

STUDI NETNOGRAFI “KOMUNITAS ANTI ISLAM’ DI MEDIA ONLINE FACEBOOK

NETNOGRAPHY STUDY OF “ANTI-ISLAM COMMUNITY” IN ONLINE MEDIA OF FACEBOOK

Ahmad Toni*Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur**email: ahmad.toni@budiluhur.ac.id*

Abstract. *This study discusses the ethnography of online media or netnography to the behavior culture of Anti Islamic Community in social networking Facebook. The results show that the behavior of members of the Anti-Social Community is dominated by members who call themselves Muslims as individuals who defend the truth of Islamic teachings. While members of the Anti-Islam tend to be less and rarely give a defense statement. The use of verbal violent symbols of the animal world and the sexual world was carried out by members of the Anti-Islam to insult Prophet Muhammad. The use of verbal violent symbols of the animal world and the sexual world is used by members who claim to be Muslims to insult the admin of the Community and their Lord.*

Keywords: *Anti Islam Community, Facebook, Netnography.*

Abstrak. Penelitian ini membahas tentang etnografi media online atau netnografi terhadap budaya perilaku Komunitas Anti Islam di jejaring social Facebook. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku para anggota Komunitas Anti Sosial didominasi oleh anggota yang menyebut dirinya muslim sebagai individu yang membela kebenaran ajaran Islam. Sementara anggota yang Anti Islam cenderung lebih sedikit dan jarang memberikan pernyataan pembelaan. Penggunaan simbol-simbol kekerasan verbal dunia binatang dan dunia seksual dilakukan oleh anggota Anti Islam untuk menghina Nabi Muhammad saw. Penggunaan simbol-simbol kekerasan verbal dunia binatang dan dunia seksual dipergunakan oleh anggota yang mengaku muslim untuk menghina admin Komunitas dan Tuhannya.

Kata Kunci: *Komuntas Anti Islam, Facebook, Netnografi.*

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi internet sebagai basis teknologi manusia modern dalam melakukan komunikasi memberikan kemajuan bagi berbagai segi kehidupan manusia. Penetrasi internet di Indonesia pada 2014 menurut internetlivestats, berada di kisaran 17% sedangkan di India 19%. Tingkat penetrasi internet di Indonesia masih tertinggal dengan negara Asia Tenggara lain seperti Vietnam 43%, Filipina 39%, Malaysia 40% dan Singapura 81%.

Sementara negara pengguna smartphone terbesar di dunia sebesar 574 juta jiwa, data iResearch menyebutkan penjualan online di China mencapai 8% dari total retail di negara tersebut. China juga memunculkan perusahaan retail online Alibaba yang setara dengan Google, Facebook, dan Amazon. Penetrasi smartphone subscription di Indonesia pada tahun 2015 sebanyak 38% dan tercatat hampir 100 juta orang. Kompas tekno menyatakan bahwa 132,7 juta orang di Indonesia terhubung internet dari total penduduk Indonesia yang mencapai 256,2 juta jiwa. Statistik pengguna perangkat genggam smartphone adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Pengguna Smartphone dan Internet.

Perangkat	Jumlah Jiwa Pengakses	Persen
Telpon Genggam dan Komputer	67,2	50,7%
Smartphone	63,1	47,6%
Komputer	2,2	1,7%

Pengguna smartphone di Indonesia terkonsentrasi di Pulau Jawa yang mencapai 86,3 juta orang atau 65% dari total pengguna internet di Indonesia. Pengguna di Pulau Sumatera 20,7 juta atau 15,7%, 8,4 Juta atau 6,3% di Sulawesi, 7,6 juta atau 4,7% di Bali dan NTB, 3,3, Juta atau 2,5% di Maluku dan Papua.

Perilaku pengguna smartphone di Indonesia berdasarkan riset yang dilakukan oleh Opera menunjukkan bahwa 32% pengguna internet di Indonesia tidak suka dengan iklan yang terdapat di internet dan memasang fitur pencegah iklan atau adblock pada browser dan menggunakan fitur penghambat data agar kuota internet lebih efisien. Pengguna smartphone dan internet di Indonesia cenderung menyimpan laman yang mereka sukai dengan fitur bookmark untuk memudahkan akses laman tanpa harus mencari lagi di mesin pencari. Data Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) melaporkan lebih dari 50% dari jumlah responden yang mencapai 1020 orang menggunakan internet dari ponsel lebih dari enam jam dalam sehari.

