

# FANATISME BUTA, HAMBATAN DALAM PROSES MEMBANGUN KOMUNIKASI POSITIF (TELAAH KRITIS PADA PARA PENDUKUNG CAPRES 2024)

**Cevi Mochamad Taufik, Gita Eka Sila, Suhaeri**

cevimoحامadtaufik@ukri.ac.id, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

gitaekasila@ukri.ac.id, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

suhaeri@ukri.ac.id, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

***Abstract.** There was a loud sound of attack on the communication stage. Cynical statements with a tendency to bring down people poured out of the rifles fired by the presidential candidates. The direction is right to break down mental defenses as the last bastion of positive awareness. The attacks were incessant and could no longer be stopped, causing the country to feel like it was in a state of war. The happiness that should have accompanied the presidential election (Pilpres) collapsed into terror narratives communicated by the success team supporting the presidential candidate (capres). Disruptions to positive communication are expressed in content in the form of text, sound and visuals spread across social media networks. Without realizing it, all of this has an influence on hostility among fellow citizens. Based on these conditions, this research aims to determine blind fanaticism with verbal aggression in building positive communication that raises awareness of national identity. To provide a comprehensive explanation, the approach used is qualitative descriptive with critical analysis methods. The results show that the fanatical mentality formed in the presidential election contestation becomes an obstacle in the process of enforcing positive communication. A fanatical mentality triggers hostility because it is based on negative sentiments. Fanaticism can even maintain ongoing grudges because it leaves an impression on the psychological space of the supporters of the presidential and vice presidential candidates.*

**Keywords:** *Fanaticism, presidential election, positive communication*

**Abstrak.** Nyaring terdengar suara serangan dalam panggung komunikasi. Pernyataan sinis dengan tendensi menjatuhkan membunyah dari senapan yang ditembakkan kubu-kubu calon presiden (capres). Arahnya tepat meruntuhkan pertahanan mental sebagai benteng terakhir kesadaran positif. Serangan gencar dan tak lagi dapat dibendung hingga mengurai suasana negara bak dalam keadaan perang. Kebahagiaan yang seharusnya menyertai dalam pelaksanaan pemilihan presiden (Pilpres) ambyar menjadi teror-teror naratif yang dikomunikasikan para tim sukses pendukung calon presiden (capres). Gangguan pada komunikasi positif tertuang dalam konten berupa teks, suara, maupun visual yang tersebar di seluruh jaringan media sosial. Tidak disadari semua itu memberikan pengaruh pada permusuhan sesama warga bangsa. Berdasarkan kondisi itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fanatisme buta dengan agresi verbal dalam bangunan komunikasi positif yang menyadarkan identitas kebangsaan. Untuk memberikan penjelasan secara komprehensif, pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode analisis kritis. Hasilnya menunjukkan bahwa mental fanatik yang terbentuk dalam kontestasi pilpres menjadi penghambat dalam proses menegakkan komunikasi positif. Mental fanatik memicu permusuhan karena mendasarkan diri pada sentimen negatif. Bahkan fanatisme dapat memelihara dendam berkelanjutan karena membekas dalam ruang psikologis para kubu pendukung capres-cawapres.

**Kata kunci:** Fanatisme, pilpres, komunikasi positif

## LATAR BELAKANG

*Event* pemilihan presiden (pilpres) tahun 2024 sudah berlalu. Di balik kesuksesan penyelenggaraannya, terindikasi banyak kontroversi yang sengaja dimunculkan para pendukung pasangan calon presiden-calon wakil presiden (capres-cawapres) dan capres-cawapres itu sendiri. Kontroversi yang dimaksud lebih terarah pada tuduhan. Dari mulai tuduhan terjadinya kecurangan hingga manipulasi atas surat suara (Saleh et al., 2022). Semua tuduhan itu bernada protes dan disuarakan kubu tertentu yang mengarah pada tendensi pengingkaran terhadap kekalahan (Rahayu, 2021).

Protes yang disuarakan mengurai suasana gaduh dan nyaris sebanding dengan saat kampanye lalu. Meski secara umum dapat menurunkan tensi politik yang berbulan lamanya sempat *overheat*. Para capres yang dinyatakan kalah berdasarkan versi *quick count* sedang mencari upaya untuk membuktikan kecurangan dengan melakukan upaya hukum salah satunya melalui jalur parlemen (Supryadi, 2014). Namun upaya ini diperkirakan akan sulit dilakukan mengingat tidak seluruh partai koalisi usungan para capres menyetujui penggunaan hak angket DPR. Bilapun digunakan, maka hitungan jumlah kursi koalisi akan menentukan berhasil tidaknya hak angket dilakukan. Hanya saja ditinjau dari sisi komunikasi, pola yang digunakan seperti ini menunjukkan upaya penggiringan opini ke arah pelaksanaan pemilu yang tidak bersih alias kotor. Jika terus disebarkan dan dilakukan secara berulang maka akan mendapat afirmasi dari publik bahwa pemilu memang licik dan kotor (Betty & Soemirat, 2016). Sesungguhnya cara ini menunjukkan sikap enggan dan berat menerima kekalahan.

