

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tulisan ini membahas mengenai propaganda yang dibentuk oleh media-media mengenai sentiment buruk terhadap masyarakat minoritas Muslim di India. Sejarah telah mencatat mengenai sentimen buruk yang cukup sering dialami oleh masyarakat muslim di beberapa wilayah negara (Amarasingam, 2022). Dunia yang sejatinya menggemakan “Hak Asasi” termasuk “Hak Kebebasan” seakan-akan menutup mata atas apa yang menimpa segelintir kelompok yang mengalami berbagai tuduhan melalui framing pemberitaan. Propaganda bertujuan untuk memenangkan kepatuhan khalayak massa dan memobilisasi untuk bertindak, atau tidak bertindak, untuk kepentingan propagandis. Untuk mempengaruhi khalayak massa, diperlukan kerja sama dan agensi saluran komunikasi utama (Kattiparambil, 2023).

Propaganda seringkali menasar pada motif-motif tertentu seperti politik, ekonomi di suatu negara, terhadap Suku maupun Agama yang mengutamakan kepentingan pihak tertentu dan bukan pada fakta yang sebenarnya, hal ini disebut *post-truth*. Fenomena seperti ini akan menjadi kekaburan informasi serta berdampak besar sehingga menimbulkan konflik di kalangan masyarakat dikarenakan fanatisme pada suatu pihak, suku, golongan bahkan agama. Propaganda seperti ini banyak terjadi di berbagai wilayah negara, termasuk masyarakat di India yang disusupi mengenai sentimen buruk terhadap Islam (Islamophobia) dikarenakan propaganda media sosial maupun lokal (Rahman, 2017).

Ketegangan antara populasi Hindu dan Muslim di India sudah ada sejak zaman Kesultanan Delhi, Kekaisaran Mughal, dan kolonialisme Inggris. Hal ini terbukti dengan terjadinya peristiwa kerusuhan di Gujarat yang hampir menewaskan 2.000 umat Muslim. Terlebih,

naiknya kekuasaan Perdana Menteri Narendra Modi telah membuat “nasionalisme Hindu” dan diskriminasi terhadap Muslim jauh lebih utama (Jeremy, 2020). Ini telah bermanifestasi sebagai RUU kewarganegaraan kontroversial yang mempercepat kewarganegaraan India bagi pencari suaka, selama mereka bukan Muslim dan kecenderungan Modi yang terdokumentasi dengan baik untuk menutup mata terhadap kekerasan terhadap komunitas Muslim (Angel, 2018).

Ketimpangan tersebut diperparah dengan munculnya *framing* dan propaganda media informasi di India. Pemberitaan mengenai islamophobia semakin masif diperbincangkan oleh masyarakat. Hal tersebut ditandai dengan informasi yang disebar berbagai platform media seperti *Facebook*, *Whatsapp* bahkan media lokal ikut menyiarkan beberapa berita yang cukup kontroversial terhadap minoritas Muslim di India (Binny, 2022). Tentunya, framing media tersebut menimbulkan spekulasi di kalangan masyarakat yang mayoritas beragama Hindu tersebut. Fenomena ini dibuktikan dengan aksi protes masyarakat Hindu kepada pemerintah seperti memboikot masjid, melarang siswa-siswi menggunakan pakaian yang memiliki simbol agama Islam pun dilarang (Baharuddin, 2022).

Permasalahan-permasalahan yang disebutkan di atas tadi tentunya telah menjerumus kepada pelanggaran hak asasi manusia. Terlebihnya, pemerintah belum cukup mampu untuk aktif dalam menangani kasus ujaran kebencian terhadap kelompok minoritas muslim di India (Yanurini, 2020). Isu tersebut merupakan latar belakang penulis melakukan penelitian terkait propaganda-propaganda yang di framing oleh media sosial dan media massa india dalam Upaya untuk menyebarkan ujaran kebencian terhadap kelompok minoritas muslim di India di periode 2020-2022.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan yang sudah dijelaskan sebelumnya, pertanyaan mengenai rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis adalah “Bagaimana Dampak Propaganda Media Serta Sentimen Buruk Terhadap Kelompok Minoritas Muslim di India?”

