengikuti pembicaraan, pranala, dan percakapan privat (melalui *direct message*), sebagai bentuk *deep hanging out* (Geertz, 2000) untuk mencoba merasakan dan mengikuti suasana di media sosial Twitter—secara emik disebut sebagai “atmosfer”. Saya melakukan partisipasi-observasi di Twitter sebagaimana seseorang melakukan partisipasi-observasi di suatu desa atau kota. Multimodalitas adalah hal tak terhindarkan dalam melakukan etnografi seperti ini, sehingga percakapan juga dilakukan melalui medium lain seperti WhatsApp dan telepon, demikian pula televisi saya nyalakan di rumah ketika pengguna Twitter sedang secara jamak merespons yang ditonton di televisi melalui *livetweet* (rentetan cuitan yang merepresentasikan kesaksian dan komentar atas kesaksian tersebut), umumnya saat terjadi mobilisasi Islam dan debat terkait Pilkada. Di *offline*, terkhusus pada bulan April-Mei 2017, saya mengikuti selebritas mikro dalam keseharian mereka seperti berkumpul di kafe, berbelanja, berjalan-jalan, hingga melakukan reportase acara (bagi *influencer* komersil).

Sebagai penelitian antropologi, penelitian ini lebih fokus ke kedalaman dan tidak berupaya melakukan generalisasi skala besar. Selain partisipasi-observasi, saya melakukan wawancara mendalam dengan para pengguna Twitter, terutama enam orang selebritas mikro sebagai informan kunci. Wawancara tambahan dilakukan di bulan April 2018. Tiga di antara enam informan kunci tersebut adalah *influencer* komersil, sementara tiga lagi tidak mengomersilkan ketenarannya. Pemilihan ini dilakukan untuk melihat persamaan dan perbedaan antara praktisi selebritas mikro yang “selalu dalam pantauan” relasi marketing seperti *influencer* (Rudyansjah & Rasidi, akan terbit) dan yang tidak. Bagian lain penelitian yang mendasari makalah ini adalah

“observasi tak terstruktur dan tak disengaja, rangkaian obrolan dan wawancara mendadak” (Hidayat, 2002, hlm. 158) selama September 2016 hingga Mei 2017. Di luar penelitian, saya terjalin erat dengan sosialitas para informan saya, termasuk dalam lingkaran pertemanan mereka yang lebih luas. Sehingga obrolan dadakan dengan teman-teman para informan berperan penting dalam memahami sosialitas pengguna Twitter di kisaran praktisi selebritas mikro. Menyetujui Rudyansjah (2012) posisionalitas peneliti yang sedemikian seharusnya menjadi pijakan tempatan dalam memahami intersubjektivitas dalam penelitian, alih-alih dijadikan tabu.

HASIL DAN DISKUSI

Selebritas Mikro Twitter dan Jemarinya: ‘Affordances’ dan Ideologi Platform Media

Dewi merasa gundah. *Influencer* komersil itu terganggu saat seorang selebritas mikro, yang juga *influencer* komersil, sedang membuat cuitan yang menyindir selebritas mikro lain. Pasalnya, seharusnya dua orang ini diundang di kegiatan yang sama untuk mempromosikan suatu produk, tapi salah satu dari mereka—yang menyindir—batal diundang. Dewi mengernyit saat mengenang kejadian itu. Menurut dia, seharusnya masalah seperti itu “jangan dibawa ke tempat umum,” apalagi dia adalah *influencer* yang cuitannya dilihat banyak orang. Seharusnya hal seperti itu tidak dicuitkan di Twitter dan diselesaikan saja secara pribadi. Misalnya lewat *direct message* Twitter. Namun rupanya orang ini terus menyindir. Akhirnya, setelah berkonsultasi dengan suami dan temannya, Dewi memutuskan untuk menegur orang itu dengan membalas cuitannya. Papar Dewi, teguran itu perlu dilakukan di linimasa agar dia tersadar akan apa yang dilakukannya di tempat publik. Sejak itu, Dewi tak lagi melihat orang itu menyindir-nyindir di linimasa.

Kisah seperti Dewi jamak didengar dalam percakapan saya dengan selebritas mikro. Maura, seorang selebritas mikro lain misalnya, menganggap Twitter adalah tempat orang asing lalu-lalang dan bisa berkomentar tanpa banyak berpikir panjang. Maura bercerita saat dia berkeluh-kesah tentang kesedihannya. Menurut Maura, dia sudah berusaha membatasi cuitannya dalam beberapa *tweet* pendek saja supaya tidak memenuhi linimasa dengan “curhat”-nya, tapi tetap ada orang asing yang berkomentar jahat. “Ngarep ada dukungan, atau dibiarin aja lah, cuma kok jadi salah banget *posting* gitu,” kata dia. Sebab itu, jika ingin berkeluh-kesah tanpa diganggu orang, tapi tetap ingin keluhannya dibaca orang banyak tanpa berharap ditanggapi oleh orang tertentu, Maura lebih nyaman menggunakan Path, media sosial yang membatasi lingkaran pertemanannya.

