

Social Media and the Post-Truth World Order: The Global Dynamics of Disinformation

Rafi Alif Muhammad Akbar

Penulis : Gabriele Cosentino
Penerbit : Palgrave Macmillan
Tahun Terbit : 2020
Halaman : 151

Terpilihnya Donald Trump sebagai presiden AS pada 2016, bersamaan juga dengan keputusan Britania Raya keluar dari Uni Eropa (Brexit) memicu diskusi panjang perihal fenomena *post-truth*. *Post-truth* sendiri dapat diartikan sebagai situasi di mana realitas tidak lagi objektif. Artinya, orang akan lebih menerima argumen-argumen berdasarkan emosi yang subjektif, alih-alih fakta empirik. Dalam fenomena ini, realitas didisrupsi dengan kehadiran info-info yang kebenarannya diragukan dan membentuk kebingungan publik. Media sosial menjadi poin pembicaraan krusial ketika membicarakan *post-truth* karena ia memungkinkan berita tersebar dengan cepat dan, melalui algoritmanya, lebih *targeted* kepada pengguna tertentu. Peran media sosial dalam kondisi *post-truth* kemudian berhubungan dengan konteks global yakni keresahan terkait tatanan liberal yang dibangun oleh Barat.

Buku berjudul *Social Media and the Post-Truth World Order: The Global Dynamics of Disinformation* yang ditulis oleh Gabriele Cosentino (2020) berangkat dari premis bahwa kondisi kultural dan politik *post-truth* dapat menjadi pendorong perubahan pada level geopolitik. Dalam hal ini, *post-truth* diejawantahkan dalam bentuk penyebaran sengaja maupun tidak sengaja informasi-informasi yang kebenarannya dipertanyakan melalui platform internet. Selain itu, kondisi *post-truth* juga dieksploitasi elite politik untuk menjalankan strategi kampanye berbasis manipulasi. Dengan media internet yang bersifat global dan lintas batas negara, fenomena *post-truth* menjadi sebuah fenomena internasional yang membentuk perilaku negara. Dalam diskusi mengenai fenomena tersebut, media sosial menjadi

sentral dalam analisisnya. Dalam buku ini, disajikan studi kasus dari Rusia, Amerika Serikat (AS), Suriah, Myanmar, dan Brazil untuk menjelaskan poin tersebut.

Kondisi *post-truth* tidak hadir dalam ruang kosong. Ia hadir dalam sebuah konteks yang bertaut dan kompleks. Dalam konteks media, transformasi historis bentuk media massa berperan mendorong terciptanya kondisi *post-truth* di mana media massa semakin bertendensi ideologis, bercampur dengan hiburan, dan berfokus ke jurnalisme opini. Akhirnya, liputan faktual dan investigatif menjadi berkurang. Tidak bisa dilepaskan pula fenomena politik populisme yang menjamur di Eropa dan AS, ditandai dengan terpilihnya Donald Trump sebagai presiden AS dan terjadinya Brexit, keduanya pada 2016.

Konteks hegemoni global juga penting di mana tatanan liberal yang dibangun Barat tengah mengalami krisis. Serangkaian liberalisasi dan terjadinya globalisasi yang cepat, ditambah dengan krisis finansial global 2008 menandakan bahwa tatanan liberal Barat yang berbasis kapitalisme neoliberal sudah tidak lagi mumpuni. Dalam konteks ini, ada segmen masyarakat yang dimarjinalkan tatanan tersebut dan menuntut perubahan. Melihat konteks ini, studi kasus yang disajikan dalam buku tersebut akan menunjukkan bahwa platform media sosial telah menjadi arena dan aktor global yang memungkinkan aktor-aktor internasional untuk menjadikannya instrumen mencapai kepentingan.

Terdapat berbagai bentuk disinformasi dan misinformasi yang menandai kondisi *post-truth*. Pertama adalah bom rumor (*rumour bombs*) di mana akan disebarkan klaim-klaim ambigu, kontradiktif, dan terencana untuk menciptakan kebingungan dan perdebatan di ruang publik. Kedua, berita palsu (*fake news*) juga digunakan untuk melakukan disinformasi dan misinformasi, yakni dengan memfabrikasi berita-berita bohong untuk mencapai kepentingan tertentu. Ketiga adalah kebohongan yang mana menjadi sifat inheren dari *post-truth*.

Salah satu praktik *post-truth* yang sempat menjadi pembicaraan adalah keterlibatan Rusia dalam pemilihan umum (pemilu) AS pada tahun 2016 dimana Trump keluar sebagai presiden terpilih. Investigasi dari agensi di AS membuktikan bahwa ada keterlibatan sebuah agensi yang berbasis di St. Petersburg, Rusia yang turut campur melakukan disinformasi dan misinformasi di AS sebelum dan selama pemilu. Agensi tersebut adalah Internet Research Agency (IRA) yang melalui proses investigasi diklaim telah aktif di AS semenjak 2014. Pendirinya Yevgeny Prigozhin memiliki kedekatan dengan Vladimir Putin dan komunitas intelijen Rusia. Tahun 2018, Prigozhin diperiksa dalam kasus intervensi tersebut. IRA sendiri merupakan bagian dari strategi perang informasi Rusia, selain stasiun televisi RT dan media daring Sputnik.