Facebook sebagai media sosial yang lahir pada tahun 2004 menjadi magnet bagi individu dunia untuk mengekspresikan kebebasan berbicara melalui ruang media online. Facebook mengubah gaya hidup dan budaya masyarakat dunia terhadap aktivitas dan sosialisasi yang formal menjadi formalspace melalui media online. Kehidupan orang, sifat orang, karakteristik orang, gaya bicara, dan lain-lain terekplorasi melalui 'wall' sebagai media interaksi dan komunikasi dirinya dengan orang lain dan kelompok lain. Facebook merubah tatanan sosial dari pertemanan yang didasari oleh rasa kesetiaan menjadi teman dalam konsepsi verbal dan tulisan, tanpa melihat asal usul, ras, golongan, negara dan lain-lain, mereka saling terkoneksi menjadi 'teman'.

Facebook sebagai media jejaring sosial mempunyai keunggulan sebagai modal sosial yang membantu orang untuk saling berhubungan dengan orang lain dan berinteraksi secara langsung melalui berbagai fitur yang ditawarkan, termasuk ruang komunitas yang mempunyai kesamaan tujuan. Facebook menjadi modal sosial terbesar di dunia yang mampu mengubah dunia berkomunikasi secara riil menjadi dunia komunikasi virtual. Dengan demikian perubahan interaksi manusia yang evolutif dengan prinsip fisik dan psikis menjadi interaksi virtual yang banyak memberikan peluang situasi konflik, marah, benci dan lain-lain, tetapi juga memberikan peluang senang, gembira dan lain-lain. Dari penjelasan tersebut maka bagaimana netnografi 'Komunitas Anti Islam' di media facebook.

2. Landasan Teori dan Konsep

Teori CMC

Computer Mediated Communication (CMC) adalah format komunikasi baik berifat interpersonal, kelompok, organisasi dan massa yang dilakukan melalui jaringan yang termediasi dengan internet, sehingga segala aktivitas dan perilaku manusia dilakukan dan dimediasikan oleh jaringan internet. Sebagaimana dinyatakan oleh Bagdikian (2004: 56) 'internet tidak dikontrol secara pusat di dalam memutuskan informasi yang disebarkan apakah untuk kepentingan umum ataukah untuk kepentingan organisasi, individu dan lain-lain'. Menurut Wood dan Smith (2005: 4-5) menyatakan bahwa '*Computer Mediated Communication* merupakan sebuah integrasi teknologi computer dengan kehidupan sehari-hari dan di dalamnya sering terjadi adanya batas-batas yang sama antara bentuk komunikasi bermediasi dan bentuk komunikasi yang imediasi'.

CMC adalah bentuk komunikasi yang menggunakan teknologi internet sebagai media bersosial, baik dilakukan untuk intrapersonal sebagai catatan harian, diary dan lain-lain, sebagai komunikasi antarpersonal, kelompok, organisasi dan massa. Terjadinya informasi yang sinkron antar sesama pengguna media online ketika terjadi pertukaran informasi melalui fitur yang digunakan, baik aplikasi (apps), chat room, wall dan lain-lain. Bentuk-bentuk komunikasi CMC menjadi perubahan besar dalam perilaku komunikasi manusia modern yang ditandai dengan candu informasi melalui berbagai perangkat yang terkoneksi jaringan internet, baik berupa komputer, laptop, macbook, notebook, smartphone dan lain-lain.

Etnografi Media dan Hiperteks

Etnografi media membahas tentang perilaku komunitas-komunitas online yang membentuk dan merepresentasikan nilai, adat kebiasaan, kepercayaan dan bagaimana mereka mengatur dan memberikan arahan tingkah laku bagi anggota-anggota komunitas mereka. Sementara digital etnografi adalah semua perilaku anggota masyarakat yang tersusun atas golongan, kelompok dan atau sekumpulan pada perangkat digital berbasis koneksitas jaringan internet. Digital etnografi digunakan untuk mempelajari, memahami tentang dunia cyber dan perilaku komunitas online, komunitas yang menggunakan media online sebagai wahana ekspresi kebebasan dan ruang publik demokratis atas kepentingan-kepentingan mereka atau disebut dengan netnografi.

