

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi semakin fenomenal seiring ditemukannya internet yang berkembang pesat hingga saat ini. Tidak heran apabila abad baru ini sering disebut sebagai abad informasi digital (*digital age*) atau era ketersambungan manusia sejagat (*connected time era*) yang mempermudah pekerjaan manusia (Nayyar, 2016; Ismail, 2018). Di era ini terjadi revolusi industri 4.0 dimana media, industri hiburan, dan informasi, merupakan hal yang paling pokok dalam aktivitas manusia. Contohnya, alat-alat digital dan berbagai layanan aplikasi yang menghubungkan manusia kapan pun dan dimana pun.

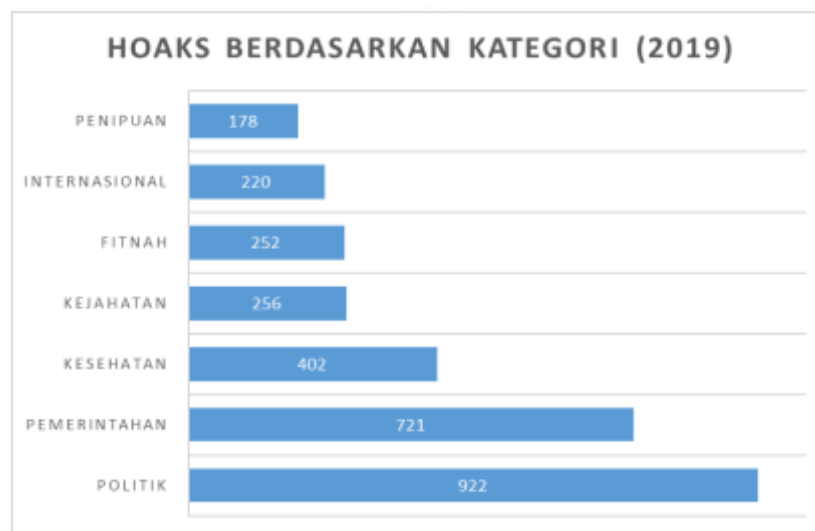
Transformasi ini melahirkan sebuah masyarakat baru yaitu masyarakat digital. Sebuah kumpulan individu-individu yang memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menjalankan aktivitas hidupnya. Masyarakat digital identik dengan masyarakat jaringan atau masyarakat jejaring (*network society*) yaitu masyarakat yang dihubungkan oleh jaringan telekomunikasi (Martin, 1978). Manuel Castells menggambarkan masyarakat digital sebagai sebuah masyarakat dimana kunci dari struktur sosial dan kegiatan-kegiatannya diatur oleh jaringan informasi yang diproses oleh alat elektronik (Castells dan Elgar, 2004). Masyarakat digital identik dengan kebiasaan interaksi dengan media baru melalui konsep metode baru dalam berkomunikasi di dunia digital dan memungkinkan orang-orang dari kelompok-kelompok kecil berkumpul secara *online*, berbagi, menjual, dan menukar barang

serta informasi. Implementasinya masyarakat digital melakukan interaksi tidak hanya bertatap muka, hadir secara fisik, ragawi, seperti masa lalu, tetapi virtual melalui media sosial bernama *WhatsApps, Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, Line, We-Chat*, dan seterusnya atau sering disebut media dalam jaringan (*daring*), dengan kecenderungan anonim, tanpa nama, tanpa identitas, dan diawali tanpa saling kenal satu dengan yang lain (Szabo, 2018; Fakhruroji, 2011).

Hoaks atau pemberitaan palsu (*fake news*) merupakan bagian dari *cybercrime* (kejahatan dunia maya) sebagai dampak kelahiran masyarakat digital (Rifauddin and Halida, 2018). Hoaks merupakan usaha untuk menipu atau mengakali pembaca, penonton, atau pendengar untuk mempercayai sesuatu, dimana pembuat berita tersebut sadar bahwa berita tersebut adalah palsu (KBBI, 2019). Tujuannya adalah menyebarkan ketidakbenaran terhadap suatu informasi atau berita yang berdampak pada permasalahan lain yang merugikan masyarakat. Hoaks merupakan fenomena yang sudah terjadi sejak lama, namun media penyampaiannya berbeda. Hoaks zaman dulu menggunakan media kertas, koin, ataupun lisan, hoaks di zaman modern menggunakan media sosial (Syahputra, 2019b).