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana dampak dari tuduhan-tuduhan, pencemaran nama baik serta propaganda yang dihasilkan oleh media masa terhadap kelompok minoritas muslim di india pasca wabah Covid-19 pada periode 2020-2022 yang telah menyebar hampir di seluruh wilayah negara India.

1.4 Manfaat Penelitian

Setidaknya terdapat dua manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini. Manfaat penelitian tersebut adalah pertama manfaat teoritis dan yang kedua manfaat praktis.

a) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini memiliki manfaat teoritis yaitu dapat memberikan kontribusi pengetahuan dalam kajian hubungan internasional. Penelitian ini juga dapat memperkaya referensi bagi akademisi yang tertarik mengenai isu propaganda terhadap kelompok minoritas, khususnya minoritas muslim di India.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dengan memberikan informasi mengenai tujuan-tujuan dari propaganda media sosial dan media masa terhadap kelompok minoritas muslim di India. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan oleh beberapa pihak yang terkait untuk menjadi masukan mengenai propaganda media terhadap suatu kelompok lainnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1. Propaganda dan Konflik

Menurut berbagai sumber dan literatur, istilah propaganda bersumber dari Bahasa Yunani, yaitu *propagare* yang bermakna memekarkan atau mengembangkan. Unsur Bahasa ini muncul dari kata *congregation de propaganda fide* di tahun 1622 disaat Paus Gregorius XV membentuk Organisasi yang ditujukan untuk memajukan dan mengembangkan kepercayaan Katholik Roma baik di Negara Italia ataupun di Negara Lainnya (Santoso, 1983).

Saat ini, propaganda menjadi pembahasan yang cukup menarik dikarenakan tidak terlepas karena memiliki sejarah cukup mencengangkan. Seperti propaganda yang terjadi pada saat terjadinya reformasi Gereja Katolik Roma yang sudah disebutkan di atas, Perang Dunia 1, dan juga pada Perang Dunia ke-2. Setelah itu para tokoh komunikasi pun kemudian banyak yang mengkaji lebih dalam tentang propaganda dan mendefinisikannya berdasarkan temuan-temuan yang mereka dapatkan dari berbagai latar belakang disiplin ilmu.

Propaganda juga merupakan salah satu gambaran komunikasi massa yang sering digunakan oleh kelompok atau individu sebagai alat untuk menyiarkan suatu informasi, keyakinan bahkan doktrin. Sering sekali propaganda di anggap sebagai sebuah usaha untuk melancarkan komunikasi yang bersifat persuasif, dirancang untuk mempengaruhi perspektif, tingkah laku dan pandangan individu-individu agar sesuai dengan perspektif propagandis, serta dasar suatu propaganda beserta tujuannya dapat bersifat tersembunyi ataupun sebaliknya terang-terangan (Andi, 2016).

Propaganda selalu memainkan peran kunci dalam membentuk sikap selama periode konflik dan studi akademis tentang propaganda, sehingga, para akademisi terus ingin memahami cara kerja propaganda dan, dengan demikian, mampu untuk memaham, mengontrol dan membatasi pengaruhnya. Yanagizawa menjelaskan pada dasarnya, proses media itu ada lima unsur-unsur,

yaitu 'siapa mengatakan apa di mana saluran kepada siapa dengan efek apa'. 'Siapa' (sumber/komunikator) artinya yang utama aktor/pihak yang memiliki kebutuhan berkomunikasi atau siapa yang memulai. Komunikasi dapat dilakukan oleh seorang individu, kelompok, organisasi, atau negara sebagai penghubung. 'Mengatakan Apa' (pesan) artinya apa isi dari informasi yang ingin disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikas) dari 'Siapa' (sumber/komunikator). 'Di mana saluran' (saluran/media) berarti kendaraan/alat untuk menyampaikan pesan dari 'Siapa' (sumber/komunikator) kepada komunikas (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media elektronik dan cetak). 'Kepada siapa' (tujuan) berarti orang, kelompok, organisasi, dan negara yang menerima pesan dari 'Siapa' (sumber/komunikator). 'Dengan apa Effect' berarti dampak/dampak yang terjadi pada komunikas (penerima) sesudahnya menerima pesan dari 'Who' (sumber/komunikator), seperti perubahan dalam sikap, tingkah laku, pendapat, dan peningkatan pengetahuan (Yanagizawa, 2014).