Cuplikan kisah Dewi dan Maura mengangkat percakapan tentang asumsi mengenai platform media sosial: apakah media sosial adalah ranah publik, atau ranah privat? Lebih spesifiknya, bagian mana kah yang publik di Twitter dan mana yang privat? Sebagai antropolog, pertanyaan ini tidak bisa dijawab serta-merta. Alih-alih, yang harus diperhatikan adalah cara penggunaannya sendiri mengkonstruksikan platform media sosial itu sebagai suatu tempat dengan karakteristik tertentu. Bagi Dewi, Maura, dan selebritas mikro lain, Twitter adalah tempat publik. Khususnya yang dimaksud di sini adalah linimasa; segala tindakan yang dibuat oleh akun publik dan bisa secara terbuka dilihat oleh siapa pun yang mengikuti akun tersebut. Ini mencakup *tweet*, *reply*, dan *retweet*. *Direct message*, walau juga bertempat di Twitter, dianggap lebih privat karena tak dapat dijangkau oleh semua orang.

Ada dua sisi yang penting untuk disoroti dalam membahas hal ini. Di satu sisi, konstruksi ini jelas konsekuensi konfigurasi arsitektur platform Twitter. Tiap tindakan digital tersebut akan terpapar pada tiap orang yang mengikuti si akun. Sejak akhir 2016, Twitter juga mulai mengutamakan cara kerja algoritmik di linimasa, yakni menampilkan cuitan berdasarkan kalkulasi mesin: dengan menghimpun sejumlah tindakan satu akun, mesin akan memperkirakan cuitan mana yang dianggap paling relevan untuk ditampilkan ke akun tersebut. Relevansinya diukur dari jumlah interaksi di *tweet* tersebut (*engagement*), interaksi si pengguna dengan pengguna lain yang bersangkutan, dan jenis *tweet* yang diinteraksikan pengguna (Twitter, 2017). Tiap akun bisa mengalami pengalaman linimasa berbeda meskipun mereka mengikuti akun-akun yang sama. Ini berbeda dari logika kronologis yang diterapkan sebelumnya, yakni menampilkan cuitan dimulai dari yang paling baru, tanpa pertimbangan relevansi.

Cara kerja algoritmik ini artinya pengguna bisa saja melihat akun-akun lain yang sebetulnya tak dia *follow*; bukan hanya lewat *retweet*, tapi lewat rekomendasi mesin yang disuguhkan Twitter. Pemutakhiran sistem rekomendasi Twitter saat itu memungkinkan suatu akun untuk menjadi “viral dalam skala yang tak terduga.” (Oremus, 2017, para. 6) Jelas bahwa pemutakhiran ini adalah upaya teknokapitalisme untuk mengupayakan penggunaannya agar lebih banyak menghabiskan waktu di Twitter. Seperti papar Riyanto (2017, hlm. 93), teknokapitalisme dengan demikian “merangsang para produsen [konten] untuk terus-menerus menghasilkan muatan yang memikat”. Namun Riyanto terlalu teknodeterminis dan luput melihat cara platform teknokapitalis itu sendiri dimaknai dan dipraktikkan oleh para penghuninya. Maka menarik mencermati cara Dewi membagi mana domain yang publik dan privat di satu tempat virtual Twitter: linimasa dirancang untuk mengekspos segala yang ada di dalamnya secara publik, sementara *direct message* tidak demikian. Ini adalah cara teknologi melalui konfigurasi arsitekturnya menstrukturisasi pengalaman, disebut *affordance*. *Affordance* pada media digital

melihat dinamika antara cara teknologi menyebabkan tindakan tertentu, dan, di sisi lain, cara tindakan sosial membentuk teknologi, yakni “artefak teknologi sama-sama mempromosikan suatu bentuk interaksi tertentu di antara pesertanya, dan menghalangi kemungkinan akan adanya interaksi lain.” (Hutchby, 2001, hlm. 32, dalam Gershon, 2010; Juris, 2012). Twitter menjadi tempat publik karena konfigurasi arsitekturnya dan penggunaannya memperlakukan tempat itu sebagai demikian.

Di sisi lain, memahami praktik bermedia sosial hari ini tak bisa dilepaskan dari kondisi bahwa pengguna terpaut erat dengan gawai dan memiliki beragam kemungkinan platform media sosial yang bisa digunakannya. Selain Twitter, di antara pengguna Indonesia lazim digunakan Instagram dan Facebook. Cara seseorang mempraktikkan keberadaan dirinya di Twitter harus dikontekstualisasi dengan praktiknya di media sosial lain. Mengapa dia menggunakan Twitter—apa yang dilakukannya di sana yang tak bisa dilakukannya di tempat lain (platform media sosial lain)?