Kampanye propaganda yang dilakukan IRA memanfaatkan platform media sosial besar di AS, yakni Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Dimulai dengan disinformasi hoaks soal serangan teroris palsu, semakin lama IRA berkembang menjadi mesin informasi yang bertujuan untuk mengadu domba komunitas politik di AS dengan menggunakan *meme* dan fabrikasi peristiwa-peristiwa palsu. Kampanye daring jelang pemilu 2016 merupakan bagian dari tiga strategi utama, yakni (1) meretas sistem pengambilan suara pemilu, (2) serangan siber ke surel Komisi Nasional Partai Demokrat (DNC), dan (3) memicu perpecahan politik AS.

Hal yang dilakukan IRA bukanlah fabrikasi fakta dari nol, melainkan mengamplifikasi keresahan yang sudah ada di masyarakat melalui media sosial. Cara yang digunakan untuk melakukan ini adalah membentuk berbagai grup Facebook lintas ideologi politik (mulai dari grup pro-kemerdekaan Texas hingga BlackLivesMatter) yang menggunakan persona aktivisme dengan konten sensasional. Tujuannya adalah untuk memupuk ketidakpercayaan warga AS terhadap institusi demokratisnya sendiri. Dasar filosofis strategi ini adalah *managed democracy*, yakni mencoba membangun ketidakpastian dimana politik digambarkan sebagai “teater” dimana tidak ada yang tahu apa yang fakta dan apa yang

tidak. Semisal, dibuat demonstrasi-demonstrasi buatan untuk menciptakan ilusi demokrasi, sementara para elite tetap bertindak selayaknya otokrat.

Managed democracy menjadi basis operasi Rusia di AS. Setidaknya ada 120 acara yang diorganisasi IRA *via* Facebook dari tahun 2015 hingga 2017 dan dilihat oleh 300.000 pengguna. Strateginya adalah mencari isu-isu yang sensitif di skena politik AS (ras, gender, kultural, senjata api). Uniknya, segmen masyarakat yang diorganisasi tidak hanya dari satu sisi spektrum politik saja, tapi semua. Dengan ini, diharapkan tercipta kebingungan dan kegamangan, sekaligus menciptakan perpecahan. Hal ini sekaligus menunjukkan usaha Rusia untuk menyaingi AS. Rusia tidak mampu secara langsung melawan AS secara militer atau ekonomi, tapi dengan informasi, serangan tidak langsung dapat memberi derajat destruksi di politik domestik AS.

Salah satu ciri khas era *post-truth* adalah bagaimana teori konspirasi yang sebelumnya hanyalah obrolan di forum-forum pinggiran internet, menjadi konsumsi publik arus utama. Meskipun topiknya spesifik di satu negara, tapi sebuah teori konspirasi dapat mengglobal. Dalam kasus konspirasi *pizzagate*, elite-elite Partai Demokrat dituduh terlibat dalam sebuah lingkaran pedofilia yang bermarkas di sebuah toko pizza di Washington. Orang yang tertuduh termasuk Hillary Clinton yang pada saat itu akan maju sebagai kandidat presidensial. Konspirasi yang awalnya merupakan diskusi di forum 4chan dan Reddit, kemudian diampifikasi *influencer* sayap kanan di Facebook (terutama Alex Jones). Puncaknya adalah ketika lingkaran politik Donald Trump juga turut berkomentar soal konspirasi ini, memicu bantahan dari pejabat-pejabat Demokrat. Interaksi ini kemudian membuat *pizzagate* menjadi populer, terutama di Twitter di mana tagar “#pizzagate” dicuitkan lebih dari satu juta kali.

Dalam gambar besarnya, teori konspirasi teori muncul di level akar rumput karena ada kekecewaan dan keresahan terhadap *status quo*, yakni elite

liberal global yang dianggap gagal menyelesaikan masalah-masalah dunia. Tatanan dunia dianggap didesain sedemikian rupa dan beberapa segmen masyarakat merasa terpinggirkan karenanya. Ditambah lagi, elite *status quo* gagal memberikan solusi efektif untuk menjawab keresahan mereka. Akhirnya, teori konspirasi yang cenderung lebih “mudah” dipahami karena dengan jelas menunjukkan siapa yang benar dan salah menjadi jalur alternatif pemahaman mereka.