Patut diakui bahwa hoaks adalah fenomena masyarakat dunia saat ini termasuk Indonesia. Pilpres Amerika Serikat digadang-gadang sebagai akar menguatnya kembali hoaks di dunia (Rizvi, 2018). Gejala ini menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia sebagai konsekuensi sebuah fenomena global akibat tidak adanya batasan koneksi. Indonesia pun merasakan apa yang dirasakan Amerika Serikat, puncaknya tahun 2017 lalu kala Pilgub DKI Jakarta hingga Pilpres 2019

kemarin (Suharyanto, 2019). Publik pun memaknai hoaks sebagai fenomena politik *post-thruth*. Bahkan tidak berlebihan jika presiden Joko Widodo serius merancang kebijakan atasi hoaks ini (Akbar, 2017). Data berikut ini jelas menunjukkan hoaks sebagai problem serius di Indonesia.



Gambar 1. 1 angka hoaks per kategori di Indonesia tahun 2019 (Katadata.com, 2019).

Data diatas diambil dari data Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2019 yang menemukan 3.777 kasus hoaks, yang didominasi oleh kasus hoaks politik dan pemerintahan (Lihat lebih lanjut data statistik Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2019). Lebih jauh, Ismail Fahmi¹ menegaskan bahwa setelah hoaks dipetakan hasilnya 92,40% melalui media sosial (*Facebook, Twitter,*

¹ Ilmuwan informasi yang dikenal dengan pengalaman dalam mengembangkan perangkat lunak perpustakaan digital, membangun komunitas perpustakaan digital, aplikasi web semantik, ekstraksi terminologi otomatis dari teks, dan membangun ontologi. Dikenal sebagai pakar media sosial yang juga pendiri PT Media Kernels Indonesia dengan memperkenalkan alat *drone empirit* (alat pendeteksi percakapan di *Twitter*) (Lihat profil Ismail Fahmi, Ph.D dalam ismailfahmi.com). Diakses pada 10 Maret 2020.

Instagram, Paith); 62,80% hoaks tersebar melalui *aplikasi chatting (Whatsapp, Line, Telegram)* dan 34,90% hoaks tersebar melalui situs web. Kemudian apabila didasarkan pada formatnya, 62,10% hoaks yang tersebar berbentuk tulisan, sedangkan 37,50% berbentuk gambar dua dimensi (Gumgum, Justito, dan Nunik, 2017).

Fakta tersebut sesuai dengan tingginya angka penggunaan media sosial di Indonesia. Ini tentu masuk akal karena Indonesia sebagai negara terbesar keenam pengguna internet di dunia (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2019). Bahkan, *We Are Social*² mencatat 150 juta warga Indonesia tercatat sebagai pengguna media sosial aktif dari 165 juta jiwa penduduk (Imran, 2019). Sayangnya, hal ini tidak sebanding dengan kualitas literasi (minat membaca) dan daya kritis masyarakat. Litbang Kompas (2016), merilis data bahwa Indonesia ada di peringkat 60 dari 61 negara soal minat membaca.³ Terlebih, Bank Dunia mengakui anak-anak Indonesia ada dalam level paling rendah soal membaca⁴ (Saepudin, 2015). Ini dibuktikan dengan kebiasaan orang Indonesia dalam memperoleh informasi melalui membaca hanya 23,5%, lebih sering melalui televisi yaitu 85,9%, dan radio 40,3% (Siswati, 2010). Seharusnya, kemudahan media sosial menjembatani masyarakat

² Sebuah tim global dengan tujuan menghubungkan manusia dengan berbagai merek yang disukai. Tim ini terdiri lebih dari 850 orang di 15 kantor dalam 13 negara di dunia. Lebih lanjut, situs ini juga sering disebut layanan manajemen konten dengan menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial (wearesocial.com). Diakses pada 14 Maret 2020.

³ Data tersebut didasarkan pada studi *Most Littered Nation In the World* oleh *Central Connecticut State University* pada Maret 2016 (Kompas.com) Diakses pada 14 Maret 2020.

⁴ Bank dunia menilai kebiasaan anak Indonesia soal membaca ada dengan nilai (51,07), di bawah Filipina (52,6), Thailand (65,1), dan Singapura (74,0) (Kompas.com) Diakses pada 14 Maret 2020.

untuk lebih getol membaca dan menggali informasi sehingga daya kritis informasi semakin tinggi dan tidak mudah terkena hoaks.