Gershon menyebutkan praktik peralihan media (*media switching*) untuk menjelaskan ini: “pertukaran antara beragam *affordance* teknologi berbeda, dan khususnya, antara cara teknologi menstrukturisasi partisipasi.” (Gershon, 2010, hlm. 393) Praktik peralihan media mensyaratkan ideologi media (*media ideology*), yakni “asumsi orang tentang cara suatu medium mencapai tindakan komunikatif tertentu.” (Gershon, 2010, hlm. 391) Seseorang, misalnya, bisa meyakini bahwa status hubungan di Facebook bersifat publik, sehingga mengganti status hubungan dengan pacarnya menjadi “*It’s complicated*” sebagai cara menyebutkan ke banyak orang bahwa hubungan mereka sedang dalam guncangan. Sementara, menyatakan “putus” lewat telpon—dengan mendengar langsung suara satu sama lain—bisa jadi diyakini sebagai lebih pribadi dan deklarasi akhir bahwa hubungan mereka sudah benar-benar berakhir. Ideologi media memungkinkan orang melakukan peralihan media untuk kebutuhan berbeda.

Yang ‘raw’ dan viral: publik Twitter dan menyeruaknya buzzer politik

Bagi banyak selebritas mikro, publiknya Twitter kerap dikontraskan dengan Instagram. Instagram, menurut mereka, adalah tempat kebahagiaan bersemai. Orang-orang mengunggah foto terbaik, prestasi terbaik, dan lainnya; “yang cantik-cantik di Instagram. Pokoknya yang *happy-happy* tuh di Instagram,” kata Ayunda, seorang selebritas mikro. Twitter, lanjut dia, adalah yang “isinya masih *raw* banget.” Secara mirip, Dewi juga bercerita bahwa dia menggunakan sembilan aplikasi berbeda untuk mempermak unggahannya di Instagram supaya tampak sempurna, berbeda dari Twitter. Twitter adalah tempat segalanya terjadi: orang mengeluh, mengomel, mengekspresikan emosi, serta berdiskusi maupun berdebat satu sama lain. Kontras inilah yang disebut Gershon sebagai ideologi media; bagi selebritas mikro, Twitter memenuhi kebutuhan mereka untuk menjadi *raw* tanpa perlu tampak sempurna.

Pada tahun 2016-2017, di Twitter terdapat praktik yang disebut *twitwar* (perang *tweet*): rangkaian debat panjang satu sama lain, umumnya dilakukan selebritas mikro. Tak semua selebritas mikro terlibat *twitwar*—beberapa justru menjauhinya, terutama yang bekerja secara komersil—tapi tak ayal sebagian besar dari mereka menyimak bahkan menikmatinya. Jika *twitwar* terjadi di antara selebritas mikro besar, orang lazim meminta “koordinat” untuk menyimaknya. Selain itu, konfigurasi algoritmis Twitter juga memungkinkan pengguna menemukan *twitwar* atau jenis rangkaian cuitan lain melalui rekomendasi. Praktik ini memungkinkan sekumpulan orang yang tak saling *follow* dan tak saling kenal untuk terlibat dalam perdebatan dan diskusi. Alex memaparkannya sebagaimana berikut,

“Kalo di Facebook gue mesti add, mesti apa. Dan sepengamatan gue jenis orang yang nongkrong di tiga media sosial beda-beda. Twitter orang-orangnya yaa... lebih, ya udah, lebih cair, lebih fleksibel. ‘Gue gak peduli lu siapa, bisa [orang] random, gue setuju [sama lu]. ... Kalo di Instagram yaa... apa namanya, apa namanya... nggak nyaman aja buat gue kayaknya, buat debat. Bukan media yang pas—kalo buat gue ya—karena ada foto-foto. [Di] Twitter lu bisa contact ke stranger tanpa merasa attached, lu gak perlu tau, gak perlu deket-deket amat, bisa ikut diskusi. Bisa nyuekin.”

Dalam riwayatnya, lanskap Twitter di Indonesia banyak diisi oleh figur publik. Sejak Susilo Bambang Yudhoyono membuat akun Twitter saat menjabat presiden, banyak politikus lain yang kemudian mengikutinya. Aktivisme digital pun kerap diinisiasi melalui *hashtag* di Twitter, seperti #saveKPK saat menyeruak persetujuan polisi dengan KPK atau #KamiTidakTakut saat terjadi pengeboman di Jakarta. Berdasarkan obrolan tak terstruktur saya dengan jurnalis, Twitter pun jadi tempat utama bagi jurnalis—terutama media daring—untuk mencari berita terbaru: *trending topic* selalu menjadi topik untuk diangkat. Dengan demikian, publik Twitter di Indonesia adalah *networked publics*, “publik yang distrukturisasi ulang lewat teknologi jaringan” yang mana di dalamnya

“menyeruak komunitas terbayang sebagai hasil dari persinggungan orang-orang, teknologi, dan tindakan” (boyd, 2012, hlm. 8–9) dan melibatkan bukan hanya perusahaan, tetapi juga aktor politik dan pemirsa yang aktif mengonstitusi publik tersebut (Ardhianto, 2018; Lim, 2013)

