

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab ini akan memuat beberapa unsur metodologi yang harus dipenuhi dalam sebuah penulisan karya ilmiah. Maka pada bagian ini pula akan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka dasar pemikiran, hipotesis, manfaat penulisan, tujuan penulisan, teknik pengumpulan data, jangkauan penulisan dan sistematika penulisan.

A. Latar Belakang Masalah

Kelompok jihadis yang dikenal sebagai Islamic State (IS) atau dulunya dikenal sebagai Islamic State of Iraq and the Levant (ISIL) atau yang biasa dikenal di Indonesia Islamic State of Iraq and Syria (ISIS) adalah sebuah kelompok Islam Radikal yang mendeklarasikan diri sebagai Negara Islam (Islamic State) pada tanggal 29 Juni 2014. IS mencaplok Suriah Timur serta Irak Utara dan Barat dengan luas wilayah sekitar 40.000 km². Tujuan ISIS adalah untuk mendirikan sebuah “Khilafah Islamiyah” negara dengan satu pemimpin keagamaan dan politik berdasarkan hukum dan syariat Islam yang menguasai seluruh umat Islam di seluruh dunia, walaupun sekarang hanya terbatas pada daerah yang telah mereka kuasai saja.

ISIS memiliki satu lembaga khusus untuk pelayanan publik mereka yang bernama “*al-Idaaroh al-Islamiyyah lil Khidmati al ‘Aammah*” yang berarti “Administrasi Islam untuk Pelayanan Publik” yang dipimpin oleh Bau Jihad asy Syami. Salah satu urusan lembaga ini adalah menjamin ketersediaan internet dan membangun sistem serta jaringan digital untuk kebutuhan terorisme mereka dan ‘warga’-nya. Bahkan, lembaga ini terus berupaya memberikan jaringan internet berkapasitas maksimum, dan ini menjadi salah satu basis kekuatan ISIS.¹ Hal ini mengindikasikan bahwa ISIS benar-benar serius dalam pembangunan dan penggunaan jaringan internet untuk mendukung dan melancarkan pesan propaganda mereka ke seluruh dunia. Dengan menggunakan jaringan internet mereka dapat menjangkau siapapun diseluruh dunia yang belakangan ini jaringan ini sudah seperti menjadi kebutuhan bagi masyarakat dunia. Media sosial yang menjadi salah satu dari kebangkitan era internet dan globalisasi sekarang ini menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat digital, media sosial yang selain menjadi tempat untuk mejalin hubungan silaturahmi dengan teman, dan masyarakat lainnya, juga menjadi tempat untuk mencari informasi secara cepat. Hal inilah yang dimanfaatkan sebaik mungkin oleh ISIS untuk menyebarkan informasi berkaitan dengan apa yang mereka lakukan dan tentu saja pesan propaganda yang selalu mereka selipkan dalam setiap *update-an status* mereka di media sosial.

¹ Assad, Muhammad Haidar. *ISIS Organisasi Teroris Paling Mengerikan Abad Ini*, (Jakarta: Zahira, 2014) hal. 151

Eric Schmidt dan Jared Cohen dalam bukunya yang berjudul *The New Digital Age* (2014) tersebut menyatakan terorisme akan menjadi salah satu efek samping dan menjadi ancaman yang serius di era digital.²Pemanfaatan media internet terkhusus media sosial oleh kelompok ISIS menjadi salah satu bukti terkini efek samping era digital yang dikhawatirkan oleh Eric Scimidt. Propaganda media (termasuk media sosial) adalah salah satu perhatian yang penting dari kekuatan terorisme ISIS. Pada November 2006, tak lama setelah pembentukanISIS, kelompok ini langsung mendirikan Institut Media al-Furqan, yang memproduksi CD, DVD, poster, pamphlet, dan produk propaganda media berbasis digital-*online*.