Provinsi Jawa Barat merupakan tiga diantara provinsi dengan angka hoaks tertinggi bersama Aceh dan Banten (CNN, 2019). Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat sebagai organ inti penanganan masalah ini telah mengeluarkan rincian data tentang kasus hoaks sebagai berikut.



Gambar 1. 2 bentuk dan saluran hoaks di Provinsi Jawa Barat 2019 (diskominfo.jabar.go.id, 2019).

Sama halnya dengan data dari Kominfo pusat diatas tadi, saluran penyebaran hoaks di Provinsi Jawa Barat mayoritas bersumber dari media sosial dan aplikasi *chatting*. Sehingga berimbang pada bentuk hoaks yang paling sering diterima yakni tulisan dan gambar. Suatu hal yang sangat beralasan juga karena pengguna media sosial di Jawa Barat mencapai 16,4 juta jiwa dari 49,02 juta jiwa jumlah penduduk (Jabar.prov.go.id, 2019).

Berkaca dari fakta diatas, tidak heran jika pemerintah provinsi Jawa Barat membentuk tim Jabar Saber Hoaks. Sebuah tim yang bertugas khusus untuk memberantas hoaks dari tanah Jawa Barat yang diresmikan pada 7 Desember 2018 (Novianti, 2019). Langkah ini sangat penting untuk mengantisipasi hoaks di Jawa Barat. Selain maraknya kasus hoaks yang viral dan menyita perhatian publik di Jawa Barat maupun nasional (Permadi, 2019), ini juga penting untuk mengedukasi masyarakat Jawa Barat mengenai hoaks di media sosial. Hasilnya, Jabar Saber Hoaks pada Agustus 2019 sudah berhasil mengklarifikasi 2.643 hoaks (Yuliarti, 2019). Bahkan data per 13-19 Januari 2020, atau rentang satu minggu sudah menerima 24 aduan dan pantauan hoaks di media sosial.⁵

Penyebaran hoaks dilakukan oleh suatu kelompok terorganisir dalam dunia siber yang disebut *buzzer*. Aditiawarman, dkk. (2019), mencontohkan kelompok terorganisir *Saracen dan Muslim Cyber Army* telah merugikan masyarakat melalui hoaks, hasutan kebencian, dan fitnah yang awalnya dibuat demi kepentingan ekonomi. Kelompok ini mengaku sebagai pembela Islam sehingga menarik empati ribuan orang untuk berafiliasi dengan grup-grup tersebut. Mereka juga tidak suka dengan kelompok pendukung Jokowi dan Ahok sehingga memproduksi hoaks dan meresahkan masyarakat. Konten hoaks yang dibuat berupa isu kebangkitan PKI, penganiayaan ulama, hingga penyerangan tokoh-tokoh tertentu (Setyaji, 2018; Afif

⁵ Diakses dari akun media sosial resmi Instagram Jabar Saber Hoaks (@jabarsaberhoaks) pada 19 Januari 2020.

dan Amsal, 2018). Oleh karena itu, hoaks tersebut akhirnya digunakan untuk kepentingan politik (Na'im, 2017; Utami, 2019).

Sejalan dengan apa yang dibahas, hoaks seringkali disusupi oleh propaganda mengenai permasalahan publik khususnya politik dan ideologi. Seringkali pembuat propaganda tersebut adalah kelompok Islam radikal yang berpemahaman tunggal mengenai Islam secara tekstual. Kelompok Islam radikal mempunyai agenda khusus dalam penyebaran paham radikalisme sebagai gerakan politik. Penelitian ini berfokus pada aktivitas *buzzer* eks Hizbut Tahrir Indonesia yang disebut *Islamic-buzzer* sebagai penyebar hoaks dan propaganda di media sosial. Terutama yang dilakukan oleh *Islamic-buzzer* (Eks Hizbut Tahrir Indonesia) Kota Bandung di Provinsi Jawa Barat. Peneliti tertarik memperdalam penyebaran hoaks oleh kelompok ini dengan studi deskriptif-analitis yang berjudul "*Islamic-Buzzer dan Hoaks: Propaganda Khilafah Oleh Eks HTI Kota Bandung di Jawa Barat*".