Konsekuensi dari ciri publik tersebut adalah lumrahnya kampanye politik elektoral di Twitter. Semenjak fenomena kerelawanan politik di masa Pilkada Jakarta 2012, mobilisasi kampanye politik di media sosial menjadi hal yang lumrah (Saraswati, 2018; Suaedy, 2014). Menjadi lazim bagi tiap kandidat untuk mengerahkan bukan hanya tim sukses—dan orang-orang yang terlibat di dalamnya—di media sosial, tetapi juga mengerahkan figur di media sosial, termasuk *influencer*. Selain *influencer*, dikerahkan pula akun-akun bot dan akun-akun palsu. Akun-akun palsu terutama menjadi ujung tombak di masa Pilkada Jakarta 2017 untuk menghindari pantauan analis media sosial dan jurnalis yang mulai mengenali manipulasi opini di media sosial melalui bot (Rasidi, akan terbit). Bot tetap digunakan, tetapi akun palsu menjadi sarana penting untuk menciptakan kesan dukungan otentik seakan yang mencuit adalah manusia sungguhan. Kombinasi dari kerja *influencer* dan tim pengelola akun palsu ini menjadi bagian dari “tim tak terdaftar” yang melampaui batasan peraturan pemilu—tim *buzzer*. Tim *buzzer* ini dimiliki baik di pihak kampanye Ahok maupun pesaingnya, Anies Baswedan (lihat selengkapnya di Rasidi, akan terbit).

Hiperhermeneutika dan Penyibakan Keburaman

Bulan Oktober 2016, potongan video kunjungan Ahok di Pulau Seribu menyebar luas di Twitter. Menyebarluasnya kasus ini diamplifikasi dengan beragam tagar seperti #AhokPenistaAgama dan #saveUlama dan, ujungnya, memicu mobilisasi Islam terbesar pasca-Reformasi melalui rangkaian jilid Aksi 411 dan 212. Semua *interlocutor* saya resah—terutama mereka yang beridentitas Tionghoa, Kristen, atau keduanya. Setelah tersebarnya video tersebut lantas beredar pula beragam video, gambar, dan cuitan diskriminatif terhadap Tionghoa dan Kristen. Saat Aksi 411 berujung pada bentrok dengan kepolisian dan pembubaran paksa, semakin banyak pula penyebaran gambar dan video semacam itu; kadang dilengkapi dengan audio eksplisit seperti “bunuh Ahok” dan “ganyang Cina”. Tersebar juga gambar yang menunjukkan hinaan terhadap ulama yang mendukung Ahok. Tampilan audiovisual tersebut kerap menampilkan sosok-sosok bergamis putih seperti yang dilihat Alex atau beratribut huruf Arab di baju dan bendera yang diusungnya—menampilkan sosok yang seakan liyan dari lanskap budaya kalangan menengah Jakarta.



Gambar 1. Foto di Twitter, Disebut-sebut sebagai Pendukung Aksi 212 yang Menghina Ulama.
Sumber: Twitter.

Oddy adalah salah satu *interlocutor* saya yang aktif menyebarkan pesan semacam itu di Twitter. Seperti Alex, dia juga mengumpulkan cuitan Twitter yang mengindikasikan bahayanya mobilisasi Islam: kalangan yang menyerukan kebangkitan khilafah, pemenjaraan Ahok, pengusiran Tionghoa, dan seterusnya. Bahkan dia

menyimpan gambar dan video tersebut ke dalam ponselnya, sebagai “bukti” andaikata cuitan tersebut hilang atau akun-akun yang menyebarnya “diserang Islam fundamentalis.” Seperti pada Alex, saya menanyakan padanya kebenaran informasi tersebut dan apakah menurutnya gambar atau videonya diedit. Oddy menatap saya heran, tapi dia terdiam sejenak, seperti berpikir. Ragu, dia melanjutkan bahwa sebenarnya dia juga tidak yakin, “Nggak jelas. Kita nggak tau mereka [revivalis Islam] rencanain apa, nggak tau mereka bakal ngapain,” kata Oddy. “Lo lihat kan [mobilisasi massanya]? Kuatir tau. Ati-ati banget deh.” Memang, sebagaimana banyak cerita yang tersebar di saat itu, kebenarannya sulit diverifikasi. Warga Twitter harus percaya pada kesaksian (*witnessing*) yang direkam oleh si penyebar informasi. Di Twitter, praktik menangguk kebenaran terhadap kesaksian ini bukan hal asing; lumrah bagi para selebritas mikro dan *interlocutor* saya untuk menyimak reportase *livetweet* sebagai bentuk kesaksian.

Oddy, meski begitu, menambahkan bahwa situasi di saat itu punya kepentingannya sendiri. “Apa pun bisa terjadi di kondisi begini,” katanya, lantas memaparkan tentang sulitnya kita sebagai warga biasa untuk mengetahui apa yang dirancang oleh para politikus di belakang layar. “Agama dipake demi kepentingan politik” adalah salah satu ungkapan yang lumrah saya dengar di antara *interlocutor* saya. Saat itu beredar juga berita tentang kunjungan Anies Baswedan, pesaing Ahok, ke kalangan kelompok Islam seperti Front Pembela Islam—meneguhkan kecurigaan bahwa Anies berusaha mengkapitalisasi kondisi ini demi kemenangan elektoral. Di saat bersamaan beredar juga survei yang dipublikasi oleh Setara Institut dan Komnas HAM mengenai naiknya tingkat intoleransi di Indonesia: mayoritas siswa di Jakarta dikategorisasi sebagai ekstremis, dan provinsi Jawa Barat adalah provinsi paling intoleran se-Indonesia. Oddy merasa bahwa fakta-fakta ini—baik sebaran foto-foto maupun sebaran hasil survei—sangat kurang diliput oleh media; Twitter sangat membantunya memahami apa yang “sebenarnya lagi kejadian”.