Faktor yang menjadi penyebab salah satunya karena dua pasangan capres-cawapres telah membranding dirinya dengan profil yang sangat tinggi (*high profile*) dan dari profil tersebut ditinggikan melebihi capres-cawapres pesaing, terutama apabila dibandingkan dengan capres yang sudah dinyatakan sebagai pemenang. Bukti untuk itu tersaji dalam lima kali debat yang menunjukkan kehebatan bersilat lidah, kemampuan beretorika hingga dianggap dapat memojokkan rival elektoralnya (Ludvianto & Arifani, 2020). Efek branding ini masih menghuni jiwa capres-cawapres serta para pendukungnya. Hanya saja harus dipahami bahwa pemilu bukan semata pilihan terhadap profil capres-cawapres melainkan sentimen tertentu yang juga turut menjadi dasar dari pilihan para pemilih (Felisianus & Marut, 2023).

Keberatan lain menerima kenyataan kekalahan adalah keengganan jika negara dipimpin capres-cawapres yang dipersepsi memiliki *branding* rendah, produk dinasti, dan pemimpin bertangan besi. Maka bentuk lain penolakan atas kenyataan kekalahan dengan mencari formula menggagalkan kemenangan. Hal berikut adalah munculnya fantasi dengan mengandaikan apabila negara ini dipimpin pasangan capres-cawapres nomor tertentu maka negara akan mengalami kemandegan karena akan terjadi status quo sebagai kelanjutan dari kepemimpinan presiden sebelumnya. Identifikasi atas semua itu menunjukkan bukti bahwa terjadi pengingkaran atas kekalahan. Ini dapat dipahami, karena sudah merasa menang dalam diri para capres-cawapres dan kubu pendukung. Sejalan dengan itu, maka nilai menang yang sudah terinternalisasi harus diperjuangkan.

Jenis nilai-nilai ini dianggap sebagai elan vital yang kemudian berubah menjadi dogma. Untuk mendukung keberhasilan perjuangan, dogma tersebut harus menghidupi seluruh proses perjuangan dan menjadi dasar keyakinan (Amin, 2018). Pola internalisasi yang dilakukan ini secara tidak disadari membentuk mental fanatik dalam diri para pendukung yang terhimpun ke dalam kubu pendukung masing-masing capres-cawapres. Ketika dinyatakan secara terbuka kemudian menimbulkan konflik. Sudah barang tentu, karena sejak semula sudah berbeda konsep ideologis perjuangan dari masing-masing kubu. Bahkan sudah

mengkristal dalam diri masing-masing menjadi bentuk fanatisme buta. Manifestasi dari fanatisme ini terungkap dalam pernyataan-pernyataan yang bersifat menyerang dan menjatuhkan capres-cawapres maupun kepada para pendukung yang dianggap berseberangan (Zulkarnain, 2020). Tidak cukup sampai di situ, selanjutnya menetapkan kubu lawan sebagai musuh yang harus diperangi. Bila perlu dibungkam hingga tak dapat berkata-kata lagi.

Suasana negara menjadi tidak kondusif. Bahkan menebar aroma panas yang menyebar hingga negeri ini dalam situasi sangat panas. Satu kubu menyerang capres-cawapres tertentu yang kemudian direspon dengan balasan menohok dari kubu yang diserang. Selanjutnya, melakukan serangan berikut untuk membuat citra personal capres-cawapres menjadi jatuh. Bentuk serangan terungkap dalam pernyataan verbal, teks, maupun suara yang bertebaran di jaringan internet. Persaingan memperbutkan opini terjadi di antara para pendukung. Sasarannya adalah capres-cawapres. Namun peperangan menjadi semakin eskalatif, sehingga arah dan sasaran serangan tidak saja terarah kepada pribadi capres-cawapres melainkan terjadi kepada para pendukung. Pada fase selanjutnya, terjadi saling serang di antara para pendukung (Ardipandanto, 2020).

Suhu panas yang mengurai peperangan di antara sesama anak negeri ini selalu terjadi saat jelang kontestasi politik. Sepertinya sudah menjadi keharusan jika pemilu harus dalam tensi sangat panas. Jauh di lubuk sanubari, warga bangsa ingin hidup damai dan lepas dari permusuhan yang tercipta akibat perpecahan semasa kampanye. Keinginan digunakannya komunikasi positif dengan tema-tema kampanye yang tidak berunsur provokatif dan menjatuhkan masih jauh panggang dari api. Pengkristalan dukungan yang terbagi ke dalam kubu-kubu telah melupakan budaya sopan santun yang menjadi dasar bersikap dan berperilaku warga bangsa. Hanya demi meraih kemenangan nilai-nilai dasar sebagai identitas bangsa hilang tergantikan dengan kerusuhan dan permusuhan.