B. Permasalahan Penelitian

Skripsi ini akan membahas bagaimana anggota HTI melaksanakan peran sebagai bagian dari *Islamic-buzzer* di media sosial. Sementara ideologi dan gerakan mereka mengusung konsep kepemimpinan Islam global, yaitu *Khilafah Islamiyyah* sebagai organisasi transnasional di dunia, akan merujuk pada aktivitas-aktivitas mereka dalam gerakan politik secara langsung maupun tidak langsung.

Masalah yang dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana anggota-anggota HTI di Kota Bandung, Jawa Barat melakukan kampanye-kampanye propaganda

khilafah di media sosial dan media lisan sebagai suatu kesatuan dalam memposisikan diri sebagai organisasi arus utama Islam di Indonesia setelah dibubarkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, studi ini akan membahas pertanyaan utama: Bagaimana operasionalisasi *Islamic-Buzzer* HTI Kota Bandung dalam mempropaganda masyarakat melalui ideologi mereka yaitu *khilafah islamiyyah* di Jawa Barat, Indonesia? Pertanyaan tersebut kemudian dikembangkan dalam rumusan masalah pada poin C berikut.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan permasalahan penelitian di atas, peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa motif penyebaran hoaks oleh *Islamic-buzzer* eks HTI Kota Bandung?
2. Bagaimana strategi penyebaran hoaks oleh *Islamic-buzzer* eks HTI Kota Bandung?
3. Apa jenis hoaks yang disebar oleh *Islamic-buzzer* eks HTI Kota Bandung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif penyebaran hoaks oleh *Islamic-buzzer* eks HTI Kota Bandung;

2. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi penyebaran hoaks oleh *Islamic-buzzer* eks HTI Kota Bandung.
3. Penelitian ini bertujuan mengetahui jenis hoaks yang disebarakan oleh *Islamic-buzzer* eks HTI Kota Bandung;

E. Manfaat Penelitian

Ada beberapa hal yang tentunya dipandang bisa bermanfaat dari penelitian ini, baik secara akademis maupun secara praktis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Manfaat akademis menekankan pada manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan (Suliyanto, 2018). Penelitian ini di harapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan sosial yaitu penyebaran hoaks melalui kelompok-kelompok terorganisir di Indonesia. Terutama wawasan, informasi, serta pengetahuan tentang penyebaran hoaks oleh kelompok *buzzer* di media sosial.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini berguna untuk pemecahan masalah. Terutama pemerintah yang sedang giat memberantas hoaks dan menangkal kelompok-kelompok radikalisme. Melalui penelitian ini, bibit-bibit dan motif-motif penyebaran hoaks akan teridentifikasi secara gamblang. Selain itu, ada celah untuk membuka dialog keagamaan dalam program deradikalisasi akibat propaganda hoaks oleh eks anggota HTI Kota Bandung dan Indonesia khususnya. Institusi

pendidikan juga menerima hasil yang cukup signifikan dari penelitian ini, setidaknya bisa memetakan kelompok-kelompok siswa—mahasiswanya agar tidak terjebak dari praktik-praktik hoaks di media sosial. Para akademisi, dan masyarakat luas bisa membuka jalan baru dalam upaya membela negeri dari virus-virus disintegrasi akibat penyebaran hoaks yang terorganisir yang dan kian hari semakin canggih.

F. Kerangka Pemikiran

Cybercrime merupakan kejahatan gaya baru yang dipengaruhi oleh lahirnya era disrupsi teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu media meluasnya *cybercrime* adalah media sosial. Simangunsong (2017), mengemukakan keberadaan media sosial seharusnya digunakan untuk memperkuat hubungan atau mencari hubungan dengan orang lain. Namun, aktivitas individu di media sosial cenderung seenaknya dalam mengeluarkan pernyataan (Syahputra, 2017). Ini juga ditimbulkan akibat adanya kebebasan memproduksi informasi tanpa menggunakan aturan yang sudah ditetapkan. Tak jarang perilaku-perilaku kriminal pun lahir dari sini. Hoaks merupakan perilaku kriminal akibat penggunaan media sosial tinggi.