Hakikat netnografi adalah hubungan perilaku antar individu yang berjaringan membentuk sebuah kelompok yang termediasi dengan internet dan perangkat computer dan turunannya, termasuk smartphone (*comsmartphone mediated*), seluruh rangkaian aktivitas komunitas dikerjakan melalui teknologi digital sehingga membentuk budaya jaringan sosial yang koheren dan saling terkoneksi antara satu individu dengan individu yang lain atau disebut dengan budaya internet atau budaya media.

Sebagaimana dinyatakan oleh Hidayah (2012: 3) 'etnografi dalam format hiperteks terwujud melalui teks dengan rujukan teks atau informasi lain yang tertaut dengan link. Hiperteks adalah struktur yang membangun internet (www) sehingga etnografi hiperteks memiliki domain di internet, pada sisi lain hiperteks bukan saja berupa dokumen tetapi hypermedia yang merujuk kepada gambar, garfis, suara, animasi dan lain-lain yang tidak terbatas'.

Dengan demikian hiperteks dalam pandangan hypermedia merupakan perilaku komunitas yang tertaut dengan jaringan internet dan menggunakan perangkat computer

maupun smartphone berbasis koneksi domain internet yang menggunakan segala kemampuan kreativitas virtual untuk mengeksplorasi, mengekspresikan dan membangun identitas diri dan kelompoknya untuk tujuan bersama dalam rangka membangun reputasi dan eksistensi kelompok mereka dengan saling terkoneksi jaringan internet. Menurut Kozinets, 2009: 5) ada beragam nama yang digunakan untuk mempelajari budaya dan komunitas online diantaranya *webnografy*, *virtual ethnography*, *digital ethnography*, *cyber antropology* dan *netnografy*'.

Istilah untuk perilaku dan aktivitas pengguna media online yang terakumulasi melalui komunitas dunia virtual yang populer disebut dengan netnografi sedangkan istilah untuk menyebut individu yang tergabung di dalam komunitas berjejaring di dunia maya disebut dengan komunitas online (*online community*).

Komunitas Media Online

Komunitas media online atau disebut dengan *online community* merupakan gabungan antar individu yang menjadi anggota di dalam sebuah komunitas berbasis jejaring sosial dan dilakukan melalui berbagai perangkat yang terkoneksi oleh jaringan internet. Komunitas media online dibentuk berdasarkan pada tujuan hobby, gaya hidup, fashion, olahraga, musik, film, agama dan lain-lain, mereka mencari ruang-ruang media online yang dapat menampung, memberikan ruang kebebasan berbicara dan mengekspresikan minat dan ide-ide mereka menjadi informasi yang berguna bagi para anggotanya, tetapi terdapat ruang-ruang kontradiktif yang terdapat di dalam ruang komunitas media online dikarenakan perbedaan pendapat, pandangan dan latar belakang sosial, ekonomi, agama dan lain-lain yang menimbulkan friksi, konflik verbal dan lain-lain.

Situs jejaring sosial didefinisikan oleh Boyd dan Ellison (2007: 84) 'situs dengan layanan jejaring sosial berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik dengan jejaring sosial dapat diatur daftar pengguna lain dengan siapa mereka berbagi koneksi, melihat dan menunjukkan daftar koneksi yang dimiliki dan yang dibuat oleh orang lain dalam sistem'. Sementara Powel memberikan definisi tentang jejaring sosial sebagai 'media sosial sebagai sebuah komunitas yang terhubung melalui persahabatan atau pertemanan yang didasari oleh nilai-nilai, hubungan, ide dan pekerjaan'.