1.5.2. Media Sosial Sebagai Alat Propaganda

Media Massa atau Pers adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Kata media berasal dari bahasa latin Medius yang secara harafiah berarti tengah, perantara, atau pengantar. Sedangkan kata massa menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) ialah sejumlah besar benda (zat) yang dikumpulkan menjadi satu (atau kesatuan). Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media. Media sering menggunakan penjulukan terhadap seseorang. Jika seseorang dijuluki maka apapun yang dikatakan atau dilakukan orang yang bersangkutan akan diinterpretasikan berdasarkan penjulukan tersebut. Orang yang bersangkutan menjadi sulit membela diri atau menghindar dari tuduhan tersebut (Youna, 2016).

Tulisan Stephen Crane (1895) mengenai media adalah “sebuah pasar, di mana kebijaksanaan bebas dijual, ia adalah permainan, juga bisa membuat kematian”. Maksud Stephen tentu menyatakan bahwa surat kabar bukanlah sebuah kebenaran. Ia bergantung pada perspektif dan fakta yang didedahkan. Hal yang paling berbahaya adalah “kematian” akibat efek berita. Penyajian berita dan informasi adalah propaganda yang kadangkala tidak disadari. Kebodohan media bisa membuat kebodohan terhadap masyarakat jika masyarakat mengidentifikasi diri mereka sebagai kelompok teraniaya dan dalam kategori yang sama, umpamanya sebagai orang-orang tertindas atau sebagai bangsa yang dizalimi. Kesalahan media akan bisa membawa tindakan sosial yang tragis.

Dalam kaitan cara media menghubungkan masyarakat dan fakta sebenarnya (realitas), McQuail menjelaskan media massa berperan sebagai ‘Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan dan memungkinkan kita untuk mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak. Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas. Pembawa atau pengantar informasi atau pendapat. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui pelbagai macam umpan balik.

1.5.3. Analisis Framing

Analisis framing adalah salah satu metode analisis media, seperti halnya analisis isi analisis semiotik. Framing adalah membingkai sebuah peristiwa, atau kata lain framing digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan atau media massa ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Framing merupakan metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan di belokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan pada aspek tertentu. Penonjolan aspek-aspek tertentu dari isu berkaitan dengan penulisan fakta (Mahyani, 2020).

Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis. Pendekatan framing dipakai untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Perbedaan framing suatu berita oleh setiap media, mengungkapkan siapa mengendalikan siapa lawan siapa, mana kawan mana lawan, mana patron mana klien. Kebijakan redaksional tersebut menjadi pedoman dan ukuran dalam menentukan kejadian mcama apa yang patut diangkat serta dipilih untuk menjadi berita maupun bahkan komentar.

Selain kebijakan redaksioanal yang dapat menentukan ciri pemberitaan suatu media, adanya kepentingan juga menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan bagaimana suatu media membahas suatu berita tertentu. Kepentingan tersebut dapat dilihat dengan menganalisis secara detail berita yang disajikan, apakah membela kepentingan pemerintah, kepentingan pemilik modal atau kepentingan rakyat (Pan, 1993).

Pembingkaiian tersebut merupakan proses konstruksi, yang berarti realitas dimaknai dan direkonstruksi dengan cara dan makna tertentu. Akibatnya, hanya bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih diperhatikan, di anggap penting, dan lebih mengena dalam pikiran khalayak. Dalam praktik, analisis framiang banyak digunakan untuk melihat frame surat kabar, sehingga dapat dilihat bahwa masing-masing surat kabar sebenarnya memiliki kebijakan politis tersendiri. Namun pada saat ini, masyarakat lebih bersifat konsumtif terhadap berita yang disajikan oleh para media massa baik dalam bentuk online maupun televisi. Banyak masyarakat akan mempercayai informasi yang disampaikan oleh media penyampai informasi, maka dari itu citra yang akan terbentuk dari setiap individu atau kelompok sangat bergantung pada media (Erving, 1986).