Representasi dan keinginan terbesar warga bangsa untuk meraih kemenangan bukan akhir dari segalanya. Sistem pemilu membuka peluang pada capres-cawapres yang kalah untuk mengikuti kontestasi di pemilu selanjutnya. Bergulir selama lima tahunan sesuai sistem politik, pemilu berelasi dengan tantangan dan peluang yang dihadapi bangsa. Melalui pemilu pemilih memiliki harapan adanya perbaikan dan berpartisipasi dalam menentukan arah bangsa (Sagala & Nasution, 2022). Kemenangan harus diraih secara elegan, diperjuangkan dengan cara sportif, seraya menjejak pada norma, nilai, dan etika. Begitupun kekalahan harus diterima secara legawa dengan jiwa besar dengan mengakui kemenangan pihak lain.

Perlunya bersaing dengan senantiasa berpijak pada norma, nilai, dan etika karena sebagai pelaksanaan wujud keindonesiaan. Maksudnya, bersaing sangat dianjurkan karena dalam proses mencari pemimpin terbaik bangsa. Namun praktik persaingan yang harus dijalankan secara sportif, prosedural, dan sesuai aturan. Terlalu mahal harganya demi tujuan sesaat menjadi kesatuan bangsa menjadi tercerai-berai. Tidak logis jadinya manakala menciptakan musuh semu yang disebabkan beda pilihan. Meskipun dalam kondisi persaingan, namun nalar harus tetap dijalankan dengan merujuk pada situasi riil yang terjadi. Sehingga tidak perlu mencontoh cara kampanye bangsa asing yang sama sekali tidak memiliki landasan etis dan norma budaya yang sesuai dengan kondisi hidup bangsa ini. Indonesia diwarisi nilai luhur seperti sopan santun, keramahan, dan saling menghormati dan itu masih tetap hidup dan menjadi kekuatan bangsa ini (Rahma et al., 2021).

Sportivitas harus selalu dijunjung dengan melapangkan dada agar memiliki jiwa besar. Kondisi mental seperti ini perlu sebagai persiapan manakala memang harus menerima kenyataan pahit berupa kekalahan. Kebesaran jiwa ini yang harus dikedepankan agar dalam setiap suasana kontestasi politik tidak mengarah pada suasana chaos. Begitupun ekosistem media harus terus terjaga agar tidak menjadi carut-marut dengan konten-konten yang sesat

dan menyesatkan. Inilah karenanya perlu untuk membangun sebuah kondisi yang mengarah pada terciptanya komunikasi positif. Komunikasi yang konstruktif dengan mengetengahkan narasi-narasi yang membangun, menciptakan optimisme, dan menekankan sebuah suasana yang positif meski berada dalam suasana persaingan Budianto, 2013).

## **KAJIAN TEORITIS**

Pijakan dasar untuk menegaskan keindonesiaan perlu lebih diutamakan sebagai bagian dalam membangun tradisi komunikasi positif. Meski masih samar-samar terdengar, namun harus menjadi bagian dalam membentuk rupa Indonesia. Bahan untuk menjadikan bangunan komunikasi positif tersedia lengkap dengan akar budaya yang mempedomani sikap dan perilaku keseharian warga bangsa. Jenis baru komunikasi ini memberikan tawaran yang benar dalam menciptakan kehidupan yang baik dalam berbagai aspek. Berdasarkan telaah psikologis, komunikasi positif mensyaratkan para komunikator memiliki sikap asertif. Sikap ini termasuk ke dalam kemampuan untuk mengungkapkan hak dan kebutuhan secara positif dan konstruktif tanpa melanggar hak orang lain.

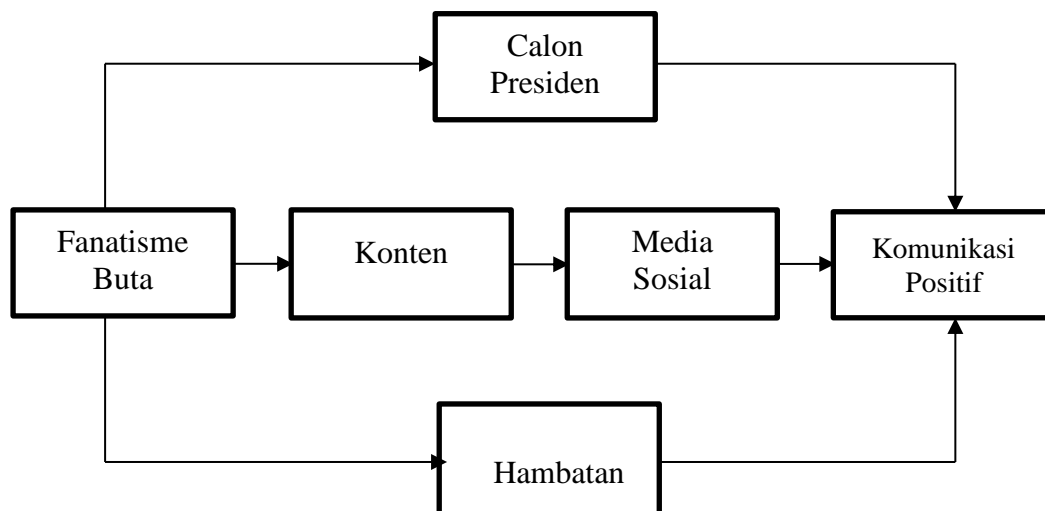
Ciri perilaku asertif adalah hubungan yang dilakukan merasa lebih percaya diri, mendapatkan rasa hormat dari orang lain melalui jalinan komunikasi secara langsung, terbuka, dan jujur. Berperilaku asertif atau asertivitas merupakan perilaku interpersonal yang melibatkan aspek kejujuran dan keterbukaan pikiran dan perasaan (Prasanti & Limilia, 2018) Sikap asertif atau asertivitas dalam perspektif pendidikan merupakan domain keterampilan sosial (social skills) di antara kerja sama (cooperation), tanggung jawab (responsibility), dan self-control (Sivin-Kachala & Bialo, 2009), empathy (Elliot & Gresham dalam Golden, 2002), dan problem behavior (Chong & Li, 2008). (Afrianingsih, 2016). Menurut Alberti & Emmons (Tola, 2016), perilaku asertif merupakan perilaku tegas yang mampu menjadikan individu untuk bertingkah laku demi kebaikan diri dengan tidak memiliki perasaan takut dan tanpa melanggar hak orang lain, dan mampu mengekspresikan perasaan secara nyaman (Rosita Putri & Sugiasih, 2019). Dengan dimilikinya perilaku asertif selanjutnya memperkuat dengan penggunaan bahasa positif.