Hoaks adalah fabrikasi atau pemalsuan yang disengaja yang digunakan untuk menipu pembaca terkait dengan berita (Conroy, Rubin, dan Chen, 2015). Hoaks dibuat dan disebarakan sesuai dengan kepentingan atau tujuan suatu kelompok. Terutama tujuan yang bersifat sistemik atau memengaruhi sikap atau pendapat orang banyak. Hoaks disebarakan dengan pelbagai pola-pola yang tidak disadari kebanyakan korbannya. Lebih jauh, hoaks erat kaitannya dengan propaganda

politik untuk kepentingan kelompok tertentu sehingga berdampak pada polarisasi masyarakat.

Produksi dan penyebaran hoaks dilakukan secara individu dan kelompok. Hoaks yang terorganisir umumnya lebih berhasil mengelabui target sasarannya. Salah satu kelompok yang selalu memanfaatkan opini publik dan membungkus hoaks adalah kelompok *buzzer*. *Buzzer* dibagi menjadi dua yaitu: *buzzer* otomatis menggunakan *bot* (robot) (Ibrahim dkk., 2016) dan *buzzer* manual yakni pengguna media sosial yang memiliki pengaruh terhadap pengguna lain. *Buzzer* juga dianggap sebagai titik sentral persahabatan di media sosial (Juzar and Akbar, 2018). Sebagai suatu kelompok siber, *buzzer* mengindikasikan perannya dalam menyebarkan opini secara terstruktur sehingga mampu mempengaruhi perbincangan publik, opini-opini yang disebar biasanya disusupi motif tertentu dengan hoaks sebagai alatnya. Dalam menganalisis fenomena *buzzer* sebagai aktor hoaks perlu kiranya menganalisis melalui berbagai teori-teori sosiologi.

George Homans (1982), dalam teori pertukaran sosial menekankan pada analisis aktor sebagai pembentuk sistem sosial. Menurutnya, fenomena sosial bisa dianalisis dari kelompok-kelompok kecil yang memengaruhi struktur sosial yang lebih besar. Teori pertukaran sosial Homans bertumpu pada asumsi bahwa orang terlibat dalam perilaku untuk memperoleh ganjaran dan menghindari hukuman. Hal ini berkaitan dengan prinsip dasar dalam transaksi ekonomi sederhana (Poloma, 2013).

Analisis Homans berangkat dari pertukaran antar individu berupa materi maupun non-materi yang membentuk lembaga atau struktur sosial (Homans, 2017). Oleh karena itu, teori pertukaran Homans memusatkan perhatian pada aktor yang bertindak dengan maksud dan tujuan tertentu sesuai dengan pengetahuan informasi dalam membuat pilihan rasional (Ritzer, 2014). Homans menggunakan lima proposisional yang saling berhubungan berdasarkan pada psikologi Skinnerian dalam menjelaskan suatu pertukaran. Proposisi tersebut adalah proposisi sukses, stimulus, nilai (*devrivasasi-satiasi*), dan restu agresi (*approval-agression*) (Poloma, 2013). Meski begitu Ritzer, (2014) berpendapat bahwa terdapat satu proposisi tambahan yaitu proposisi rasionalitas (*the rationality proposition*).