1.6 Studi Pustaka

Sumber-sumber rujukan penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis antara lain mengenai analisis pengaruh media informasi (berita lokal, sosial media, film dan alat informasi

lainnya) yang digunakan sebagai motor propaganda terhadap kelompok Muslim di India. Penulis mengumpulkan penelitian yang memiliki unsur tema yang sama dengan berbagai macam perbedaan dalam teori maupun metodologi. Oleh karena itu, tulisan ini merupakan proses penyempurnaan dari bagian-bagian bahasan yang belum dikaji sebelumnya dalam kaitan tema penelitian ini. Melalui kajian pustaka penulis akan terbantu dalam menemukan bahasan baru. Karena melalui kajian pustaka dapat dibedakan antara setiap hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terdahulu sehingga peneliti setelahnya dapat memberikan sumbangsih berupa pengembangan bahasan studi yang bersangkutan. Kajian pustaka akan dijelaskan secara tematik sesuai variabel penelitian.

Zainab Sikander yang menulis penelitian mengenai *Islamophoia in Indian Media*. Penelitian ini menjelaskan sedikit sejarah mengenai perselisihan kelompok mayoritas Hindu dengan minoritas Islam, penelitian ini memiliki inti pembahasan mengenai media informasi di India yang cenderung menyudutkan Muslim. Tulisan Zainab cukup baik untuk dijadikan rujukan, tetapi ada beberapa hal yang perlu diperbaiki seperti penggunaan teori. Penelitian Zainab belum menggunakan teori apapun dalam melihat problema yang dialami Muslim India. Oleh karena itu, penulis akan membahas kajian ini dengan menggunakan kerangka pemikiran (Sikander, 2021).

Selanjutnya **Riska Yanurini** yang menulis tulisan mengenai *Analisis Semiotika Islamophobia Dalam Film Padmavati*. Menurut Riska di dalam penelitiannya, proses Islamophobia di India juga dipelopori oleh Film yang menceritakan mengenai pemimpin Islam yang buruk. Kajian Riska tentunya memiliki korelasi dengan bahasan penulis yang salah satunya adalah propaganda melalui media massa seperti film. Tetapi didalam tulisan Riska ini masih belum terlalu menekankan bahwa film Padmavati ini benar-benar telah menimbulkan propaganda di india. Oleh karena itu, penulis akan melengkapi hal tersebut di dalam penelitian ini (Yanurini, 2020).

Kemudian **Soraya Fadhal** yang menulis penelitian mengenai *Muslim Representation in Hollywood Media Discourse: Reception Studies About "My Name Is Khan" Movie*. Menurut penelitian Soraya, media seperti film merupakan image yang membangun paradigma masyarakat, tulisan Soraya menjelaskan bahwa framing media terhadap isu terorisme merupakan tindakan yang keliru. Tulisan Soraya membantu penulis dalam melengkapi data mengenai framing media, tetapi ada beberapa hal yang perlu digaris bawahi dari penelitian Soraya, seperti situasi muslim pasca framing media film tersebut tersebar luas di India dan Negara lainnya. Penulis akan mencoba melengkapi situasi dan kondisi tersebut (Fadhal, 2021).

Piyush Ghasiya yang meneliti tentang *Rapid Sharing of Islamophobic Hate on Facebook: The Case of The Tablighi Jamaat Controversy*. Tulisan Piyush sangat menarik untuk dijadikan rujukan. Piyush menjelaskan kronologi propaganda terhadap muslim melalui media sosial seperti facebook. Penelitian ini akan membantu penulis dalam melengkapi data. Tetapi dalam tulisan Piyush tidak menggunakan teori sebagai alat analisa. Kekurangan tersebut akan penulis penuhi dalam tulisan kali ini (Ghasiya, 2022).

Dan yang terakhir **Sidra Rahman** yang menulis tentang *Islamophobia and Media: The Framing of Muslims and Islam in Internasional Media*. Meskipun tulisan Sidra tidak melibatkan Propaganda Media di India secara langsung, penelitian Rahman tetap membantu penulis dalam melihat analisis propaganda media internasional terhadap isu Islamophobia (Rahman, 2017). Tulisan Rahman membantu penulis dalam melengkapi data penelitian. Adapun mengenai kekurangan yang terdapat didalam tulisan Sidra Rahman akan penulis penuhi dalam tulisan.