Terbentuknya perilaku asertif merupakan wujud karakteristik komunikator positif. Perilakunya akan dipandu simbol-simbol yang juga positif. Baik ketika berperilaku maupun pada saat mengomunikasikan sesuatu. Praktik seperti itu tidak hanya terjadi dalam wujud nyata melainkan juga ketika berkomunikasi melalui perantaraan media. Tentu saja, kemampuan mengontrol diri melalui pernyataan langsung maupun melalui media menunjukkan kebesaran jiwa. Secara mental, menunjukkan sebagai pemenang, karena tidak akan terseret pada persoalan yang membawanya pada suasana negatif. Komunikasi positif merupakan sebuah pola komunikasi yang dapat menjadi wadah pembangunan organisasi yang konstruktif dan integratif. Komunikasi positif adalah cara penangkapan dan pemaknaan sebuah informasi yang mendukung organisasi untuk menguatkan dengan menggunakan bahasa yang afirmatif dan mendukung dengan tujuan untuk membentuk organisasi yang integratif dan konstruktif.

Dari pengertian ini dapat dipahami bahwa apabila komunikasi positif sudah menjadi bahasa keseharian warga bangsa ini maka ekosistem komunikasi akan menjadi sehat. Karena dalam komunikasi positif tidak menyediakan ruang untuk penggunaan idiom-idiom komunikasi yang berakibat pada terciptanya suasana negatif. Setiap situasi akan teraliri unsur-unsur positif yang memberikan suasana adaptif bagi pihak-pihak yang terlibat dalam lingkungan komunikasi. Tidak terkecuali dalam kontestasi pilpres sekalipun, penggunaan

komunikasi positif akan memberikan dampak psikologi yang nyaman, aman, dan tenteram sekalipun situasi dalam suasana persaingan.

Keriuhan wacana publik sebagai dampak dari bertebarannya konten-konten media sosial di jaringan internet akan terkontrol dan untuk memberikan efek yang baik. Karena kemampuan melaksanakan komunikasi positif berada satu tahap di atas kemampuan komunikasi pada umumnya. Untuk mencapai pada kondisi seperti itu dibutuhkan persyaratan mental dan kesiapan untuk menerima dan memberikan sinyal-sinyal yang saling dipertukarkan satu sama lain. Tidak ada penghakiman apalagi saling menyerang dari pihak-pihak yang menebar konten selain saling mengoreksi agar konten yang dibuat tidak bermuatan unsur menjatuhkan dan bermuara pada situasi negatif. Maka tidak harus secara atraktif menunjukkan diri sebagai pendukung fanatik salah satu calon dengan narasi bermuatan agresi kepada calon lain dan kepada para pendukungnya. Menurut Goddard (2001), fanatisme adalah suatu keyakinan yang membuat seseorang buta sehingga mau melakukan apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya. Fanatisme dideskripsikan sebagai suatu bentuk antusiasme (enthusiasm) dan kesetiaan (devotion) yang berlebih atau ekstrem (Eliani et al., 2018). Tindakan nyata ulah fanatik seolah tertutup nalarnya dari kenyataan sebenarnya. Sulit untuk menerima kenyataan, manakala kenyataan tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan. Apalagi kenyataan tersebut datang dari pihak yang bukan sebagai sandaran fanatismenya, sehingga kenyataan sebagai fantasi yang tidak berpijak pada realitas. Bentuk-bentuk fanatisme ini telah mengganjal dan menyulitkan ketika membangun komunikasi positif:



Gambar 1  
Hambatan dalam membangun komunikasi positif

Berdasarkan gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa hambatan paling utama dalam membangun komunikasi positif karena mental fanatis buta terhadap salah satu capres. Dari fanatisme itu kemudian membangun narasi-narasi yang dituangkan kedalam konten media sosial dengan tendensi pemujaan berlebihan kepada capres yang didukungnya. Konten yang diproduksi akan bermuatan negatif apabila menyangkut pada capres yang bukan dukungannya. Muatan kontennya tidak sekadar upaya untuk menjatuhkan capres lawan,

melainkan narasi-narasi yang menyesatkan dengan memasukan unsur hoaks di dalamnya. Tujuan pemilu damai untuk menciptakan suasana politik yang menentramkan melalui pernyataan-pernyataan yang positif, tidak tercapai. Masih terlalu kuat sentimen negatif untuk membangun suasana komunikasi yang positif.

Untuk melihat lebih jauh penelitian ini, disajikan penelitian-penelitian yang relevan, terutama berkenaan dengan persaingan politik yang menekankan pada politik identitas yang dibangun melalui media. Penelitian yang dilakukan Harun Harsono berjudul Politik Identitas dan Partisipasi Politik Di Media Sosial: Analisis Model Struktural Pada Generasi Z di Kota Malang dengan latar belakang bahwa Politik identitas menyebabkan kecenderungan perilaku agresif dan kontroversi para pengguna media sosial, terlebih jika dikaitkan dengan isu pergantian kepemimpinan dalam pemilihan umum. Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi politik identitas, maka akan merangsang seseorang untuk bertindak kontra produktif, melanggar privasi, dan berbuat kontroversi di media sosial (Harsono, 2023).

Penelitian selanjutnya dilakukan Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri dengan judul Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. Dalam penelitiannya menyebutkan, kampanye politik pada Pemilu 2014 lalu banyak melibatkan peran media sosial. Penggunaan media sosial menciptakan fenomena fanatisme relawan pendukung Jokowi dan Prabowo. Kedua kelompok saling berlomba mengusung masing-masing calon, baik sebelum pemilu diadakan maupun beberapa bulan setelahnya (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

Berdasarkan hal tersebut rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana media dalam membentuk fanatisme buta para pendukung capres dalam merintangi terbentuknya proses komunikasi positif?

## **METODE PENELITIAN**

Pilpres dengan segala efek yang ditimbulkannya telah menyita perhatian seluruh warga bangsa. Suasana jelang, saat, dan usai pelaksanaannya seolah suasana horor yang menakutkan. Karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengungkap latar peristiwa yang menyebabkan situasi panas sebagai konsekuensi terjadinya gesekan di antara sesama warga bangsa. Melalui pendekatan kualitatif untuk mendapatkan penjelasan komprehensif berkenaan dengan tema penelitian. Menurut Mulyana, penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menggunakan metode ilmiah untuk mengungkapkan suatu fenomena dengan cara mendeskripsikan data dan fakta melalui kata-kata secara menyeluruh terhadap subjek penelitian (Rita Fiantika et al., 2022).

Sementara metode yang digunakan adalah analisis kritis yang ditujukan untuk melakukan kritik atas peristiwa politik yang menyebabkan efek negatif bagi kehidupan politik dan kemajuan demokrasi bangsa. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dengan pendalaman atas konten-konten di media sosial yang menunjukkan perasaan bermusuhan karena berunsurkan serangan dalam bentuk narasi, teks, atau naskah yang disebarakan para tim pendukung capres-cawapres. Konten-konten yang bermuatan negatif dikelompokkan ke dalam kategori -kategoru tertentu untuk kemudian dijadikan sebagai bahan untuk melakukan analisis.

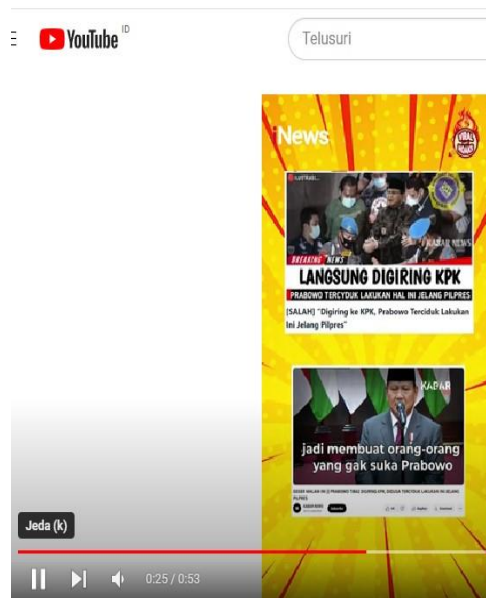
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Fanatisme buta menutup peluang munculnya kebaikan yang bersumberkan dari luar diri dan kelompoknya. Selama bersemayam dalam diri akan senantiasa hidup dan menjadi

pedoman yang membimbing sikap dan perilakunya. Fanatisme menutup kebaikan dan tidak akan sangat berat untuk memberikan pernyataan positif ketika menyangkut pihak yang dianggapnya tidak berada dalam satu kubu.