Selain gerakan akar rumput, kondisi *post-truth* juga dieksploitasi oleh rezim berkuasa. Perang Sipil Suriah menjadi arena rezim Bashar Al- Assad dan sekutunya Rusia untuk melancarkan perang informasi. Hal ini dilakukan dengan cara menggunakan bom rumor. Bom rumor adalah penyebaran klaim-klaim ambigu dan kontradiktif untuk menciptakan kebingungan publik. Dalam konteks Suriah, bom rumor berputar di lingkungan pemerintah dan militer di mana sebuah organisasi kemanusiaan internasional, White Helmets, menjadi korbannya.

Dalam Perang Sipil Suriah 2011, media sosial telah menjadi instrumen propaganda khususnya setelah Rusia ikut campur di tahun 2015. Narasi utama yang berusaha dilancarkan oleh Assad dan Rusia adalah bahwa para pemberontak merupakan jaringan teroris radikal. Rusia, dalam hal ini, memanfaatkan Suriah sebagai arena mereka melakukan perang hibrida, yakni menggunakan manipulasi media, disinformasi dan ruang siber untuk mendukung perang konvensional. Rusia berkontribusi membantu Assad melalui kanal media pemerintahan mereka RT, kanal media daring Sputnik, jaringan *think tank*, dan akun-akun media sosial.

White Helmets, sebuah organisasi humaniter yang aktif membantu korban sipil perang di Suriah menjadi target disinformasi karena mereka kerap menyediakan dokumentasi kegiatan militer Suriah dan Rusia. Di dalam dokumentasi tersebut, Suriah dan Rusia terekam menggunakan senjata-senjata yang dilarang oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Assad dan Rusia kemudian menggunakan strategi 4D untuk membingungkan

diskursus publik: *dismiss* (tolak), *distort* (distorsi), *distract* (alihkan), dan *dismay* (kecemasan), yang diperparah dengan absennya kebebasan pers di Suriah.

Teknik *dismiss* dilakukan Assad dan Rusia dengan membantah dan menolak segala bukti dan saksi yang krusial dalam membuktikan bahwa bombardir pasukannya membunuh masyarakat sipil. Hal ini dilakukan melalui unggahan konten-konten yang terorganisasi yang dilakukan oleh *bot*, *troll*, dan akun-akun *influencer* untuk membangun pemahaman bahwa White Helmets adalah organisasi yang tidak punya legitimasi. Sebuah ekosistem daring yang terdiri atas ribuan akun pro-Rusia membuat ratusan cuitan per hari dengan jangkauan sekitar 56 juta pengguna. Algoritma juga dimanfaatkan untuk memunculkan konten buruk terkait White Helmets di pencarian teratas YouTube atau Google.

Distort yang dilakukan Assad dan Rusia adalah membuat kampanye disinformasi yang menggambarkan bahwa White Helmets adalah organisasi Jihad yang terhubung dengan Al Qaeda, yang membuat masyarakat sipil yang dibantu oleh White Helmets menjadi “tidak pantas untuk dibantu.” Bom rumor dijatuhkan oleh Assad melalui mediana, *Hands Off Syria* dan Rusia melalui RT. *User-generated content* yang tidak bisa diverifikasi kebenarannya kerap dijadikan landasan berita-berita yang diliput. Dengan membuat kebingungan diskursus publik strategi *distract* juga tercapai. Assad dan Rusia berhasil mengalihkan perhatian publik dari operasi militer mereka menjadi perdebatan soal White Helmets. Rumor bahwa White Helmets adalah organisasi teroris juga telah mencapai pembicaraan arus utama, ditunjukkan oleh Roger Waters, pendiri band populer Pink Floyd, yang dalam sebuah konser menuduh White Helmets sebagai organisasi palsu yang dibuat demi propaganda teroris. Strategi *dismay* telah dicapai di sini karena audiens berhasil dibuat cemas dan bingung.

Analisis Cosentino juga menjelaskan bagaimana media sosial dan kondisi *post-truth* memiliki pengaruh signifikan di negara-negara Selatan yang institusi demokratik dan kebebasan persnya belum pada tahap mapan. Salah satu kasusnya adalah di Myanmar dimana transisi dari junta ke demokrasi baru terjadi pada 2012. Sebelumnya, hanya satu persen penduduk Myanmar yang memiliki akses internet. Transisi menuju demokrasi menjadi ajang pemerintah mendorong penggunaan internet, di mana Facebook begitu populer di Myanmar. Facebook digunakan ultra-nasionalis Buddha untuk membentuk komunitas virtual berdasarkan ketakutan-ketakutan bahwa Islam tengah mencoba mengambil alih negaranya. Pemerintah dan militer Myanmar juga memanfaatkan Facebook untuk melakukan kampanye disinformasi untuk mendistorsi opini publik. Dengan demikian, Facebook telah menjadi ladang ujaran kebencian kepada minoritas Rohingya dan kelompok Islam lainnya di Myanmar. PBB menemukan bahwa konten semacam itu berperan sentral dalam membangun kebencian.