1.7 Hipotesis

Mengenai hipotesis propaganda media sosial terhadap kelompok muslim di India adalah sebagai berikut:

a) Bentuk propaganda yang di alami oleh kelompok minoritas muslim di India adalah verbal dan non verbal, dibuktikan dengan adanya ujaran kebencian yang selalu diberitakan oleh salah satu media berpengaruh di India yaitu The India Time (Time of India).

b) Adapun dampak yang di alami oleh kelompok minoritas muslim di india dengan adanya ujaran kebencian dengan bentuk non-verbal seperti penyerangan secara fisik terhadap kelompok muslim di kota New Delhi dengan menjarah, menghancurkan bangunan bahkan melukai beberapa muslim di India.

c) Upaya penyelesaian propaganda yang mengakibatkan tersebarnya islamophobia di India tidak tertangani oleh pemerintah setempat dibawah kepemimpinan perdana menteri Narendra Modi.

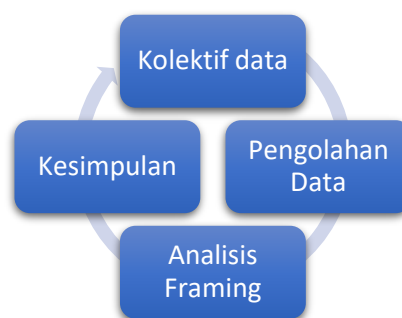
1.8 Metode Penelitian

Dalam konteks analisis artikel penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Semua data yang penulis kumpulkan akan dibatasi objeknya mengenai Propaganda media terhadap Muslim di India. Kemudian data yang didapat dari sumber penelitian terdahulu (literature review) tersebut akan penulis olah untuk mendeskripsikan inti pokok pembahasan penelitian ini.

Adapun data dan informasi yang terkait, penulis mengumpulkan data tersebut melalui studi literatur, daftar pustaka (literature research), kemudian dari dokumentasi beberapa jurnal, skripsi, buku, laporan, surat kabar online, tabloid online serta website yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan (data sekunder). Dan dalam metodologi ini peneliti akan memfokuskan dan mengkaji salah satu media yaitu www.timeofindia.com sebagai salah satu media yang sering memberitakan tentang Islam dan ujaran kebencian, khususnya pada masa Covid-19 yang sedang merebak di India.

The Time of India (TOI) merupakan surat kabar harian berbahasa inggris di India yang dikelola oleh The Times Group. Media ini memiliki sirkulasi terbesar di antara media dan surat kabar berbahasa inggris di negara India. Menurut referensi yang di keluarkan oleh Reuters Institute for the study of Journalism pada tahun 2021, The Times of India merupakan salah satu media yang paling dipercaya Masyarakat India dengan jumlah skor kepercayaan pembaca mencapai 74% (Vishwanathan Pillai, 2009).

Gambar.1. Proses Penelitian



Adapun informasi yang telah di kumpulkan oleh penulis, termasuk dari Times of India akan diolah dan dikategorikan dengan membaca keseluruhan data terkait. Kemudian data-data yang sudah di olah di analisis dengan penggunaan analisis framing seperti yang sudah kami jelaskan sebelumnya dengan berbentuk kesimpulan di akhir tulisan. Selanjutnya, data akan diolah dan dirangkai untuk mendeskripsikan inti pokok hasil pembahasan tulisan ini.

1.9 Sistematika Pembahasan

Penulisan tesis ini terdiri dari empat bab, setiap bab memiliki sub bab masing-masing. Adapun rincian awal dan gambaran umumnya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, sehingga penulis mengambil tema dan judul dari pembahasan latar belakang masalah. Kemudian dilanjutkan dengan pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka dan tulisan-tulisan sebelumnya, kerangka yang mendasari sebuah penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: DINAMIKA DISKRIMINASI KELOMPOK ISLAM DI INDIA

Bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang, sejarah kelompok muslim dan dinamika konflik yang dihadapi oleh kelompok muslim di India dengan adanya propaganda melalui media.

BAB III: ANALISIS WACANA KRISIS

Bab ini akan menjelaskan tentang

BAB III PENUTUP

Bab ini adalah berisi kesimpulan dari bab-bab sebelumnya.