Sebaliknya, afirmasi yang berlebihan diberikan manakala menemukan pernyataan yang sebenarnya bernada sesat dari para teman sekubunya. Begitupun respon atas kesalahan akan berbeda, manakala bersumber dari teman atau lawan. Bersumberkan dari teman satu kubu tentu akan memberikan dukungan yang kuat namun dari kubu musuh tentu akan menunjukkan respon yang berlebihan. Fanatisme telah menutup kebaikan moral dari para pendukung capres-cawapres dari sumber-sumber kebenaran. Demi tujuan jangka pendek agar meraih kemenangan ditetapkan sebagai prioritas utama. Sehingga gangguan atau halangan yang melintang jalan menuju pencapaian kemenangan dianggap sebagai sandungan yang harus dilenyapkan agar jalan menjadi lapang. Termasuk di dalamnya adalah melenyapkan memori rakyat dari salah satu capres yang sebenarnya memiliki rekam jejak yang baik dan jauh dari sangkaan perbuatan korupsi.

Ini sebagaimana yang tertuang dalam salah satu konten youtube yang kontennya berisikan bahwa capres Prabowo digiring KPK karena tersandung kasus korupsi. Narasi yang dibuat tidak sesuai dengan gambar yang ditayangkan, bahkan terlalu dipaksakan agar konten dapat dipahami sesuai dengan konstruksi yang dibuat. Maskudnya, terjadi ketidaksesuaian antara realitas sebenarnya dengan konten yang dipaksakan. Dengan demikian dapat dipastikan bahwa konten dengan judul Langsung digiring KPK merupakan jenis konten hoaks sempat beredar selama masa kampanye lalu.



Sumber: youtube

Gambar 2  
Konten sesat saat kampanye

Gambar tersebut menunjukkan bahwa konten tersebut sengaja dibuat untuk menjatuhkan pencapresan Prabowo. Dalam benak publik tersimpan memori pada diri Prabowo yang merupakan sosok bersih, taat hukum, dan sangat anti pada korupsi. Dipastikan konten dibuat

dengan cara sengaja untuk menentang pencitraan yang melekat pada diri Prabowo. Maksudnya, konten ditujukan untuk menghapus citra yang melekat pada diri Prabowo sehingga publik menjadi paham bahwa yang bersangkutan tidak bersih sebagaimana yang dipersepsikan selama ini.

Dari tujuan tersebut dapat dipastikan, konten dari akun youtube anonim tersebut dibuat salah satu pendukung capres tertentu dengan maksud terbentuk opini bahwa yang bersangkutan adalah capres yang tersandung kasus korupsi. Jika opini sudah terbentuk maka para pendukungnya akan mengubah preferensi dukungan ke capres lain atau mengubah dukungan ke capres-cawapres yang sesuai dengan capres pilihan pemilik akun. Apabila ditelusuri lebih jauh, pemilik akun tersebut adalah pendukung fanatik capres-cawapres yang ingin melapangkan jalan bagi capres-cawapres yang didukungnya.

Harapannya tentu saja akan memenangkan persaingan dalam kontestasi pilpres, namun dengan tidak mempertimbangkan dampak yang akan diciptakan. Tentu saja, konten yang dapat dikategorikan sebagai konten sampah karena bermuatan fitnah, malinformasi, dan disinformasi yang menghambat proses penciptaan komunikasi positif. Hal ini terbukti dari teks dan narasi yang disampaikan sangat bermuatan negatif dan tidak mempertimbangkan norma serta aturan yang berlaku dalam sistem media berjejaring online.

Kasus-kasus konten yang mengganggu ranah kognitif publik di masa kampanye pemilu lalu bertebaran di hampir semua media sosial. Ragam dan jenis isinya berlainan namun semuanya mengarah pada pembentukan dukungan kepada salah satu capres tertentu. Fenomena yang muncul berkenaan dengan arah dukungan adalah dengan cara menautkan pada salah satu unsur yang berkenaan dengan identitas kolektif para calon pemilih. Kemudian dipertautkan dengan capres yang memiliki identitas yang sama. Peluang untuk itu dilakukan dengan menyamakan agama yang dianut capres dan pendukungnya.

Para pendukung fanatik tentu saja menggunakan agama sebagai isu yang ampuh untuk meningkatkan atau menurunkan derajat keimanan para capres. Meskipun tidak secara langsung tergabung dalam unsur kepengurusan tim sukses capres, namun kedudukan ulama atau kiai sangat penting dalam menjaga moral dan agama yang dianut secara mayoritas. Sebagai penuntun dalam beragama, kiai dan ulama memiliki peran penting dalam memberikan referensi terhadap pilihan umat. Tentu saja, ulama atau kiai tidak terlalu banyak pertimbangan dalam memilih salah satu capres, selain menentukannya dengan berdasarkan pada standar keagamaan. Maksudnya, agama akan sangat menentukan tingkat kesalehan umat dan kemaslahatan bangsa. Maka capres yang memiliki tingkat keagamaan tinggi yang akan direkomendasikan menjadi pilihan.

