

## MOBILISASI EMOSI MENUJU JURANG MOBOKRASI STUDI KASUS KAMPANYE #UnInstallTempo DI TWITTER

Amir Sodikin<sup>1</sup>, Juniara Juwita Dwi Utari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Mahasiswa Program Magister Komunikasi Politik Universitas PARAMADINA

Korespondensi : [amir.sodikin@kompas.com](mailto:amir.sodikin@kompas.com)

### ABSTRAK

Polarisasi politik di media sosial yang dihasilkan dari kontestasi pemilihan presiden antara Joko Widodo (Jokowi) dengan Prabowo Subianto masih terus terasa dampaknya. Para pendukung di kedua kubu masih terkungkung di dalam situasi polarisasi yang oleh Lim (2017) disebut sebagai enklave algoritmik. Ketika Majalah Tempo memuat sampul majalah yang dianggap mengkritik Presiden Jokowi, para pendukungnya di media sosial membuat kampanye untuk menyerang Tempo mulai tanggal 15 September 2019. Para pendukung memobilisasi massa dengan mengusung tagar #UnInstallTempo.

Mobilisasi emosi ini efektif menjatuhkan rating aplikasi Tempo di Google Play Store dari 4,8 (skala 1-5) menjadi 1,1 dalam waktu 3 hari. Hingga kini Tempo masih terdampak dari serangan ini. Fenomena ini semakin membuktikan bahayanya polarisasi yang diperparah oleh jebakan bias konfirmasi. Penyerang Tempo cenderung mencari konfirmasi membenaran dari argumentasi sesama pendukung tanpa mau mendengar argumentasi dari pihak Tempo maupun dari pihak lainnya. Pada akhirnya, cara-cara demokrasi terancam dan jika kondisi seperti ini terus mendapatkan tempat di mata warganet, maka kebijakan dan wacana di Indonesia akan ditentukan oleh mobokrasi.

**Kata kunci:** media massa, komodifikasi, polarisasi politik, ruang gema, bias konfirmasi, mobokrasi, *enclave algoritmik*

### ABSTRACT

*Political polarization on social media resulting from the presidential election contestation between Joko Widodo (Jokowi) and Prabowo Subianto continues to be felt. Supporters in both camps are still confined in a polarization situation which Lim (2017) calls algorithmic enclave. When Tempo Magazine published the cover of a magazine that was considered criticizing President Jokowi, his supporters on social media made a campaign to attack Tempo starting on September 15, 2019. The buzzers mobilized the masses by carrying the hashtag #UnInstallTempo.*

*This emotional mobilization effectively dropped the Tempo app's rating on the Google Play Store from 4.8 (scale 1-5) to 1.1 within 3 days. Until now Tempo is still affected by this attack. This phenomenon further proves the danger of polarization which is compounded by the confirmation bias trap. Tempo attackers tend to seek confirmation of justification from the arguments of fellow supporters without wanting to hear arguments from Tempo and from other parties. In the end, the ways of democracy are threatened and if such conditions continue to gain a place in the eyes of citizens, policies and discourse in Indonesia will be determined by mobocracy.*

**Keywords:** *mass media, commodification, political polarization, echo chamber, confirmation bias, mobocracy, algorithmic enclave*

## PENDAHULUAN

Residu pertarungan antarpending dalam Pemilihan Presiden di Indonesia masih terus membekas hingga kini. Padahal, pertarungan antara kubu Joko Widodo dengan Prabowo Subianto tersebut sudah berakhir. Bahkan, sudah dua kali periode pertarungan yang dimenangkan oleh Joko Widodo. Walau demikian, publik terutama di media sosial masih terpolarisasi satu sama lain. Polarisasi terus berlanjut dan berimplikasi pada sektor lain, tak terkecuali media massa.

Para pendukung di kedua kubu selalu bereaksi atas pemberitaan media-media mainstream. Jika dianggap menyerang pimpinannya, maka para pendukungnya berbondong-bondong menyerang media massa tersebut. Sudah ada beberapa media massa yang diserang oleh para pendukung politik ini. Namun, penelitian ini hanya menelaah serangan warganet terhadap Tempo dengan kampanyenya #UnInstallTempo. Dalam kampanye ini, mereka, para pendukung Jokowi, berusaha memboikot Tempo dengan cara menyerang kepentingan ekonomi Tempo, dalam hal ini aplikasi Tempo di Google Play Store. Serangan di aplikasi berbasis iOS tidak dibahas dalam penelitian ini karena pengguna iOS tak sebanyak di Android (Google Play Store). Para pendukung Jokowi ini juga mengajak warganet lainnya untuk tidak membaca Tempo dan tidak memercayai laporan-laporan yang diturunkan oleh Tempo.