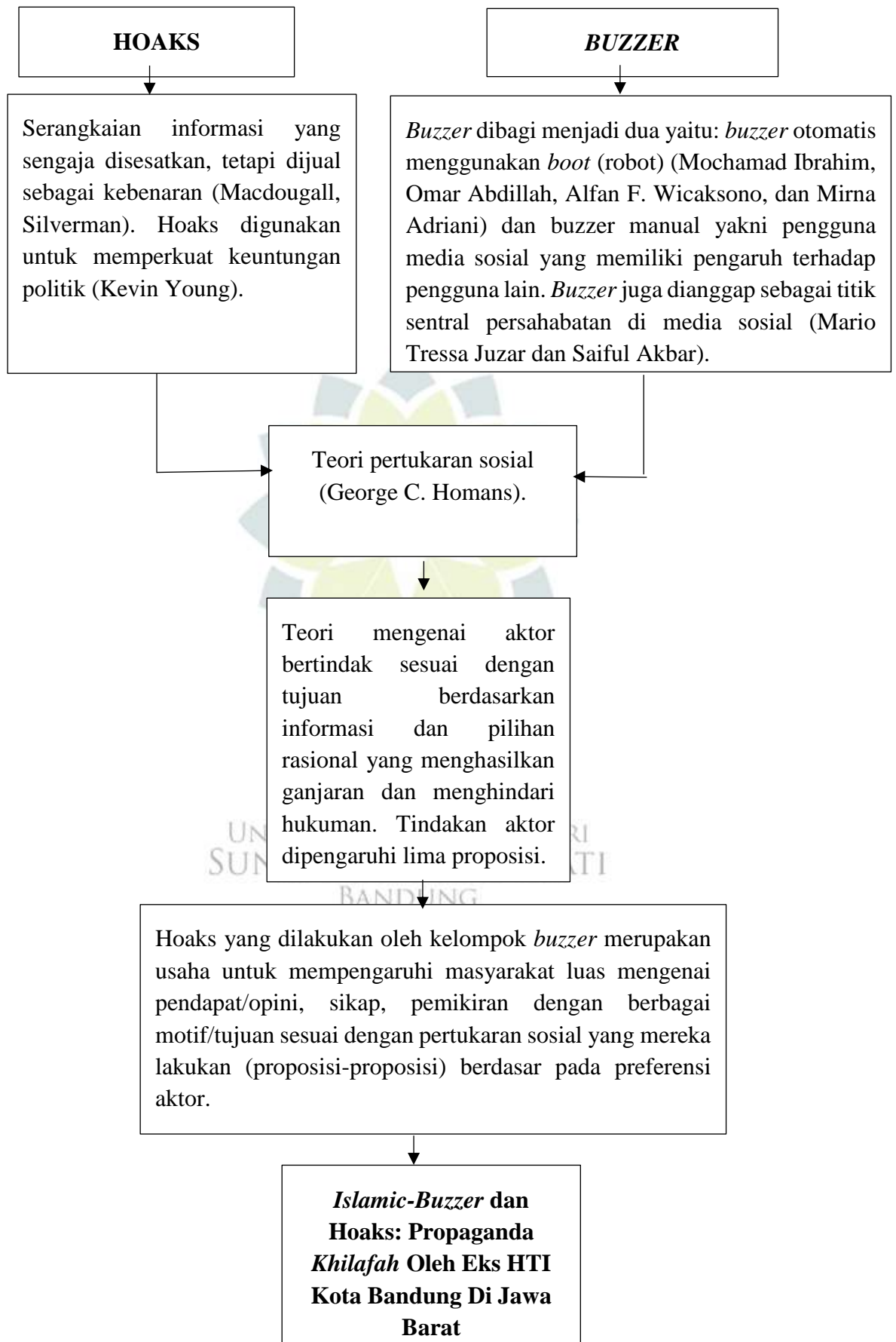
Proposisi-proposisi tersebut dapat digunakan untuk menganalisis tindakan aktor (*buzzer*) sebagai penyebar hoaks. Aktor sebagai penyebar hoaks mempunyai berbagai motif tertentu dalam melancarkan aksinya tersebut. Tentunya menggunakan proposisi tertentu, yang tidak hanya satu, tetapi banyak proposisi. Bagaimana pun *buzzer* sebagai penyebar hoaks akan selalu mempertimbangkan proposisi mana yang akan digunakan, seminimal mungkin menghindari hukuman dan semaksimal mungkin memperoleh ganjaran (hadiah).

Hoaks sebagai sumber daya tentu akan menarik perhatian besar aktor, dan kemudian aktor bisa mengendalikan hoaks. Aktor memikirkan betul tujuan dan preferensi tindakannya sesuai dengan rambu-rambu yang mereka buat sendiri. Hal ini penting sebagai pengendali aktor agar tetap selaras dengan kepentingan kolektif. Artinya kepentingan kolektif aktor akan selalu dituntun aktor korporatnya agar

aktor tetap konsisten mewujudkan kepentingan umum yang melebihi kepentingan pribadinya.