Dengan demikian komunitas media online atau jejaring sosial merupakan integrasi antar individu yang berminat menjadi anggota berdasarkan pada latar belakang minat, tujuan, pekerjaan, nilai, sosial, ekonomi, pendidikan, agama, suku dan lain-lain untuk bisa mengekspresikan perasaan, ide, gagasan dan nilai-nilai yang dianut mereka sebagai tujuan bersama, tetapi kadang kala diantara anggota-anggotanya tidak saling mengenal satu sama lainnya sehingga hal ini menjadikan peluang konflik verbal di dalam dunia virtual.

3. Metode Penelitian

Penelitian tentang etnografi media online dilakukan dengan tahapan: Pertama, membuat suatu pertanyaan yang mampu menggambarkan perilaku komunitas online. Kedua, tahap seleksi komunitas online dengan asumsi-asumsi dasar yang memperkuat alasan pemilihan komunitas online sebagai subjek dan objek penelitian. Ketiga, menjadi partisipan di dalam komunitas online tersebut, sehingga peneliti menjadi bagian dari

komunitas online tersebut. keempat mengumpulkan data-data untuk memulai analisis. Kelima menyajikan laporan penelitian.

Menurut Kozniaks (2009: 1-2) 'metode netnografi adalah turunan bentuk etnografi dunia sosial nyata yang diformulasikan ke dalam perangkat jaringan internet. Netnografi adalah metode untuk mempelajari dan memahami *cyberspace*'. Observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan cara 'lurking', lebih tepatnya istilah 'lurking' dalam bahasa Indonesia 'mata-mata' atau memata-matai kegiatan dan perilaku komunitas online. Sehingga peran peneliti sangat sentral di dalam keterlibatan dirinya dalam komunitas online tersebut untuk mendapatkan gambaran kebudayaan online yang dibangun oleh para anggota komunitas.

Peneliti menjadi bagian dari komunitas yang melakukan aktivitas pertukaran simbol yang berupa tulisan, suara, gambar, grafis dan sebagainya sehingga format hiperteks yang dihasilkan mengandung nilai keaslian. Metode netnografi dalam proses analisis bersifat multilinear dan tidak memerlukan keteraturan analisis yang baku, karena antara satu simbol dengan simbol yang lain bersifat lintas format (link).


4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Profil Komunitas Anti Islam

Berikut profil Komunitas Anti Islam di media jejaring sosial facebook:

Tabel 2

Profil Komunitas Anti Islam

No	Profil Komunitas Anti Islam	Keterangan
1	Link	https://www.facebook.com/pg/Komunitas-ANTI-ISLAM-1547670412130936/community/?ref=page_internal
2	Nama	Komunitas Anti Islam
3	Logo	
4	Jumlah Anggota	Total suka: 137 Total Mengikuti: 140 Total Anggota: 277
5	Tema/Tujuan Komunitas	Debat Agama Anti Islam Kita Bisa Berdebat Tentang Kebohongan Agama Islam
6	Atribut	JIL. Jaringan Islam Liberal
7	Tahun Terbit Komunitas	2014

Sumber: Facebook



Dalam profil di atas terdapat keterangan kontradiktif antara nama komunitas yakni: Komunitas Anti Islam dengan atribut yang dipergunakan yang mengatas namakan Jaringan Islam Liberal (JIL). Terdapat ketidak konsistenan antara nama komunitas online dengan atribut logo yang dipergunakan. Tetapi konsistensi antara nama


komunitas dengan tema dan tujuan komunitas memperlihatkan tujuan yang sebenarnya, yakni komunitas tersebut bertujuan untuk menggunakan forum/wall komunitas Anti Islam sebagai ruang debat kebohongan agama Islam.