Saat mengamati cuitan yang mereka kumpulkan, saya menyadari bahwa sebagian akun yang menyebarnya adalah akun-akun yang terkoordinasi dalam kampanye Pilkada Jakarta 2017: para *buzzer* politik. Saya mengenali akun-akun tersebut dari riset yang dilakukan dalam periode waktu yang sama (lihat Rasidi, 2016, 2019). Namun, Oddy, seperti halnya Alex, menangguk identitas si penyebar. “Gimana gue tau?” kata Oddy, “Yang penting gue usaha ngumpulin dulu. Salah-bener itu nanti. Itu gunanya sosmed, kalo salah bisa dikoreksi.” Dianggap mendesak saat itu adalah adanya potensi ancaman dari kalangan Islamis yang mengancam Jakarta. Bahkan, jika benar kalangan Islam revivalis menguasai ibukota, bisa jadi mereka akan mengubah Indonesia menjadi “Indonistan” lewat penerapan syariah Islam. Tim kampanye Ahok pun, lewat tim *buzzer* maupun tim sukses resmi, merongrong sentimen ini: mengamplifikasi isu identitas sebagai ancaman besar dan mengontraskannya dengan ideologi negara Pancasila, hingga mengabaikan isu kebijakan yang saat itu juga menjadi kritik dalam suasana pilkada (Burhani, 2017; Rasidi, akan terbit; Wilson, 2017). Alex menegaskan bahwa dia tidak mengkurasi dan menyebarkan “bukti-bukti” gejala “Indonistan” itu di platform lain, hanya di Twitter:

“Orang lain bisa bosen. Mereka gak suka postingan politik, terserah. Gue gak peduli. ... [M]aksud gue ini di pikiran gue. Apa yang gue mau bilang, gue bilang [di Twitter]. Kalo ada apa-apa bisa gue hapus nanti. ... [Politik] tuh personal, tapi semua orang juga tau. Gue udah bilang sama lo, gue khawatir. Gue khawatir ngeliat pemilu ini, kalo gue post, itu perasaan gue. Gue post buat ngeliat perasaan orang lain, sama gak? Gue liat perasaan orang lain. Ternyata gue gak sendirian kan.”

Beberapa kajian mengenai disinformasi di titik ini lazimnya akan menyibukkan diri dengan persoalan niat penyebar pesan (lihat Wardle & Derakhshan, 2018). Misalnya, ada pembedaan kategori mengenai disinformasi—tindakan *sengaja* menyebar informasi keliru—dengan misinformasi—tindakan *tidak sengaja*. Kajian lain bicara mengenai permasalahan partisanisme politik yang menyebabkan seseorang *percaya* dengan satu pesan lantaran keberpihakan pada satu tokoh atau faksi politik tertentu (lihat Parahita, 2018). Kajian-kajian tersebut mengangkat pokok menarik, tapi sulit untuk melihat secara empiris *niat* dan *kepercayaan* seseorang dalam satu tindakan sosial. Lagipula, terkadang hal sedemikian tak bisa ditarik hitam-putih: dalam kasus ini, yang terjadi adalah penanggukan ke(tidak)percayaan. Saya berargumen bahwa lebih penting memposisikan tindakan misinformasi ini dalam ruang Twitter dan budaya politik Indonesia.



Gambar 2. Cuitan yang Menampilkan Mobilisasi Islam, disebarakan *Buzzer* Pendukung Ahok.
Sumber: tangkapan layar penulis.

Menarik mencermati ungkapan Alex dan Oddy. Mereka sendiri tidak terlalu yakin mengenai kebenaran informasi yang mereka sebar, tapi mereka percaya bahwa ada sesuatu yang sebetulnya bekerja di balik gejala yang mereka lihat. Mereka menganggap gejala ini mewabah di lingkungan sosial mereka. Spyer menyebut ini hiperhermeneutika: “desakan kebutuhan untuk menginterpretasi dan menggali segala hal akan adanya makna yang tersembunyi, melihat segala kebetulan kecil sebagai suatu pertanda akan hadirnya sesuatu.” (Spyer, 2002, hlm. 35) Benar-tidaknya suatu hal ditangguhkan; alih-alih, bahwa ada orang-orang yang mengangkat permasalahan ini sudah cukup untuk mensinyalkan bahwa masalah ini nyata. Fakta adanya orang-orang bergamis putih bisa ditarik dengan mudah dengan fakta terpisah bahwa intoleransi sedang naik, kemudian dirangkai lagi dengan fakta lain bahwa Anies mengunjungi kalangan Islam revivalis, serta fakta lain bahwa Ahok dituduh melakukan penistaan agama. Kesemua ini rangkaian yang jelas: kelompok Islam bersiap meng-Indonistan-kan Indonesia lewat Jakarta.