Efektifitas ISIS dalam menggunakan media sosial dan mengeksploitasi perhatian media internasional sangatlah baik. Melalui jaringan beberapa akun, IS secara signifikan telah mengungguli kelompok teroris lainnya dalam menggunakan Twitter setidaknya sampai Agustus 2014, sebelum akhirnya Twitter menutup seluruh struktur akun mereka, tentu saja atas permintaan dari Pemerintah Amerika Serikat.³ Walaupun begitu pihak ISIS pun tetap membuka akun baru lagi di Twitter untuk menyebarkan propaganda mereka. Selain Twitter ISIS juga melebarkan sayap untuk terus membuka jalan propaganda ke berbagai media sosial lainnya. Termasuk disini

² *ibid* hal. 150

³ Lister, Charles. *Profiling of Islamic State*. Brookings Doha Center Analysis Paper, No. 13. November 2014 hal. 24

mereka menggunakan jaringan sosial anti-mainstream seperti Diaspora⁴ dan VKontakte⁵.

ISIS juga mengoperasikan sejumlah aplikasi android termasuk di dalamnya. Salah satu yang paling sukses “Fajr al-Basha’ir (The Dawn of Glad Tidings, atau hanya Dawn)”, adalah sebuah aplikasi yang menghubungkan penggunanya ke jaringan twitter. Melalui aplikasi ini mereka menyebarkan link informasi, konten gambar dll dengan membajak para pengguna aplikasi ini untuk menyebarkan pesan-pesan propaganda, ratusan orang telah terdapat dalam aplikasi ini. Fajr al-Basha’ir pertama kali aktif selama penguasaan kota Mosul pada 9-10 Juni 2014 terdapat 40.000 *tweet* yang menyebarkan berita kemenangan ISIS di kota Mosul, ketika itu mereka menggunakan satu sentral ‘tweet’ dengan dan menjadikan trending topik internasional dengan *hashtag* “Baghdad.”⁶

Ketika berlangsungnya Turnamen Piala Dunia Sepakbola pada 2014 ISIS memanfaatkan even ini dengan menggunakan *hashtag twitter* seperti *#Brazil2014*, *#ENG*, *#France* dan *#WC2014* mereka berusaha membajak pesan pada turnamen untuk menyebarkan pesan propaganda mereka kepada masyarakat dunia yang ketika itu sangat menggilai even ini. Even sepakbola seperti liga Inggris juga tak luput dari pembajakan dari kelompok ini dengan menggunakan *hashtags twitter* *#MUFC*,

⁴ <http://mashable.com/2014/08/22/diaspora-islamic-state/>. Diakses pada 1:00 4 Maret 2015

⁵ <http://mashable.com/2014/09/12/isis-islamic-state-vkontakte-russia/#:eyJzljoidClismkiOijfcHc2NHByOHE4OHdkNzQybiJ9> . diakses pada 1:01 4 Maret 2015

⁶ <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/> diakses pada 10.46 4 Maret 2015

#WHUFC, #LFC dan #THFC.⁷ Dengan menggunakan strategi ini mereka telah banyak menyita perhatian dunia dalam upaya mereka menyebarkan pesan propaganda pembentukan Negara Islam.

Youtube juga menjadi salah satu media digital yang digunakan ISIS dalam propaganda medianya. ISIS menggunakan *youtube* sebagai wadah untuk merilis video resmi yang berisis pesan jihad dan ajakan bergabung, serta ancaman berisi penyiksaan dan pembunuhan warga negara asing. Video resmi ISIS yang paling mengejutkan adalah penampilan pertama Abu Bakr al-Baghdadi di public dalam ceramah Juma'at di Masjid Nour, Mosul. Dalam video itu, Ia meminta seluruh umat Islam untuk berbaiat dan patuh kepadanya. Setelah video itu, muncul video-video susulan ISIS di *youtube* yang berisi ajakan yang sama dari warga Australia, Jerman, dan Kanada. Tak terkecuali di Indonesia melalui video berdurasi delapan menit yang diunggah akun Jihadology di Youtube berjudul "*Join the Ranks*", yang berisi rekaman seseorang yang menyebut dirinya Abu Muhammad al-Indonesi yang mengajak warga Indonesia untuk mendukung perjuangan ISIS menjadi Khilafah dunia.⁸