Pola dan Fungsi Komunikasi Komunitas Anti Islam

Pola komunikasi yang dilakukan oleh admin ialah dengan mengunggah pernyataan kontroversial yang menyangkut hakikat ajaran Islam. Sebagaimana pada status pertama admin yang menyatakan tentang hakikat kepalsuan dari Nabi Muhammad saw, hakikat Allah dan cara menyembahnya. Berikut penejelasan pola dan fungsi komunikasi yang dilakukan Komunitas Anti Islam:

Tabel 3
Visual Netnografi

Visual Netnografi	Pola Komunikasi	Fungsi Komunikasi
	<p>Pola komunikasi komplementer, yaitu bentuk perilaku admin sebagai perilaku dominan diantara anggota komunitas untuk kepentingan memonopoli ketertundukan paham anggotanya.</p>	<p>Dominasi admin untuk menciptakan kepatuhan anggota</p>
	<p>Pola komunikasi komplementer, yaitu bentuk perilaku admin sebagai perilaku dominan diantara anggota komunitas untuk kepentingan memonopoli ketertundukan paham anggotanya</p>	<p>Dominasi admin untuk menciptakan kepatuhan anggota</p>

	<p>Pola komunikasi komplementer, yaitu bentuk perilaku admin sebagai perilaku dominan diantara anggota komunitas untuk kepentingan memonopoli ketertundukan paham anggotanya</p>	<p>Dominasi admin untuk menciptakan kepatuhan anggota</p>
	<p>Pola komunikasi komplementer, yaitu bentuk perilaku admin sebagai perilaku dominan diantara anggota komunitas untuk kepentingan memonopoli ketertundukan paham anggotanya</p>	<p>Dominasi admin untuk menciptakan kepatuhan anggota</p>
	<p>Pola komunikasi komplementer, yaitu bentuk perilaku admin sebagai perilaku dominan diantara anggota komunitas untuk kepentingan memonopoli ketertundukan paham anggotanya</p>	<p>Dominasi admin untuk menciptakan kepatuhan anggota</p>

Sumber: facebook

Hakikat Tutur (*Speech*) Komunitas Anti Islam

Sanksi Terhadap Kenabian Muhammad.

Hakikat tutur yang direpersentasikan di dalam perbincangan Komunitas Anti Islam adalah mensanksikan kenabian Muhammad saw. Berikut perbincangan tersebut:

Admin: KAI

Muhammad Nabi Palsu

Muslim VS Duladi (part 2)

Duladi: Itu berkat fallacy, menutupi sejarah dengan kebohongan. Muhammad tidak pernah bisa membuktikan kenabiannya dengan mujizat. Untuk menyebarkan agamanya, dia butuh bantuan orang-orang berandalan, budak, orang-orang Arab miskin, para perampok dan pencuri.

Muslim A: Kurang ajar kamu, ayo kemari kau. Tunjukkan alamat rumahmu, nanti aku akan berdebat denganmu empat mata, satu lawan satu.

Tread ini mendapatkan 45 respon dari anggota yang menyatakan setuju dan tidak setuju dalam perbincangan tentang hakikat kenabian. Berikut respon dari anggota:

Marnie Zismà: kalau anda tidak tau tentang islam lebih mendalam anda jgn banyak berkoar2 tentang islam, urus aja agamu sendiri toh blum tentu agama mu benar.

Juni Hermansyah: Saya muslim, gk perlu anda berbicara mengenai islam, bicara saja mengenai agama anda sendiri, tentang sejarahnya, injilnya, to pun apalah yang berkaitan dengan kristen, anda gk perlu pelajari agama islam tuk lebih mendalami dan meyakini kristen, coba anda pelajari, teliti tentang ajaran kristen dari orang2 anda sendiri. Entar juga anda tahu. Ingat! Banyak pendeta lo yang keluar gk percaya lagi dengan bible, walaupun dia gk meluk islam alias atheis, tapi alangkah baiknya klu anda cari tahu mengapa????

Relasi Muhammad dan Al Masih

Admin:

Ada 3 alasan mengapa Muhammad pasti tidak ada di surga saat ini, yaitu: 1. Ia masih disolawatkan umatnya (Al-Ahzab 33:56), 2. Pernyataan Quran bahwa semua Muslim akan masuk neraka (Quran Sura Maryam 19:71 ("Dan tidak ada seorangpun daripadamu (muslim), melainkan mendatangi neraka itu. Hal itu bagi TUHAN-mu adalah suatu kemestian yang sudah ditetapkan.")), dan 3. Muhammad belum mendapat pengampunan dari Tuhan: "Wahai Tuhan! Ampunilah saya! Kasihanilah saya dan HUBUNGKANLAH saya dengan Teman yang Maha Tinggi (Isa Al-Masih)." Hadits Shahih Bukhari 1573.