Kebiasaan untuk membaca yang tersirat ini bukan hal baru. Di masa Orde Baru, pejabat publik kerap, sebagaimana diliput media, memberikan sinyal bahwa yang disampaikan di publik tidaklah utuh—gestur, raut wajah, dan lain-lain mengungkapkan fakta lain yang disembunyikannya (Hidayat, 2002; Hill, 2007). Di tahun 2016-2017, masih lazim pula saya mendengar pandangan seperti ini. Saat Ahok tampil di televisi menyampaikan sanggahannya mengenai kasus penodaan agama, linimasa Twitter segera dibanjiri analisis gestur dan raut wajah yang berusaha mengungkap apa yang berusaha disampaikan Ahok sebetulnya. Begitu pula saat Jokowi memutuskan untuk salat bersama peserta Aksi 212; manuver ini dianalisis sebagai semacam manuver “politik Jawa” rumit yang penuh simbolisme.

Di Indonesia, politik elektoral dan tindakan pejabat publik kerap tersembunyi di belakang layar. Apa yang tersaji di depan dianggap sebagai sesuatu yang sudah dikurasi dengan baik dan tidak menyingkap fakta seutuhnya. Hal yang sama tampaknya juga berlaku dengan cara orang memandang kelompok Islam—sama-sama jauh dari keseharian, apalagi liyan. Dengan demikian, upaya untuk menangkap separuh dari hal tersebut lewat sebaran video dan foto orang bergamis putih adalah upaya untuk menyingkap hal tersebut. Dalam hal ini, cuitan Twitter dianggap sebagai bentuk otentik kesaksian: sesuatu yang dianggap “raw” dan apa adanya, semacam ekspresi kejujuran yang tak mampu disediakan platform lain. Ini tentunya dilengkapi dengan kepingan fakta mengenai naiknya intoleransi dan kepingan informasi parsial mengenai manuver Anies. Kepingan-kepingan ini dianggap sebagai bagian dari fakta yang harus dirangkai bersama. Dengan kata lain, misinformasi tidaklah mengambang di ruang hampa, tetapi bertumpu pada fakta-fakta yang parsial.

Perlu diperhatikan juga posisi para selebritas mikro mengenai informasi yang mereka sebar: jika ternyata salah, “bisa dikoreksi” atau “bisa gue hapus nanti.” Pada kenyataannya, banyak dari misinformasi itu

yang dibiarkan mengambang—tidak ada verifikasi benar-salahnya. Bahwa (mis)informasi itu sudah tersebar justru dianggap jadi bagian dari usaha menyusun kepingan teka-teki yang lebih besar. Penanggulangan koreksi yang dianggap bisa diperbaiki dengan penghapusan cuitan ini menunjukkan satu aspek lain dalam Twitter: otentikasi sebagai sesuatu yang dikreasi bersama. Warga Twitter tidak tahu kebenarannya dan membiarkan verifikasi sebagai kerja bersama. Dengan demikian, kerja penyebaran misinformasi menjadi suatu kerja kurasi yang membutuhkan kecakapan digital. Misinformasi adalah keterampilan untuk menata keburaman.

SIMPULAN DAN SARAN

Jika misinformasi kerap dikontraskan dengan tingkat pendidikan dan literasi digital, makalah ini mencoba menghadirkan gambaran lain dalam memahami misinformasi. Alih-alih defisit literasi digital, selebritas mikro yang terlibat menyebarkan misinformasi dalam makalah ini adalah orang yang sangat cakap: mereka bisa mengelola persona sebagai selebritas mikro, mereka mengumpulkan dan mengkurasi misinformasi, dan mereka memanfaatkan konfigurasi teknologi Twitter untuk menyebarkan misinformasi tersebut. Terlebih, mereka semua sangat tidak simpatik dengan populisme agama dan bertindak menyikapi fenomena tersebut. Ini sangat berbeda dari gambaran umum tentang misinformasi dan pelaku penyebarannya.

Perlu menjadi catatan bahwa tindakan penyebaran misinformasi ini tidak mesti melulu dipahami dalam rangka proyek politik. Beberapa kajian melihat penyebaran misinformasi sebagai suatu pernyataan politik: kebenaran diabaikan demi mendiskreditkan suatu tokoh atau faksi politik (Fernbach & van Boven, 2022; Parahita, 2018). Di makalah ini, ketimbang pengabaian kebenaran, yang terjadi adalah penanggulangan. Tindakan misinformasi adalah tanggapan terhadap politik elite yang bagi warga kebanyakan buram dan seperti mensinyalkan adanya intrik tersembunyi di belakang layar. Dengan kata lain, misinformasi adalah respons terhadap permasalahan partisipasi politik yang mengakar dalam dalam budaya politik Indonesia—justru, bisa jadi, misinformasi adalah sebetulnya partisipasi politik.