Peneliti menyimpulkan dan menggaris bawahi paradigma penelitian ini sebagai suatu hubungan antar dua variabel yaitu hoaks dan *buzzer* sebagai aktor. Artinya, hoaks merupakan fenomena yang dikonstruksi oleh media sosial yang dilakukan oleh para *buzzer*. *Buzzer* membuat dan menyebarkan hoaks dengan berbagai motif tertentu sesuai pilihan rasionalnya dengan tujuan memperoleh ganjaran (hadiah) dan berusaha menghindari hukuman. Oleh karena itu, apabila *buzzer* merupakan aktor penyebaran hoaks, maka penyebaran tersebut dilakukan dengan berbagai tujuan, strategi, jenis, konten, kelompok sasaran, dan keuntungan. Kemudian jika hal tersebut berhasil dilakukan, maka hoaks akan menyebabkan adanya kebingungan dalam menyikapi informasi, serta yang berbahaya adalah adanya disintegrasi (perpecahan) dalam struktur sosial masyarakat.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. 3 skema kerangka berpikir

G. Penelitian Terdahulu

Sejauh yang peneliti ketahui, penelitian tentang HTI lebih banyak berfokus pada ide dan pola gerakan yang dilakukan sebagai sebuah ormas yang bersifat transnasional yang bercita-citakan membangun kembali negara Islam secara global. Hal tersebut wajar dilakukan karena penelitian mengenai fenomena radikalisme dan fundamentalisme (termasuk HTI) sangat tinggi setelah peristiwa 11 September 2001 di Amerika Serikat. Akibatnya jagat pengetahuan Islam kontemporer dipenuhi oleh diskursus tersebut (Nurdin, 2005).

Berikut ini ada lima jenis penelitian yang peneliti kumpulkan yang telah dilakukan sebelumnya: Mohamed Nawab Mohamed Osman, *Hizbut Tahrir Indonesia and Political Islam: Identity, Ideology and Religio-Political Mobilization* (2018). Burhanudin Muhtadi, *The Quest for Hizbut Tahrir in Indonesia* (2009), Asep Muhamad Iqbal dan Zulkifli, *Islamic Fundamentalism, Nation-State and Global Citizenship: The Case of Hizb ut-Tahrir* (2016), Siti Rahma, *Orientasi, Sikap, dan Perilaku Keagamaan Mahasiswa Hizbut Tahrir UIN Sunan Kalijaga Terhadap Pemikiran Khilafah* (2016), serta oleh A. Samsul Anwar, *Aktivitas Dakwah Hizbut Tahrir Indonesia Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Bogor* (2010).

Buku Mohamed Osman menawarkan wawasan baru tentang sejarah, struktur organisasi dan ideologi HTI, dan terutama menjelaskan pertumbuhan HTI yang cepat di Indonesia. Pertumbuhan HTI didorong oleh permainan identitas kolektif dalam menarik anggota baru dan mempertahankan anggota lama. HTI memanfaatkan faktor-faktor seperti peluang institusional dan non-institusional

dalam sistem politik Indonesia, strategi mobilisasi sumber daya dan ideologi anti-sistemik HTI berfungsi sebagai insentif politik, organisasi, dan agama bagi individu untuk bergabung dengan partai dan melancarkan aksi kolektif.

Selain itu, HTI memanfaatkan ruang demokrasi Indonesia untuk mengkampanyekan ide-ide mereka yang anti liberal, dan hal lainnya sesuai misi pemurnian syariah. Namun, meskipun HTI dianggap ekstrem dan radikal, mereka tetap diberikan ruang dan diterima dalam lanskap religius-politik Indonesia. Ini memperingatkan terhadap pemahaman yang terlalu sederhana tentang kelompok seperti HTI dan Islam politik di Indonesia.

Dalam penelitiannya, Burhanudin Muhtadi membahas tentang ide-ide HTI yang banyak diterima akibat ketidakpuasan publik yang meluas terhadap era reformasi. HTI berpendapat bahwa memburuknya kondisi sosial dan ekonomi di bawah rezim pasca-Suharto disebabkan oleh dominasi sistem yang dianggap tidak Islami, seperti sekularisme, demokrasi dan kapitalisme, dalam pemerintahan Indonesia dan birokrasi, serta pengaruh budaya Barat ditambah tidak adanya kekhalifahan Islam. Ironisnya, sebagai pendukung vokal sentimen anti-demokrasi dan nasionalisme, HTI mengambil keuntungan dari rezim demokratis pasca-Soeharto di mana kebebasan beragama dan kebebasan berekspresi juga diberikan kepada kelompok yang jelas-jelas bertujuan untuk menggulingkan rezim demokrasi. Melihat narasi besar HTI tentang kekhalifahan Islam global dan penolakannya terhadap gagasan demokrasi dan negara-bangsa, jelaslah bahwa HTI

telah mengambil sejumlah langkah negatif ke arah konsolidasi demokrasi di negara tersebut.