Tread ini mendapat 17 respon dari anggota; Adapun respon dari anggota sebagai berikut:

Tambos Rider: aku memang bukan muslim, buat apa km hina agama orang sementara km itu belum bisa menjalankan apa yang diajarkan agama mu sendiri, karena di agama nasrani itu tidak pernah diajarkan untuk menghina, atau menjelek-jelekkan orang, seberapa besar kah imanmu, apalagi sampai menghina agama yang lain,, perbanyaklah beramal bro supaya kau mendapat pahala, jangan buat komunitas supaya orang ribut, sama aja km itu dengan iblis klu km buat begini, damai itu indah,, jangan usik kedamaian kami

Halman Ajaa: Untukmu agamamu,, dan untukku agamaku,, jadi uruslah agamamu sendiri...jangan urus agama kita yang sudah bahagia....pikirlah dulu sebelum kau melakukan sesuatu.....Ingat baik baik..

Hakikat Tuhan

Admin:

Kita mengetahui bahwa sesungguhnya TUHAN itu ada dimana mana tapi , mengapa kaum si mamad menyembah ke arah batu yang disebut mereka arah kiblat, dan kenapa kalian mengolok-olok agama hindu-budha yang menyembah patung, bagaimana kalau mereka menyebutkan bahwa patung tersebut juga adalah arah kiblat mereka , contohnya penyembah matahari.. Selamat merenungi @kaum simamad

Tread ini mendapat 29 respon dari anggota; Adapun respon dari anggota sebagai berikut:

Erna Rahmawati: ALLAH mnciptakan Isa almasih, maria prawan suci dan Muhammad -kaum siMamad smbayang mnghadap kiblat utk mnyembah ALLAH ﷻ mnciptakan Manusia Jin dan syetan jd knp u(admin) yg anti islam mnyembah kpd ssama manusia mnding u myembah ibumu yg mlahirkanmu -slamat merenung admin anti islam ﷻ..ﷻ..ﷻ..(.)

Umi Kalsum Badar: BUKTI NYATA SESATNYA DOKTRINSELIBAT KRISTEN 10 RIBU ANAK DI PERKOSA OLEH PARAPEMIMPIN GEREJA. Melbourne –Berita tentang maraknya skandal pelecehan seksual terhadap anak-anak dibawah umur yang banyak dilakukan oleh para pemimpin gereja di seluruh dunia seperti tak hendak usai. Kali ini Gereja Katolik Roma di Victoria, Australia, mengakui lebihdari 600 anak telah menjadi korban pelecehan seksual oleh para pemimpin gereja di negara itu sejak tahun 1930-an.

Cara Berkomunikasi (Means) Komunitas Anti Islam

Cara berkomunikasi admin bersifat propokatif yaitu dengan memberikan pernyataan-pernyataan yang bersifat penghinaan terhadap Nabi Muhammad saw. Hal ini menimbulkan reaksi kemarahan terhadap anggota yang beragama Islam dan memberikan sanggahan-sanggahan terhadap apa yang dinyatakan oleh admin. Tetapi secara makna (means) dalam komunikasi yang dilakukan oleh admin melakukan konfrontasi terhadap keyakinan agama Islam dan Kristen, sehingga pembicaraan lebih menyangkut tentang konsep ketuhanan antara Islam dan Kristen. Admin tidak memberikan penjelasan tentang kandungan dan tafsiran berkaitan dengan Islam Liberal sebagaimana atribut JIL dipergunakan sebagai atribut utama Komunitas Anti Islam ini tetapi lebih kepada representasi konsep ketuhanan Kristen.