Gerakan #UnInstallTempo ini membuat dunia bisnis digital semakin khawatir karena warganet mampu mendegradasi reputasi digital sebuah produk atau perusahaan. Sebelumnya, BukaLapak juga pernah diserbu warganet terkait kampanya #UnInstallBukalapak karena dianggap pendiri BukaLapak menyerang kebijakan pemerintahan Jokowi. Polarisasi politik juga selalu muncul mewarnai politik nasional. Bahkan, untuk hal-hal yang seharusnya tak perlu berbeda pandangan, tetap saja memunculkan polarisasi.

## KERANGKA TEORETIK

### Komodifikasi Media

Media sebagai cermin bagian dari pendekatan bagaimana isi media tidak hanya membentuk khalayak melainkan juga bagaimana media merefleksikan dan mencerminkan masyarakat. Peran utama media adalah untuk mencerminkan kembali kepada kita peristiwa-peristiwa, perilaku identitas, hubungan sosial atau nilai-nilai yang penting. Arti penting keberadaan media dikarenakan cara-cara media menyebabkan perubahan di masyarakat. (Akhmad, 2014)

Menurut ilmuwan komunikasi massa, Dennis McQuail, teori ekonomi politik adalah pendekatan kritik sosial yang memfokuskan pada hubungan antara struktur ekonomi dan dinamika industri media serta konten ideologis media. Dari sudut pandang ini, Lembaga media dianggap sebagai bagian dari sistem ekonomi dalam hubungan erat dengan sistem politik. Konsekuensinya, seperti terlihat dengan berkurangnya sumber media yang independen, konsentrasi pada khalayak yang lebih besar, menghindari resiko, dan mengurangi penanaman misal pada tugas media yang kurang menguntungkan.

Komodifikasi mungkin muncul dari rentang kebutuhan sosial, termasuk pemuasan rasa lapar fisik dan bertemu atau bertentangan dengan kode-kode status dari kelompok sosial tertentu. Selain itu, bertentangan dengan beberapa interpretasi, nilai guna tidak terbatas untuk memenuhi kebutuhan bertahan hidup tetapi meluas ke rentang penggunaan yang dibentuk secara sosial. Singkatnya, nilai guna juga adalah hasil konstruksi sosial. (Akhmad, 2014).

Komodifikasi merupakan sebuah proses mentransformasikan barang dan jasa yang pada awalnya dilihat karena nilai gunanya menjadi sesuatu yang dapat mendatangkan

keuntungan atau komoditas yang bernilai jual. Sesuatu yang dimaksud tidak hanya berupa bentuk barang dan jasa, akan tetapi semuanya bisa dikomodifikasikan, misalnya rasa dan emosi.

Vincent Mosco menjelaskan komodifikasi merupakan titik masuk untuk memahami praktik-praktik dan institusi-institusi komunikasi yang spesifik. Secara umum ada tiga tipe komodifikasi dalam komunikasi, yaitu, komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi konten. Yang pertama, komodifikasi isi adalah ketika pesan atau isi komunikasi diperlakukan sebagai komoditas, ekonomi politik cenderung memusatkan kajian kepada konten media yang kurang pada khalayak media dan tenaga kerja yang terlibat dalam produksi media. Tekanan pada struktur dan konten media ini bisa dipahami terutama bila dilihat dari kepentingan perusahaan media global dan pertumbuhan dalam nilai konten media. (Mosco, 2009)

Kedua, komodifikasi khalayak, ekonomi politik menaruh beberapa perhatian pada khalayak, khususnya dalam upaya untuk memahami praktik umum dengan cara para pengiklan membayar untuk ukuran kualitas khalayak yang dapat diraih dari surat kabar, majalah, website, radio atau program televisi. Ketiga, komodifikasi tenaga kerja yang ditempatkan sebagai buruh uahan telah tumbuh secara signifikan dalam pasar kerja media.

Hipotesis Ideologis divisualisasikan pada konten modal media dan hubungannya dengan penerima. Konten media yang menciptakan kesadaran palsu dianggap sebagai konten ideologis. Konten media itu sendiri tergantung pada penerimaan dunia di mana ideologi direproduksi dan berpotensi ditantang. Media alternative adalah bisang yang menantang industri media kapitalis. Hipotesis media alternative pengorganisasian dan produksi media yang tujuannya menciptakan konten penting penantang kapitalisme. (Mosco C. F., 2013)

#### **Polarisasi dan *Echo Chamber***

Fenomena polarisasi politik dan sosial di Indonesia lumrah terjadi di berbagai negara, yang terjadi di dunia maya maupun dunia nyata. Para ahli komunikasi memberi istilah *filter bubble*, yaitu gelembung-gelembung yang terbentuk akibat campur tangan algoritma perusahaan teknologi, terutama media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Fenomena *filter bubble* mencuat ketika diungkap aktivis internet Eli Pariser, antara lain lewat buku *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You* yang dilansir pada 2011. Pariser menyoroti dominasi algoritma yang mengarahkan para pengguna internet dalam pengaksesan informasi mengikuti relativitas relevansi konten berdasarkan pembacaan mesin atas data preferensi dan perilaku pengguna itu sendiri dalam berinternet.