Melampaui literasi digital, dengan demikian, perlu dilakukan dengan melampaui asumsi-asumsi dasar tentang deliberasi individual. Bukan berarti kajian mengenai kurangnya literasi digital menjadi tidak penting atau justru salah. Alih-alih, lebih dari memperkuat kapasitas individu, fenomena ini perlu dibingkai ke dalam konteks budaya politik tempat individu itu bernaung. Bisa jadi bagian dari solusi masalah ini adalah literasi politik. Individu perlu diberlakukan sebagai warga negara yang mana partisipasi politiknya harus melampaui sekadar pemilihan di kotak suara. Literasi politik ini juga perlu mempertimbangkan bukan cuma tempat fisik individu, tapi juga praktik bermediana—cara individu mengklasifikasi platform media sosial sebagai tempat sosialitas mereka. Satu tindakan misinformasi yang marak di satu platform, bisa jadi tidak marak di platform lain atau menjelma dalam bentuk lain. Menghadapi misinformasi harus selalu spesifik secara budaya, dan tidak ada solusi peluru perak yang berlaku universal. Jika misinformasi dihadapi secara universal, risiko yang terjadi justru hanyalah teknikalisis kompleksitas sosial.

PENGAKUAN

Terima kasih pada semua praktisi selebritas mikro dan *interlocutor* yang sudah meluangkan waktu untuk berbagi dan melalui masa-masa yang sulit.

REFERENSI

- Akmaliah, W. (2018). Bukan Sekadar Penggaung (Buzzers): Media Sosial dan Transformasi Arena Politik. *MAARIF*, 13(1), 9–25.
- Akmaliah, W. (2019). Kebenaran yang Terbelah: Populisme Islam dan Disinformasi Politik Elektoral. *MAARIF*, 14(1), 129–149.
- Ardhianto, I. (2018). Contemporary Islamic Movement, Popular Culture and Public Sphere in Indonesia: The #IndonesiaTanpaJIL Movement. *Archipel*, 95, 151–171.
- boyd, danah. (2012). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- BU, D. (t.t.). *Kerangka Literasi Digital Indonesia*. ICT Watch.
- Burhani, A. N. (2017). Ethnic Minority Politics in Jakarta's Gubernatorial Election. *ISEAS Perspective*, 2017(39), 1–6.
- Couldry, N. (2010). Theorising Media as Practice. In B. Brauchler & J. Postill (Eds.), *Theorising Media and Practice* (Vol. 4, Issue 4, hlm. 35–54). Berghahn Books.
- Ferguson, J. (1990). *The Anti-Politics Machine: Development, Depoliticization, and Bureaucratic Power in Lesotho*. University of Minnesota Press.

- Fernbach, P. M., & van Boven, L. (2022). False polarization: Cognitive mechanisms and potential solutions. *Current Opinion in Psychology*, 43, 298–314.
- Geertz, C. (2000). *Available Light: Anthropological Reflections on Philosophical Topics*. Princeton University Press.
- George, C. (2017). *Pelintiran Kebencian: Rekayasa Ketersinggungan Agama dan Ancamannya bagi Demokrasi*. Pusat Studi Agama dan Demokrasi (PUSAD) Yayasan Paramadina.
- Gershon, I. (2010). Breaking Up Is Hard To Do: Media Switching and Media Ideologies. *Journal of Linguistic Anthropology*, 20(2), 389–405.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. Wiley Computer Pub.
- Haq, M. N. (2021). Patronizing the Mass: How Middle-Agents Deepened Populism and Post-Truth in Indonesia 2019 Presidential Election. *Jurnal Politik*, 7(1), 75–103.
- Haryatmoko. (2019). Era Post-truth dan Prasangka Negatif. In *Post-truth dan (Anti) Pluralisme* (Issue 2018, hlm. 3–19). Penerbit Buku Kompas.
- Hidayat, D. N. (2002). 'Don't Worry, Clinton is Megawati's Brother': The Mass Media, Rumours, Economic Structural Transformation and Delegitimization of Suharto's New Order. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 64(2), 157–181.
- Hill, D. T. (2007). *The Press in New Order Indonesia*. Equinox.
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya. *Jurnal Pekomnas*, 3(1), 31–44.
- Juris, J. S. (2012). Reflections on #Occupy Everywhere: Social media, public space, and emerging logics of aggregation. *American Ethnologist*, 39(2), 259–279.
- Kurniawan, B. (2018). Politisasi Agama di Tahun Politik: Politik Pasca-Kebenaran di Indonesia dan Ancaman Bagi Demokrasi. *Jurnal Sosiologi Agama*, 12(1), 133–154.
- Kusman, A. P. (2017). Hoaxes and fake news: a cancer on Indonesian democracy. In *Indonesia at Melbourne*. <https://indonesiaatmelbourne.unimelb.edu.au/hoaxes-and-fake-news-a-cancer-on-indonesian-democracy/>
- Larkin, B. (2013). The Politics and Poetics of Infrastructure. *Annual Review of Anthropology*, 42, 327–343.
- Lim, M. (2013). Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(4), 636–657.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427. <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>
- Lovlie, L. (2005). Is there any body in cyberspace? or the idea of a cyberbildung. *Utbilding & Demokrati*, 14(1), 115–130.
- MASTEL. (2017). *Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional*. <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2017/>
- Monggilo, Z. M. Z., & Kurnia, N. (2021). *Modul Cakap Bermedia Digital*. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika.
- Nadzir, I., Seftiani, S., & Permana, Y. S. (2017). Hoax and Misinformation in Indonesia: Insights from a Nationwide Survey. *ISEAS Perspective*, 2019(92), 87–94.
- Oremus, W. (2017). Twitter's New Order. *SLATE*. http://www.slate.com/articles/technology/cover_story/2017/03/twitter_s_timeline_algorithm_and_its_effect_on_us_explained.html
- Pakpahan, R. (2017). Analisis Fenomena Hoax di Berbagai Media Sosial dan Cara Menanggulangi Hoax. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNIST)*, 479–484.
- Parahita, G. D. (2018). Voters (Dis)-Believing Digital Political Disinformation in Gubernatorial Election of DKI Jakarta 2016-2017. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 127–143.
- Paul, C., & Matthews, M. (2016). The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It. In *Perspectives*. RAND Corporation. <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>
- Postill, J., & Pink, S. (2012). Social Media Ethnography: The Digital Researcher in a Messy Web. *Media International Australia*, 145(1), 123–134.
- Rahmatullah, T. (2018). Hoax Dalam Perspektif Hukum Indonesia. *Jurnal Hukum Media Justitia Nusantara*, 8(2), 103–111.
- Rasidi, P. P. (akan terbit). Of Play and Good Men: Moral Economy of Political Buzzing in Indonesia. In Y. Sastramidjaja (Ed.), *Digital Technologies and Democracy in Southeast Asia*. ISEAS-Yusof Ishak Institute.
- Rasidi, P. P. (2016). Cyber Army, Mesin Propaganda yang Tak Kasat Mata. *Youth Proactive*. <http://youthproactive.com/201612/selidik/cyber-army-mesin-propaganda-terselubung/>
- Rasidi, P. P. (2019). "Part of the Spectacle": Political Buzzers and the Performing of Digital Propaganda. *The 7th International Symposium of Journal Antropologi Indonesia*, 59–63.