ISIS mengkoordinasikan semua konten yang mereka upload agar bisa menjangkau pengunjung (viewers) yang lebih banyak. Sebagai contoh video "Salil al-

⁷ <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/iraq-crisis-exclusive-isis-jihadists-using-world-cup-and-premier-league-hashtags-to-promote-extremist-propaganda-on-twitter-9555167.html> diakses pada 10.52 pada 4 Maret 2015

⁸ Assad, Muhammad Haidar. *ISIS Organisasi Teroris Paling Mengerikan Abad Ini*, (Jakarta: Zahira, 2014) hal. 156

Sawarim I” yang dirilis oleh jaringan media mereka Al-Furqan Media pada 17 Maret 2014 telah ditonton oleh 56.998 pengunjung YouTube hanya dalam 24 Jam. Dua bulan setelah dirilis, videonya telah di “tweet” 32,313 kali hanya dalam periode 60 jam atau 807,25 *tweet* per jamnya.⁹ Hal ini membuktikan betapa kuatnya jaringan ini untuk membentuk opini publik agar bisa menjangkau lebih banyak orang untuk melihat dan memengaruhi mereka untuk ikut serta dalam propaganda mereka.

B. Rumusan Pemasalahan

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Propaganda Media Sosial ISIS dalam Pembentukan dan Pengembangan Negara Islam?”

C. Kerangka Teoritik dan Konsep

1. Konsep Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0*. Media sosial ada dalam berbagai bentuk termasuk *weblogs*, *social blogs*, *micro blog*, komunitas konten dan lain-lain. Sedangkan menurut Kaplan dan

⁹ Nico Prucja and Ali Fisher, “Is This the Most Successful Release of a Jihadist Video Ever?” Jihadica (blog), 19 May 2014, <<http://www.jihadica.com/is-this-the-most-successful-release-of-a-jihadist-video-ever/>>. Diakses pada 10.15 tanggal 4 Maret 2015

Haelein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi, blog dan *microblogs*, komunitas konten, situs jejaring sosial, virtual game dan *virtual social*.¹⁰

Menurut Dube, media sosial memiliki karakteristik tersendiri, antara lain *Relationships*, artinya media sosial sekarang berkembang dengan menitikberatkan pada relationship. Hubungan yang lebih kuat terjadi dalam jaringan. Bila kita melakukan *post* atau *update* pada halaman tersebut, maka penyebaran konten di seluruh jaringan kontak dan sub-kontak yang jauh lebih besar dari yang kita sadari. Kemudian *Emotion over content*, yakni faktor emosional. Media sosial benar-benar membuat pengguna terlibat secara emosional tentang konten yang terdapat dalam media sosial tersebut.

F.P William dalam bukunya *Social Networking Sites : How to Stay Safe Sites: Multi-States Information Sharing & Analysis Center (MSISAC)* yang dikutip oleh Adam Mahamat Helou dan Nor Zairah Ab.Rahim dalam jurnal yang berjudul *The Influence of Social Networking Sites on Students' Academic Performance in Malaysia* mengemukakan, *Social Networking Sites is an online community of internet users who want to communicate with other users about areas of mutual interest*.¹¹

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka

¹⁰ Dalam Jurnal Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. (Kelley School of Business, Indiana University:2009)

¹¹ Dalam skripsi Amy Julia Alela Rachmah: *Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Pembelajaran Pada Mata Pelajaran Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Bagi Siswa Kelas Xi Sma N 1 Depok Sleman Yogyakarta*. (Universitas Negeri Yogyakarta: 2012)

berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh profesor J.A. Barnes di tahun 1954 dalam tulisan Muhammad Ridwan Nawawi.¹²