Atas nama layanan personalisasi untuk pengguna, algoritma di balik media sosial dan mesin pencari cenderung hanya menyodorkan informasi yang sesuai selera, preferensi, dan atau "tebakan" kecenderungan kebutuhan pengguna tersebut merujuk pada data yang selama ini direkam dari masukan dan perilaku si pengguna. Fenomena *filter bubble* mirip dengan *echo chamber*, atau ruang gema atau bilik gema. Hanya saja, menurut ahli komunikasi Robert Parry (2006), ruang gema merupakan istilah umum untuk menggambarkan semua fenomena polarisasi, tak hanya terkait algoritma. Ruang gema menggambarkan fenomena ketika kepercayaan diperkuat oleh komunikasi dan pengulangan di dalam sistem tertutup.

Dengan berada di "ruang gema", orang dapat mencari informasi yang memperkuat pandangan mereka yang ada. Ini dapat meningkatkan polarisasi dan ekstremisme sosial dan politik. Dalam "ruang gema" yang ekstrem, papar Parry, seorang penyedia informasi akan membuat klaim, yang kemudian diulangi, didengar, dan diulangi oleh banyak orang yang berpikiran sama. Biasanya, sering dalam bentuk yang berlebihan atau terdistorsi hingga kebanyakan orang berasumsi bahwa beberapa variasi ekstrem dari kisah itu benar adanya.

### **Algorithmic Enclave dan Mobilisasi Emosi**

Era *post-truth* (pasca-kebenaran) membuat warga menanggapi suatu informasi lebih pada keyakinan dan kedekatan emosi, bukan berdasarkan pertimbangan faktual. Hal ini semakin membuat hoaks dan disinformasi dengan mudah menyebar dan menciptakan polarisasi kuat. Merlyna Lim (2017) memaparkan, saat ini kita hidup dalam masyarakat dimana perasaan irasional sekarang lebih dihargai daripada informasi. Para politisi lebih memilih strategi memobilisasi emosi dibandingkan menggerakkan pengetahuan dengan adu program kerja dan penyampaian visi misi yang baik. Jika Eli Pariser memberi istilah filter bubble, Lim memberi istilah *algorithmic enclave* atau kantong-kantong algoritma.

Orang-orang yang terlibat percakapan memisahkan diri dalam kantong-kantong algoritma di mana mereka disatukan karena mereka membenci hal yang sama. Kantong-kantong algoritmis terbentuk ketika sekelompok individu, didorong oleh interaksi yang terus menerus dengan algoritme, berupaya membentuk identitas online bersama, untuk saling berbagi, membela keyakinan mereka, dan melindungi sumber daya mereka dari ancaman, baik yang hakiki maupun yang majasi. Algoritme itu sendiri tidaklah menentukan pembentukan kantong-kantong ini. Bukan informasi yang berfungsi membentuk dan mempertajam perbedaan antar kantong, melainkan bagaimana informasi tersebut dibagikan, didiskusikan, dan dibenturkan dengan opini dan keyakinan bersama secara rutin antar anggota dalam kantong. (Lim, 2017)

### **Mobokrasi**

Keberadaan sebuah negara layaknya sebuah organisasi secara umum yang tujuannya memudahkan anggotanya, yakni masyarakat untuk mencapai tujuan serta cita-cita Bersama. Dalam sebuah sistem pemerintahan dan negara, dikenal istilah mobokrasi, tirani, aristokrasi, oligarki dan demokrasi. Jika kita berbicara mengenai kekuasaan, maka kita akan membahas apakah kekuasaan itu dipegang oleh satu tangan, dua tangan atau beberapa tangan. Defenisi kekuasaan adalah kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk memengaruhi pihak lain agar mereka menuruti keinginan atau maksud si pemberi pengaruh.

Jika kekuasaan dipegang oleh seluruh rakyat, bukan oleh seseorang atau beberapa orang disebut demokrasi. Di dalam sejarah politik, jenis kekuasaan tersebut jenis kekuasaan demokrasi yang dikenal terdiri atas dua kategori. Kategori pertama adalah demokrasi langsung dan demokrasi perwakilan. Sementara sistem pemerintahan mobokrasi adalah pemerintahan yang diselenggarakan dan dilaksanakan oleh massa atau segerombolan orang yang tidak paham seluk beluk pemerintahan. Mobokrasi cenderung membawa pemerintahan dan negara dekat dengan anarkisme dan kekacauan. (Ibrahim, 2010).