Keterlibatan tokoh agama, ulama, atau kiai dalam kampanye pilpres banyak bertebaran di jaringan maya dengan konten yang mengarahkan langsung pilihan kepada capres tertentu. Penyampiannya dilakukan di hadapan para santri dan disebarakan secara online ke jaringan internet, ini sebagaimana terlihat dalam gambar berikut ini:



Sumber: youtube/short

Gambar 3

Tokoh agama berceramah dengan mengarahkan pilihan kepada capres tertentu

Sebagai pengikat yang dapat menyatukan umat, di dalam konten dituliskan teks bahwa penyampaian ceramah dari tokoh agama tersebut merupakan maklumat yang sangat penting. Tentu saja karena bersifat maklumat maka harus diikuti dan dilaksanakan oleh seluruh santri dan tentu saja seluruh pemilih yang beragama Islam. Bahkan pernyataannya yang dapat dikategorikan semacam fatwa, maka akan menyebabkan konsekuensi tertentu seperti jika pahala atau dosa. Misalnya, jika menolak atau tidak memilih capres yang direkomendasikan oleh tokoh agama tersebut maka akan menyebabkan dosa. Sebaliknya jika mengikuti rekomendasi dari tokoh agama tersebut maka akan mendapatkan pahala. Ini salah satu cara dalam membentuk fanatisme. Bentuk penguatan pada fanatisme ini menemukan momentumnya pada isu-isu agama.

Secara normatif isi konten tidak menyinggung capres lain apalagi berniat untuk menjatuhkan. Karena yang ditujunya adalah para pemilih. Namun dengan bentuk fanatisme ini pada akhirnya akan mengganggu suasana dalam pembangunan komunikasi positif. Dapat dipastikan dalam diri pemilih terbentuk persepsi bahwa pilihannya yang paling benar di antara semua capres yang berkontestasi. Dengan demikian tertutup kemungkinan untuk mengakui keunggulan capres lain. Terlebih lagi jika menyangkut pada pilihan yang akan menentukan fase akhir kehidupan antara masuk surga atau neraka. Dengan menetapkan skala pilihan antara surga dan neraka, maka tentu saja akan membentuk pemisahan yang tegas. Dengan kata lain, pemilih yang tidak mendukung capres pilihan ulama atau kiai maka akhir hidupnya akan masuk neraka. Namun sebaliknya, apabila bersama dalam satu barisan memilih capres dukungan kiai atau ulama maka akan masuk surga.

Tentu saja ini sangat menyesatkan karena selain penggunaan simbol-simbol agama juga akan menciptakan sikap yang salah. Ini sebagaimana yang tertuang dalam konten berikut sebagaimana gambar di bawah ini:



Sumber: youtube/short

Gambar 4

Konten yang menunjukkan fanatisme kepada capres tertentu dengan konsekuensi surga atau neraka

Gambar tersebut menunjukkan fanatisme buta kepada salah satu capres karena takut jika tidak memilih capres tertentu maka akan masuk neraka. Fanatisme yang sudah terbentuk dalam diri para pendukung capres tertentu ini mengancam pada keharmonisan keluarga. Betapa tidak, terjadi ancaman dari kepala keluarga kepada anggota keluarga yang tidak memilih capres yang sama dengan pilihan orang tuanya maka akan dikeluarkan dari keanggotaan keluarga. Ancaman ini dibuktikan dengan akan mencoret atau menghilangkan keanggotaan keluarga di kartu keluarga.

Ini menunjukkan pemahaman yang salah dengan menerima begitu saja informasi dari media sosial. Kesalahan-kesalahan tersebut berakibat fatal dan sangat mengganggu ekosistem media yang seharusnya positif. Hanya saja demi kepentingan sesaat dan demi kemenangan maka menggunakan segala cara. Termasuk penggunaan simbol-simbol agama sebagai dasar untuk meningkatkan pilihan. Tertuang dalam narasi konten tersebut yang menjelaskan bahwa simbol-simbol agama digunakan sebagai bentuk politik identitas. Strategi penggunaan politik identitas tersebut mengingatkan kepada capres tertentu yang memenangkan persaingan politik di tingkat provinsi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Media memberikan pengaruh dalam membentuk mental fanatik kepada salah satu capres. Apalagi dengan kondisi kemampuan memahami isi dan konten media yang relatif rendah maka akan membentuk fanatisme buta. Terlebih jika konten-konten yang disebarkan bermuatan agama yang dianut mayoritas dengan menghadirkan tokoh-tokoh penting dalam bidang keagamaan maka pilihannya adalah yang paling benar. Menggunakan hukum-hukum

syariat seperti pahala dan dosa atau surga dan neraka memberikan efek ketakutan jika berseberangan dengan pilihan yang ditentukan tokoh agama tersebut. Suasana yang mengarah pada bentuk penyesatan ini terjadi dalam kontestasi pilpres. Akibat yang ditimbulkan adalah menghambat proses membenagun komunikasi positif. Karena dengan mental fanatik dapat memicu permusuhan dan dapat memelihara dendam berkelanjutan di antara kubu para pendukung capres-cawapres.