- Riyanto, G. (2017). Media Sosial, Habitat Alami Populisme Religius? Pertautan Ganjil Teknokapitalisme, Politik Agama, dan Obsesi Afirmasi. *MAARIF*, 12(1), 87–105.
- Rudyansjah, T. (2009). *Kekuasaan, Sejarah, & Tindakan: Sebuah Kajian tentang Lanskap Budaya*. Raja Grafindo Persada.
- Rudyansjah, T. (2012). Going Native sebagai Tabu dan Identitas Tempatan Sebagai Pijakan Etnografis. In T. Rudyansjah (Ed.), *Antropologi Agama: Wacana-wacana Mutakhir dalam Kajian Religi dan Budaya* (hlm. 1–30). Penerbit Universitas Indonesia.
- Rudyansjah, T., & Rasidi, P. P. (akan terbit). Virtual Embodiment in Physical Realities: Brand Buzzers and Disciplined Bodies in an Indonesian Cyberscape. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*.
- Sabrina, A. R. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi Hoaks. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 5(2), 31–46.
- Saraswati, M. S. (2018). Social Media and the Political Campaign Industry in Indonesia. *Jurnal Komunikasi ISKI*, 03(01), 51–65.
- Senft, T. M. (2013). Microcelebrity and the Branded Self. In *A Companion to New Media Dynamics* (First, hlm. 346–354). Blackwell Publishing.
- Sirajuddin, Kamil, S. U. R., & Fachruddin, S. (2017). War 3.0: The Indonesia Challenge Against Hoax, Hate Speech and Social Media Abuse. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 143, 88–90.
- Spyer, P. (2002). Fire without Smoke and Other Phantoms of Ambon's Violence: Media Effects, Agency, and the Work of Imagination. *Indonesia*, 74, 21–36.
- Suaedy, A. (2014). The Role of Volunteers and Political Participation in the 2012 Jakarta gubernatorial Election. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 33(1), 111–138.
- Sudarmanto, B., & Meliala, A. (2020). Harmful Discourse on Social Media: The Triggering Factors of Persecution Acts in Post-Truth Era. *International Journal of Cyber Criminology*, 14(1), 236–253.
- Susilo, M. E., Yustitia, S., & Afifi, S. (2020). Intergeneration Comparison of the Spread Pattern of Hoax. *Jurnal ASPIKOM*, 5(1), 50–62.
- Twitter. (2017). Using Deep Learning at Scale in Twitter's Timelines. In *Twitter Blog*. https://blog.twitter.com/engineering/en_us/topics/insights/2017/using-deep-learning-at-scale-in-tweets-timelines.html
- Utami, P. (2018). Hoax in Modern Politics: The Meaning of Hoax in Indonesian Politics and Democracy. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 85–97.
- Wardani, M. M. S. (2017). Manipulasi Bahasa dalam Teror Kabar Bohong (Hoax). *Jurnal Ilmiah Kebudayaan SINTESIS*, 11(2), 87–94.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Thinking About "Information Disorder": Formats of Misinformation, Disinformation, and Mal-information. In C. Ireton & J. Posetti (Eds.), *Journalism, "Fake News", & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training* (hlm. 44–56). UNESCO.
- Wilson, I. (2017). Jakarta: inequality and the poverty of elite pluralism. *New Mandala*. <https://www.newmandala.org/jakarta-inequality-poverty-elite-pluralism/>