Lebih lanjut, Asep dan Zulkifili menjelaskan bahwa Hizbut Tahrir merupakan organisasi jaringan global (transnasional) yang merupakan bagian, peserta, dan penafsir globalisasi. Hal ini ditandai oleh perjuangan mereka membangun negara Islam (*khilafah* Islam) dengan kewarganegaraan yang global (umat global). Hizbut Tahrir beroperasi melintasi batas negara dan menantang keberadaan negara-bangsa (*nation-state*). Terbukti kehadirannya di seluruh dunia termasuk Eropa, Amerika, Asia, dan Australia dapat dipahami sebagai ambisinya untuk memposisikan diri sebagai pemain global dan untuk menafsirkan globalisasi untuk kebutuhan dan kepentingannya. Dengan demikian, kebangkitan fundamentalisme Islam merupakan bagian dari reaksi negatif terhadap modernisasi.

Siti Rahma dalam skripsinya yang diajukan kepada UIN Sunan Kalijaga ini membahas orientasi, sikap, dan pola sikap mahasiswa HTI di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Menurut penelitiannya, *khilafah* bagi mahasiswa HTI adalah sistem pemerintahan Islam yang wajib ditegakkan sebagai sebuah perjuangan. Memperjuangkan *khilafah* adalah bentuk mencari keridhaan kepada Allah agar mentaati aturan Islam. Selain itu, mereka memperoleh binaan agama yang kental, dan tidak ada tawar menawar. Akibatnya terlihat dari sikap mereka yang radikal, keras, dan eksklusif. Bagi mereka, seringkali menghakimi kesalahan orang lain adalah sesuai amalan *nahi munkar*. Namun demikian, perilakunya dalam meningkatkan ibadah, banyak amalan sunnah, dan pakaian syari dapat diapresiasi.

Kemudian yang terakhir skripsi A. Samsul Anwar yang diajukan kepada UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. Samsul Anwar mendiskusikan aktivitas dakwah Hizbut Tahrir pada Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Kota Bogor. Samsul Anwar menyimpulkan aktivitas inti HTI adalah *tastqif hos* (pembinaan umum) dan *tastqif amm* (pembinaan khusus). Dalam aktivitas penyebaran dakwahnya HTI menggunakan keorganisasian sebagai media dakwah, ditambah media lisan (*halqah/kajian* di masjid), serta cetak dan elektronik. Media cetak dilakukan dengan membagikan, buletin *Al-Islam*, *Al-Wa'ie*, tabloid Media Umat, dan buku yang dikarang HTI. Selain itu, media elektronik memanfaatkan TV HTI *Channel*, radio HTI, dan *website* HTI yang bisa diakses secara luas.

Namun, sejauh ini belum ada penelitian komprehensif mengenai aktivitas penyebaran hoaks oleh anggota HTI khususnya di Jawa Barat, Indonesia. Setidaknya ada beberapa alasan mengapa penyebaran propaganda dan hoaks oleh anggota HTI dijadikan fokus studi. *Pertama*, pencabutan status badan hukum (SK Badan Hukum) HTI oleh Kemenkumham RI menyebabkan semakin mengguritanya gerakan mereka di media sosial, kampanye-kampanye agenda, opini, poster, hingga pengangkatan diskursus khasnya di *Twitter* dengan hastag seperti *#JayaDenganSyariahKhilafah* dan *#WeNeedsKhilafah*. *Kedua*, visi HTI perwujudan syariah *khilafah* seringkali dibalut dengan konten-konten yang seolah-olah ilmiah, atau merekayasa informasi yang asli untuk menyebarkan visinya sehingga seringkali menimbulkan kecemasan dan kebingungan publik. *Ketiga*, HTI merupakan salah satu ormas yang beranggotakan kaum milenial yang mengerti media sosial/internet, sehingga seringkali menggoreng opini publik, untuk

kepentingan kampanye ideologinya, sebut saja Felix Siauw, Hawariyyun, dan Hafidz Abdurahman. Dan *keempat*, HTI sebagai ormas sayap kanan (radikal) sangat aktif di dalam agenda-agenda politik besar, sebut saja Aksi Bela Islam, Konferensi *Khilafah* dan agenda-agenda sejenisnya.