### UCAPAN TERIMA KASIH (Apabila Diperlukan)

Dengan diterbitkannya jurnal kami ini, kami mengucapkan terima kasih banyak kepada para pengurus jurnal Komunika Bangsa yang telah bersedia menerbitkan jurnal ini tepat pada waktunya. Kepada dosen-dosen ilmu komunikasi UKRI juga kami menyampaikan terima kasih atas dukungan dan dorongannya.

### DAFTAR REFERENSI

- Afrianingsih, A. (2016). KOMUNIKASI POSITIF SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN BAHASA LISAN ANAK USIA DINI. *Jurnal Tarbawi*, 13(2), 17–26.
- Amin, A. M. (2018). PEMBANGUNAN KESATUAN DOGMA DAN POLITIK. *Jurnal Keislaman*, 1(1), 45–73.
- Ardipandanto, A. (2020). Dampak Politik Identitas Pada Pilpres 2019: Perspektif Populisme [The Impact of Identity Politics On President Election 2019: Populism Perspective]. *Jurnal Politika Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri Dan Hubungan Internasional*, 11(1), 43–63. <https://doi.org/10.22212/jp.v11i1.1582>
- Betty, D., & Soemirat, R. (2016). *Modul 1 Opini Publik*.
- Budianto, H. (2013). Komunikasi Indonesia dalam Membangun Peradaban Bangsa. *Komunikasi Tradisional Dalam Kultur Masyarakat Indonesia*, 103.
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Mastura, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora, Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1).
- Felisianus, N. R., & Marut, Y. B. P. (2023). MENDAYUNG DI PERMUKAAN: KRITIK NARASI POLITIK JELANG PILIHAN PRESIDEN 2024. *Jurnal Nomosleca*, 9(1), 88–104. <http://jurnal.unmer.ac.id/>
- Harsono, H. (2023). POLITIK IDENTITAS DAN PARTISIPASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL: ANALISIS MODEL STRUKTURAL PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG. *Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 4(2), 166–187. [www.journal.kpu.go.id](http://www.journal.kpu.go.id)
- Ludvianto, M., & Arifani, W. (2020). RETORIKA PERSUASIF DALAM DEBAT CALON PRESIDEN INDONESIA 2019: SEBUAH ANALISIS KOMUNIKASI

PERFORMATIF. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 7(1).

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika>

Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1). <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>

Prasanti, D., & Limilia, P. (2018). KOMUNIKASI POSITIF SEBAGAI UPAYA MENJAGA KETAHANAN KELUARGA [Studi Kualitatif tentang Komunikasi Positif Sebagai Upaya Menjaga Ketahanan Keluarga Urban di Era Digital]. *Journal Of Communication Studies*, 3(1), 33–39.

Rahayu, S. (2021). KEKALAHAN KOALISI INDONESIA KERJA (KIK) DALAM PEMILIHAN PRESIDEN 2019 DI KABUPATEN TANGERANG. *Independen, Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 2(1), 51–66.

<https://doi.org/10.24853/independen.2.1.41-51-66>

Rahma, L. R., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Mengenal Identitas Nasional Indonesia Sebagai Jati Diri Bangsa untuk Menghadapi Tantangan di Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8549–8557.

Rita Fiantika, F., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mahudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Nofridaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Vol. 1). PT. Global Eksekutif Teknologi. [www.globaleksekutifteknologi.co.id](http://www.globaleksekutifteknologi.co.id)

Rosita Putri, A., & Sugiasih, I. (2019). HUBUNGAN ANTARA KOMUNIKASI POSITIF DALAM KELUARGA DAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU ASERTIF PADA SISWA SMA NEGERI 10 SEMARANG (Relationship Between Positive Communication in Families And Self Confidence With Assertif Behavior Towards Students In SMA Negeri 10 Semarang). *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)* 2.

Sagala, C. S. T., & Nasution, M. (2022). Implementasi Pancasila di Tahun Politik. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, 5(2). <https://doi.org/10.55108/jap.v5i2.206>

Saleh, A. M., Shaleh, A. I., & Adyatma, I. (2022). KONTROVERSI SISTEM PEMILIHAN PRESIDEN SECARA LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DITINJAU DARI SILA KEEMPAT PANCASILA. *Mimbar Keadilan*, 15(1), 122–133. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i2.237-249>

Supryadi, A. (2014). URGENSI HAK ANGKET DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA GUNA MENYELIDIKI DUGAAN KECURANGAN PEMILU. *Jurnal Ganec Swara*, 18(1), 491–495. <http://www.dpr.go.id/tentang/hak-dpr>,

Zulkarnain. (2020). Pengaruh Fanatisme Keagamaan terhadap Perilaku Sosial. *Kontekstualita*, 35(1), 2548–1770. <https://doi.org/10.30631/35.1.24-38>