Kompetensi Komunikasi Komunitas Anti Islam

Pemenuhan kompetensi komunikasi admin tidak tercermin di dalam posting-posting status dengan argumentasi yang tidak logis. Sementara penjelasan-penjelasan anggota komunitas didasarkan dengan fakta-fakta dan kemampuan yang terbatas dan bersifat tidak mendalam sebagai bantahan dan sanggahan kepada admin. Kemampuan verbal dalam postingan lebih digambarkan oleh para anggota sebagai wujud pembelaan kebenaran ajaran Islam sebagai ajaran yang membawa manusia kepada jalan Tuhan dengan memberikan sentuhan ayat kitab suci dan penjelasan detail tentang kebenaran agama Islam. Tetapi di sisi lain terjadi penyerangan terhadap kesanksian kebenaran ketuhanan Yesus dan para anggota meminta penjelasan dan rasionalisi ketuhanan Yesus kepada admin komunitas, tetapi admin komunitas tidak pernah memberikan jawaban-jawaban tersebut. Admin tidak melakukan sikap yang positif dalam menyikapi postingan pernyataan yang mengandung isu sara dan terkesan hanya melakukan provokator semata untuk merangsang kemarahan anggota komunitas.

Relasi Bahasa dan Dunia Organisasi Sosial Komunitas Anti Islam

Relasi bahasa dan dunia organisasi sosial tidak tercerminkan bersifat positif, tetapi lebih cenderung bersifat negatif. Simbol-simbol yang dipergunakan secara verbal di dalam perbincangan terdiri dari:

1. Simbol dunia binatang. Simbol seperti Anjing, Babi, Monyet dan lain-lain dipergunakan untuk saling menyerang antara pihak yang pro terhadap esensi komunitas (Anti Islam) dengan anggota yang menyatakan dirinya sebagai umat Islam.
2. Simbol seksual. Simbol Homoseksual, Vagina, Penis dan lain-lain dipergunakan oleh anggota yang menyatakan dirinya muslim untuk melakukan kekerasan simbolik kepada admin dan anggota lain yang Anti Islam.
3. Simbol persuasif. Simbol sabar, ikhlas, lapang dada dan lain-lain dipergunakan oleh anggota yang mengaku muslim tetapi menyerahkan sepenuhnya kebenaran-kebenaran ajaran Islam kepada Tuhan. Ajaran Islam dan perilaku muslim dicerminkan dengan tingkah laku sabar, ikhlas dan lapang dada ketika terjadi penghinaan-penghinaan dari pihak-pihak anti Islam.

Ketidaksamaan Bahasa dan Sosial Komunitas Anti Islam

Pandangan mengenai ketidaksamaan bahasa dengan sosial tercermin dalam nama komunitas Anti Islam tetapi di dalamnya lebih banyak anggota yang mengaku muslim dan menyanggah pernyataan-pernyataan provokatif yang dilakukan oleh admin. Sebuah gambaran kontradiktif antara tujuan admin dan tujuan anggota komunitas. Tetapi wall ini dipergunakan untuk wahana debat tentang anti Islam yang tidak disertai dengan etika bermedia yang baik. Pola-pola diskusi dan penggunaan bahasa yang vulgar yang menyangkut penghinaan terhadap keyakinan agama Islam, wall ini tidak digunakan sebagai wahana diskusi yang berorientasi kepada hal-hal yang positif tetapi lebih kepada hal-hal yang negative.

Bahasa simbolik binatang, seksual lebih dominan dipergunakan baik oleh admin maupun dari anggota komunitas. Hal ini berbahasa bagi keberlangsungan sebuah wahana diskusi menjadi wahana saling menghina, menyerang secara verbal, wahana saling mengancam dan lain-lain. Dunia sosial media menjadi pertarungan verbal antara pihak-pihak yang saling bertentangan paham keyakinan atau agama. Tentunya paham dan pengalaman perilaku seperti ini akan menjadi habitus/kebiasaan yang berorientasi pada perilaku keselarasan dunia sosial nyata di dalam sistem masyarakat yang sebenarnya.

Secara umum pola komunikasi yang dilakukan oleh admin bersifat komplementer, sebagai usaha dominan dari admin untuk melakukan hegemoni kekuasaan persepsi dan asumsi dalam bersosialisasi di jejaring sosial facebook. Penggunaan pernyataan yang mengandung kekerasan simbolik berupa kekerasan verbal yang direpersentasikan melalui simbol binatang, Babi, Anjing, Monyet dan lain-lain, simbol seksualitas dengan kata Homoseksual, Vagina, Penis dan lain-lain memberikan kecenderungan pertarungan kata-kata kasar daripada tujuan awal komunitas ini dibangun, yakni untuk debat tentang ajaran Islam.