Eric Schmidt dan Jared Cohen dalam bukunya yang berjudul *The New Digital Age* (2014) tersebut menyatakan terorisme akan menjadi salah satu efek samping dan menjadi ancaman yang serius di era digital.¹³ Dalam perkembangan kontemporer, masyarakat seringkali lebih percaya berita yang di broadcast lewat jejaring sosial media, dibanding pemberitaan resmi dari media massa konvensional. Sasaran propaganda melalui media sosial ini lebih mengarah kepada pemuda walaupun juga ditargetkan kepada masyarakat dunia pada umumnya, dugaan ini didasarkan pada bahwa sangat banyak pemuda yang habis waktunya dalam jejaring media sosial. Kecanduan gadget berpotensi besar untuk memudahkan informasi satu sumber, sehingga cara berfikir kritis perlahan menjadi lumpuh.¹⁴ Hal ini juga didukung oleh pernyataan pakar komunikasi, Gabriel Weimann, menduga salah satu alasan kelompok teroris menyukai media sosial sebagai media propaganda karena secara demografis banyak dihuni kalangan muda yang menjadi target dan sasaran potensial radikalisasi dan rekrutmen.¹⁵

¹² *ibid*

¹³ Assad, Muhammad Haidar. *ISIS Organisasi Teroris Paling Mengerikan Abad Ini*, (Jakarta: Zahira, 2014) hal. 150

¹⁴ Azeza Ibrahim. *Propaganda Israel: Mencari Simpati Lewat Sosial Media*. <https://www.islampos.com/propaganda-israel-mencari-simpati-lewat-sosial-media-123361/> diakses pada 18 Maret 2015

¹⁵ Agus Surya Bakti. *Media Sosial dan Radikalisasi*. <http://www.republika.co.id/berita/koran/opini-koran/15/03/16/nlarob4-media-sosial-dan-radikalisasi> diakses pada 18 Maret 2015

Dalam spektrum lebih luas, fenomena penggunaan internet oleh kelompok teroris merupakan suatu pola, modus, dan strategi baru yang menggejala secara global. Philip Seib dan Dana M Janbek menyebutkan fenomena ini sebagai terorisme global dengan media baru dari generasi pasca-Alqaidah. Kekuatan teroris tidak lagi dari jaringan perorangan, tapi melalui network media yang terhubung secara global. Melalui media baru ini mereka tidak hanya mengirimkan pesan secara lokal, nasional, regional, tetapi global yang menjangkau seluruh audiens.¹⁶

Kehadiran media baru di dunia maya tentu keuntungan tersendiri bagi kelompok teroris. Dalam tinjauan sosiologi komunikasi sebagaimana Manuel Castells amati, hubungan antara terorisme dan media ini dapat dilihat dari dua tujuan inti terorisme, yakni teror dan politik media. Aksi terorisme diarahkan untuk menyentuh kesadaran sementara pemberitaan media sebagai pembentukan opini publik. Semua aksi terorisme berorientasi media agar mendapatkan respons spektakuler dan peliputan.¹⁷

Strategi komunikasi yang dilakukan ISIS dalam melakukan propagandanya menitikberatkan pada peran media sosial. Media sosial di era globalisasi sangat efektif untuk menyebar pesan propaganda apapun. Dalam media sosial yang semua konten yang di di sebar oleh ISIS sangat mudah sekali menyebar secara viral. Pengguna media sosial bisa menjadi agen yang tepat dalam penyebaran pesan propaganda. Pada era ini peran media sosial bagi masyarakat sangatlah besar dalam

¹⁶ *ibid*

¹⁷ *ibid*

penyajian berita terbaru yang belum sempat hadir di media massa manapun. Seperti pada kasus ISIS yang membajak *Hashtag Twitter* pada turnamen sepakbola piala dunia 2014, ISIS berupaya menyebarkan pesan propaganda mereka kepada para penggemar piala dunia diseluruh dunia yang ketika itu menjadi even yang sangat digemari oleh seluruh masyarakat dunia. Ketika para pengguna internet mencari informasi menggunakan *hashtag* yang sudah dibajak mereka akan tidak sengaja akan melihat pesan propaganda ISIS tersebut.