Di Brazil, aplikasi pesan WhatsApp dianggap krusial dalam mengirim kandidat sayap kanan, Jair Bolsonaro, ke tampuk kekuasaan Brazil. Di negara-negara Selatan, WhatsApp (subsider dari Facebook) merupakan salah satu instrumen komunikasi politik yang paling banyak digunakan. Fitur yang membuatnya efektif sebagai instrumen komunikasi politik, yakni fitur grup yang dapat diisi maksimal 256 orang. Fitur ini memudahkan penduduk di tempat yang koneksinya lemah karena hanya membutuhkan satu aplikasi ponsel saja. Fitur keamanan *end-to-end encryption* juga menawarkan privasi terhadap penggunaannya.

WhatsApp kemudian dimanfaatkan politisi untuk melakukan kampanye disinformasi. Hal ini jamak terlihat di negara-negara dengan koneksi internet yang tidak merata di mana penyedia data menawarkan data gratis khusus untuk penggunaan Facebook dan WhatsApp. Sekitar 120 juta penduduk Brazil menggunakan WhatsApp, dan hampir setengahnya menerima informasi politik dan elektoral melalui platform tersebut. Dalam

pemilu 2018, para kandidat presiden menggunakan WhatsApp untuk menjadi kanal komunikasi karena aturan elektoral Brazil tidak mengatur ketat platform tersebut.

Ketika itu, beberapa agensi pemasaran menawarkan jasa kampanye politik spesifik di WhatsApp dengan mengumpulkan kontak-kontak pengguna dan menyusunnya untuk menjadi target pesan-pesan politik tertentu. Konten di dalamnya kerap berisi misinformasi, pernyataan yang *misleading*, dan menjatuhkan lawan politik. Bolsonaro secara personal mengelola akun WhatsApp-nya dan berkomunikasi dengan pendukungnya. Pendukung Bolsonaro juga secara aktif membagikan konten-konten sayap kanan dari situs-situs dan akun-akun sayap kanan. Grup-grup inilah yang menjadi arena tumbuhnya disinformasi dan kampanye kebencian. Melalui sebuah investigasi dari koran *Folha de Sao Paulo*, Bolsonaro ternyata menerima donasi ilegal dari pengusaha-pengusaha di Brazil untuk membiayai kampanye disinformasi jutaan dolar melawan lawan politiknya via WhatsApp. Hasilnya, WhatsApp menutup sekitar 100,000 akun yang digunakan untuk menyebarkan berita bohong termasuk akun anak Bolsonaro.

Kasus di dua negara tersebut menunjukkan bahwa platform media sosial, jika ditaruh di dalam konteks demokrasi yang ringkih dan negara *post-authoritarian*, dapat menjadi ladang subur disinformasi dan ujaran kebencian. Di Myanmar dan Brazil, politisi dan otoritas mengeksploitasi dan gagal mengontrol efek-efek disruptif platform media sosial. Efeknya, dialog ruang publik yang sehat dan aman untuk kelompok minoritas menjadi sulit dicapai.

Setelah melihat poin-poin penting yang ditawarkan Cosentino, penting untuk merefleksikannya terhadap kondisi sekarang. Trump bukan lagi menjadi presiden AS dan Brexit sudah selesai. Namun, Trump telah mengumumkan dirinya akan kembali maju di pemilu selanjutnya dan Trumpisme masih jamak ditemukan di politisi-politisi Partai Republik.

Trump juga masih memiliki massa militan yang tidak sedikit. Sementara itu, efek Brexit masih dirasakan di Britania Raya dan sentimen-sentimen nasionalis populis masih belum hilang sepenuhnya. Artinya, kondisi *post-truth* telah memberi pengaruh bahkan jauh setelah ia muncul.

Kini, muncul platform baru yang keunikan algoritmanya dimanfaatkan oleh politisi. Bongbong Marcos, anak dari diktator Ferdinand Marcos, berhasil memenangkan pemilu Filipina dengan bantuan *influencer* TikTok. Video-video pendek yang berisi potongan pernyataan pujian terhadap Ferdinand Marcos membangun citra bahwa Bongbong Marcos adalah pemimpin yang kurang lebih sama dengan ayahnya. TikTok sebagai sebuah platform video pendek telah digunakan secara global dan masif, bahkan menyaingi Facebook dan Instagram. Indonesia dalam hal ini merupakan negara dengan pengguna TikTok terbanyak nomor dua di dunia. Dengan demikian, pengalaman di Filipina dan semakin dekatnya pemilu 2024 membuat kita harus mengamati bagaimana era *post-truth* akan bertransformasi dengan hadirnya TikTok, dan bagaimana ia akan memengaruhi konstelasi politik lokal dan global.