Nuansa debat tidak terasa dalam komunitas ini tetapi nuansa permusuhan justru dipupuk oleh admin dengan pernyataan-pernyataan postingan yang menyudutkan Nabi Muhammad saw sebagai wujud dan manifestasi keimanan umat muslim. Pernyataan admin cenderung menghina dan melecehkan dengan simbol-simbol seksual

menyimpang yang ditujukan kepada Muahmmad tanpa disertai dengan argumentasi logis dan dalil-dalil yang menyertainya dan terkesan membandingkan dengan konsep ketuhanan yang dimiliki oleh kaum Kritiani.

Hal tersebut membuktikan daya kompetensi komunikasi admin tidak dibangun untuk hal-hal yang bersifat positif dalam sebuah debat, tetapi lebih mengarah kepada hinaan, cacian dan komedi omong yang tidak berdasar, sehingga relasi bahasa yang dipergunakan dalam komunitas ini dengan pemebntukan dunia sosial berkominutas, berkumpul dan berorganisasi melalui media online tidak terbangun dengan baik. Perluasan bahasa sebagai alat komunikasi untuk tujuan debat menjadi ajang saling menjatuhkan, menghina keyakinan dan merendakah antar agama yang diyakini oleh para anggotanya.

5. Kesimpulan

Komunitas Anti Islam sebagai wahana debat tentang ajaran Islam di media jejaring sosial facebook bersifat negatif dan cenderung sebagai wahana penghinaan, cacian dan ujaran kebencian yang menggunakan simbol-simbol binatang dan seksualitas. Kekerasan verbal yang dinyatakan melalui simbol binatang ditujukan untuk menghina Nabi Muahmmad saw. simbol seksualitas digunakan untuk menghina perilaku Nabi Muhammad swa oleh admin komunitas ini. Anggota komunitas ini lebih banyak dari orang-orang yang mengaku muslim, hal ini terjadi karena mereka geram dan marah dengan pernyataan-pernyataan admin yang menghina dan melecehkan Nabi Muhammad dengan perilaku-perilaku menyimpang. Sehingga forum komunitas ini menjadi wahana pertukaran simbol-simbol kebencian daripada sebagai wahana debat.

Pada sisi yang lain, forum komunitas Anti Islam ini menjadi wahana perdebatan masalah ketuhanan antara Islam dan Kristen yang argumenetasinya bersifat spontan dan terkesan tidak berdasar. Penggunaan kata-kata atau ujaran verbal yang bersifat kasar justeru dipergunakan oleh yang pro Anti Islam dan yang kontra Anti Islam sebagai ekspresi pembelaan keyakinan yang tidak beretika dan cenderung didasari oleh kemarahan, dendam dan kebencian antar agama.

6. Ucapan Terima Kasih:

Terima Kasih LPPM Universitas Budi Luhur
Terima Kasih Prodi S3 Komunikasi Unpad

Daftar Pustaka

- Bagdikian, Ben H. 2004. *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Boyd, DM, Ellison. NB. 2007. *Social NetworkSites: Definition, History dan Scholarship*. *Journal of CMC*, 13 (1), 210-230.
- Hidayah Siti, 2012. *Antopologi Digital dan Hiperteks, Sebuah Pembahasan Awal*. Yogyakarta: Ranah UGM.
- Kozinets, Robert V. 2009. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage Publication.
- Powell, Juliette. 2009. *Million People in the Room: How to Create, Influence and Run a Successful Business with Social Networking*. Pearson Education, Inc.
- Wood, Andrew F dan Smith, Matthew J. 2005. *Online Communication*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers. New Jersey.

Sumber website:

https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media

<https://dailysocial.id/post/ericsson-pengguna-smartphone-di-indonesia-kini-capai-38/>

<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>

<https://daily.oktagon.co.id/perilaku-orang-indonesia-menggunakan-internet-dan-smartphone/>

<http://33millionpeople.com/wp>