2. Teori Propaganda

Propaganda berasal dari bahasa latin *propagare*, yakni mengembangkan atau memekarkan.¹⁸ Propaganda adalah bagian dari komunikasi dimana seseorang/ sekelompok orang/ negara menggunakan media yang terpilih dan berulang-ulang, yang tujuannya mengobarkan semangat untuk para pendukung mereka dan membuat takut musuh hingga kalah sebelum berperang. Berikut pengertian dari propaganda dari beberpa ahli:

Menurut Garth S. Jowett and Victoria O'Donnell propaganda adalah usaha dengan sengaja dan sistematis, untuk membentuk persepsi, memanipulasi pikiran, dan

¹⁸ *Prapaganda* dalam politik.kompasiana.com dikases pada tanggal 5 Maret 2015.

mengarahkan kelakuan untuk mendapatkan reaksi yang diinginkan penyebar propaganda.¹⁹

Menurut Jacques Ellul, seorang sosiolog dan filsuf Perancis, propaganda adalah komunikasi yang digunakan oleh suatu kelompok terorganisasi yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-tindakan suatu masa yang terdiri atas individu-individu, dipersatukan secara psikologis melalui manipulasi psikologis dan digabungkan di dalam suatu organisasi.²⁰

Menurut Lindley Fraser dan W. Hummel & K. Huntress, propaganda merupakan upaya mempengaruhi sikap dan tingkah laku orang lain agar menganut sesuatu kepercayaan atau menjalankan sesuatu kegiatan.²¹

Sedangkan menurut Dr. Goebbels yang berpendapat sangat extreme menyatakan propaganda tidak memiliki metode fundamental, propaganda hanya memiliki tujuan saja yaitu menguasai massa. Oleh karena itu untuk mencapai tujuan propaganda tersebut menurut Goebbels dapat dilakukan dengan berbagai cara tanpa memperhatikan etika dan estetika.

Adapun jenis-jenis metode propaganda, yaitu:

¹⁹ Garth S. Jowett and Victoria O'Donnell: *Propaganda And Persuasion*, 5th edition. (California: Sage Publications, Inc. hal 1.

²⁰ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan, dan, media*, Pengantar: Jalaluddin Rahmat, (Bandung: Remadja karya CV, 1989) hal. 123-124.

²¹ Drs. Sumarno, A.P., *Dimensi-dimensi komunikasi politik*, (Bandung: Citra Bakti, 1989), hal. 146.

(a) Metoda Koersif, sebuah komunikasi dengan cara menimbulkan rasa ketakutan bagi komunikan agar secara tidak sadar bertindak sesuai keinginan komunikator. Metoda ini digunakan ISIS untuk menakut-nakuti para musuh mereka agar berhenti menyerang mereka. hal ini dilakukan dengan cara mengunggah video-video mengerikan melalui media sosial youtube, seperti video pemenggalan, pembantaian, dan pengahancuran, serta di media sosial twitter mereka melakukan *live tweet* saat berlangsungnya perang perebutan kota Mosul, Irak dengan menggunakan tagar #Baghdad dalam bahasa Arab. Hal ini ditujukan agar dunia tahu seberapa besar kekuatan mereka, dan dunia berhenti untuk menentang mereka.

(b) Metoda Persuasif, sebuah komunikasi dengan cara menimbulkan rasa kemauan secara sukarela bagi komunikan agar secara tidak sadar dengan seketika dapat bertindak sesuai dengan keinginan komunikator. Metoda ini dilakukan ISIS untuk merekrut lebih banyak lagi pejuang islam atau jihadis agar mau bergabung bersama mereka. Melalui media sosial seperti twitter dan Youtube mereka mengajak umat Islam di seluruh dunia untuk bergabung dengan mengunggah beberapa video yang menunjukkan cara ISIS bersenang-senang dengan tapi tetap patuh pada syariat Islam yang berlaku. Mereka menunjukkan apa yang mereka lakukan adalah semata-mata untuk membangkitkan lagi semangat khilafah yang sudah hilang, sebagaimana

hukum dan syariat Islam adalah tujuan utama untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

(c) Metoda pervasif, sebuah komunikasi dengan cara menyebar luaskan pesan serta dilakukan secara terus menerus/berulang-ulang kepada komunikan sehingga melakukan imitasi atau menjadi bagian dari yang diinginkan oleh komunikator. ISIS menggunakan metoda ini dalam penggunaan Twitter sebagai alat utama propaganda mereka. mereka secara rutin menulis pesan di twitter secara berulang-ulang dengan menggunakan ribuan akun, dan menggunakan fasilitas twitter berupa re-tweet untuk mengulang kembali pesan yang mereka publikasikan sebelumnya.²²

Propaganda juga memiliki berbagai macam teknik, 7 teknik propaganda penting, yaitu :

1. *Name Calling*, Pemberian julukan (*Name calling*) adalah penggunaan julukan untuk menjatuhkan seseorang, istilah, atau ideologi dengan memberinya arti negatif.
2. Parade dangdut (*Bandwagon*) adalah penyampaian pesan yang memiliki implikasi bahwa sebuah pernyataan atau produk diinginkan oleh banyak orang atau mempunyai dukungan luas. Transfer, teknik membawa otoritas, dukungan, gengsi dari sesuatu yang dihargai dan disanjung kepada sesuatu

²² Santosa Sastropoetro, 1991, Propaganda: Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa, Bandung: Alumni, h. 34

yang lain agar sesuatu yang lain itu lebih dapat diterima. Dalam propaganda ISIS mereka membawa Khilafah Islamiyah untuk meyakinkan umat Islam di seluruh dunia tujuan mereka, karena apa yang mereka perjuangkan ini adalah perjuangan untuk mengembalikan kejayaan umat Islam dengan syariat Islam yang berlaku dalam kehidupan bernegara.

3. Teknik transfer adalah suatu teknik propaganda dimana orang, produk, atau organisasi diasosiasikan dengan sesuatu yang mempunyai kredibilitas baik/buruk.
4. Tebang pilih (Card stacking) adalah suatu teknik pemilihan fakta dan data untuk membangun kasus dimana yang terlihat hanya satu sisi suatu isu saja, sementara fakta yang lain tidak diperlihatkan.
5. Penyamarataan yang berkilap (Glittering generalities) adalah teknik dimana sebuah ide, misi, atau produk diasosiasikan dengan hal baik seperti kebebasan, keadilan, dan demokrasi. Produk yang dibawa ISIS dalam propagandanya adalah Kekhalifahan serta syariat Islam yang dijunjung tinggi bersama dalam kehidupan sehari-hari.
6. Manusia biasa (Plain folks) adalah salah satu teknik propaganda yang menggunakan pendekatan yang digunakan oleh seseorang untuk menunjukkan bahwa dirinya rendah hati dan empati dengan penduduk pada umumnya. misalnya mencium bayi, bersalaman dengan orang biasa, hingga memeluk orang papa.

7. Kesaksian (testimonial) adalah salah satu teknik propaganda yang paling umum digunakan dimana ditampilkan seseorang yang untuk bersaksi dengan tujuan mempromosikan produk tertentu, terkadang dalam kesaksiannya orang yang sama menjelek-jelekkkan produk yang lain. Teknik propaganda testimoni dilakukan adalah hal yang diinginkan oleh ISIS dalam penggunaan media sosial seperti Twitter, ketika ISIS melemparkan sebuah pesan propaganda diharapkan ada banyak testimoni yang melalui *retweet* dan komentar yang menjadikan pesan tersebut semakin menyebar.²³

D. Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penulisan skripsi ini adalah untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan. Sedangkan tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk meneliti strategi-strategi komunikasi politik ISIS (Islamic State of Iraq and Syria) menggunakan media sosial dalam upaya penyebaran pesan propagandanya.

Disamping itu tujuan lain dari penulisan skripsi ini yakni guna mengembangkan kemampuan penulis untuk mengaplikasikan teori-teori dalam ilmu hubungan internasional dalam memahami kasus negara-negara internasional. Tujuan penelitian ini juga diarahkan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program studi strata-1, yakni memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik (S.IP) pada Fakultas Ilmu

²³ Diah Musri Harsini: *Teknik Propaganda*. (FIB UI:2009)

Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

E. Hipotesa

Strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh ISIS dalam upaya penyebaran pesan propaganda pembentukan Negara Islam melalui media sosial Menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Metoda Koersif untuk menakut-nakuti dan memberikan ancaman kepada musuh-musuh mereka. Hal ini bisa dilihat dengan banyaknya video-video mengerikan yang mereka unggah melalui Youtube, setelah itu mereka lakukan viral dengan media sosial lainnya seperti twitter.
2. Metoda Persuasif digunakan untuk menjaring lebih banyak anggota atau para pejuang yang ingin bergabung bersama ISIS. Melalui media sosial seperti twitter mereka menunjukkan apa yang mereka perjuangkan selama ini semata-mata hanya untuk kebangkitan umat Islam diseluruh dunia.
3. Metoda pervasif adalah metoda propaganda dengan cara mengulang-ulang pesan propaganda mereka agar dapat diterima oleh komunikan, sehingga komunikan akan terpancing dan ikut serta mengikuti apa yang diinginkan oleh propagandis. Dalam hal ini ISIS memanfaatkan media sosial Twitter dengan cara mengirimkan pesan propaganda secara berulang-ulang menggunakan ribuan akun twitter baik

itu yang dilakukan oleh simpatisan ISIS atau dengan menggunakan *bot* dan aplikasi pada twitter.

F. Jangkauan Penelitian

Suatu batasan penelitian menjadi penting untuk dituliskan agar tujuan penulisan tidak melebar pada dimensi waktu dan konteks persoalan yang lain. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dibatasi hanya pada Ruang Lingkup Pembentukan embrio ISIS yang dimulai pada 2000 hingga sekarang dan strategi propaganda ISIS menggunakan media sosial untuk mencapai visi mereka membentuk Negara Islam (IS). Kemungkinan yang akan muncul diluar jangkauan periode tersebut tidak akan dibahas pada penelitian ini.

G. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan (*Library Research*) yaitu dengan menerapkan pola pengolahan data yang diperoleh dari berbagai literatur, media massa, data-data dari website, serta dari berbagai sumber yang memiliki keterkaitan dan mendukung permasalahan yang ada. Teknis analisis data yang digunakan yaitu teknik deskriptif. Disamping itu dalam skripsi ini juga menggunakan metode deduksi, yakni penggunaan teori sebagai landasan analisa untuk memperoleh sebuah kesimpulan dari permasalahan yang diteliti.

H. Sistematika Penulisan

Bab I : Merupakan Bab pendahuluan yang didalamnya terdapat unsur-unsur metodologis karya ilmiah yang meliputi; Alasan Pemilihan Judul, Tujuan Penelitian, Latar Belakang Masalah, Pokok Permasalahan, Kerangka Konseptual, Hipotesa, Metode Penelitian, Metode Pengumpulan Data, Jangkauan Penelitian, Sistematika Penulisan.

Bab II : Penulis akan menjabarkan tentang gambaran umum terkait dengan sejarah perkembangan ISIS sampai deklarasi dan pembentukan negara Islam dan Profil ISIS secara keseluruhan.

Bab III: Penulis akan menjabarkan dinamika dan problematika ISIS dalam membentuk dan mempertahankan Negara Islam

Bab IV: Penulis akan menjelaskan tentang propaganda ISIS menggunakan sosial media dalam upaya memeperluas jaringan dan merekrut anggota baru pendukung ISIS, serta ancaman terhadap musuh.

Bab V : Penulis akan memberikan kesimpulan dari bab-bab yang dibahas sebelumnya.