Mobokrasi adalah demokrasi yang “kebablasan” baik dari sisi pihak yang menyatakan pendapat maupun pihak yang tidak suka dengan pendapat itu. Dalam demokrasi sudah selayaknya saling menghargai dan menghormati pendapat satu sama lain. Pihak yang berpendapat sudah seharusnya menahan diri agar tidak menyinggung pihak lain yang berbeda pendapat atau keyakinan. Demokrasi yang kebablasan adalah demokrasi yang kurang dilandasi oleh sikap saling menghormati dalam pandangan dan keyakinan masing-masing.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memperoleh informasi lengkap mengenai proses komodifikasi khalayak pada seruan *uninstall* tempo. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan Pemimpin Redaksi Tempo, Wahyu Widyatmika, serta melakukan observasi dan studi dokumentasi dengan mengumpulkan berbagai data yang diperlukan atau mengumpulkan referensi dan literatur terkait dengan penelitian ini.

## DISKUSI

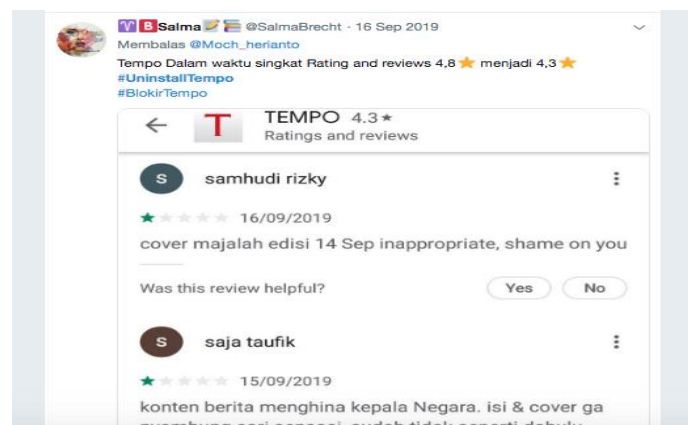
Pada 16 September 2019 lalu, tempo mengalami masalah pelik setelah menyajikan edisi majalah berjudul “Janji Tinggal Janji” itu (16-22 September 2019) dianggap menghina Presiden Republik Indonesia sebagai simbol negara, dengan menyejajarkan gambar Joko Widodo dengan sesosok berhidung panjang mirip Pinokio. Keberanian Tempo itu menjadi boomerang bagi Tempo, ketika pendukung Jokowi membuat *branding* Tempo buruk dengan memberikan rating jelek pada aplikasi Tempo di Play Store. Rating jelek ini disertai dengan review yang tidak mengenakan. Di laman resmi Tempo di Play Store, akan ditemukan komentar-komentar pedas seperti: “Tidak netral lagi..”, “Disappointed with your cover page. Sorry, “Just do install uninstall.. To give 1\*.. Shame of u tempo..” Akibatnya rating aplikasi Tempo di Google Play Store langsung jeblok menjadi 2,4 sehingga tertinggal dari aplikasi media lain seperti Detik (dengan skor 4,4 di Play Store) dan Kompas.com (4,5). Google, selaku pemilik Play Store, sebagaimana diberitakan Techcrunch Mei lalu, memiliki hitungan rating tersendiri. Sejak pertengahan tahun ini, pemberian rating diutamakan dari tinjauan baru pengguna, bukan keseluruhan review semenjak aplikasi ada. Ini membuat rating aplikasi Tempo jeblok, seolah tak memperhitungkan review pra kasus cover Jokowi mencuat. (Zaenudin, 2019)

Google mengklasifikasi pemberian rating buruk dalam tiga kategori. *Pertama, bad content* (konten buruk) yakni ulasan di luar topik atau cenderung mengumbar kebencian. *Kedua, ada fake review* (tinjauan palsu) yakni setiap ulasan yang berupaya mempengaruhi posisi aplikasi dalam pemeringkatan secara berlebihan, baik dengan menggelembungkan jumlah tinjauan positif atau memberikan ulasan buruk agar aplikasi memiliki peringkat baik atau buruk. *Ketiga, ada “incentivized review”* yakni tinjauan yang berasal dari pengguna asli, tetapi mereka telah ditawarkan uang atau imbalan. (Zaenudin, 2019)

Merespons gambar sampul Majalah Tempo edisi 16-22 September 2019 berjudul “Janji Tinggal Janji”, Denny Siregar, penulis dan juga salah satu *influencer* dari kubu pendukung Joko Widodo, pada 15 September 2019 membuat twit sbb:

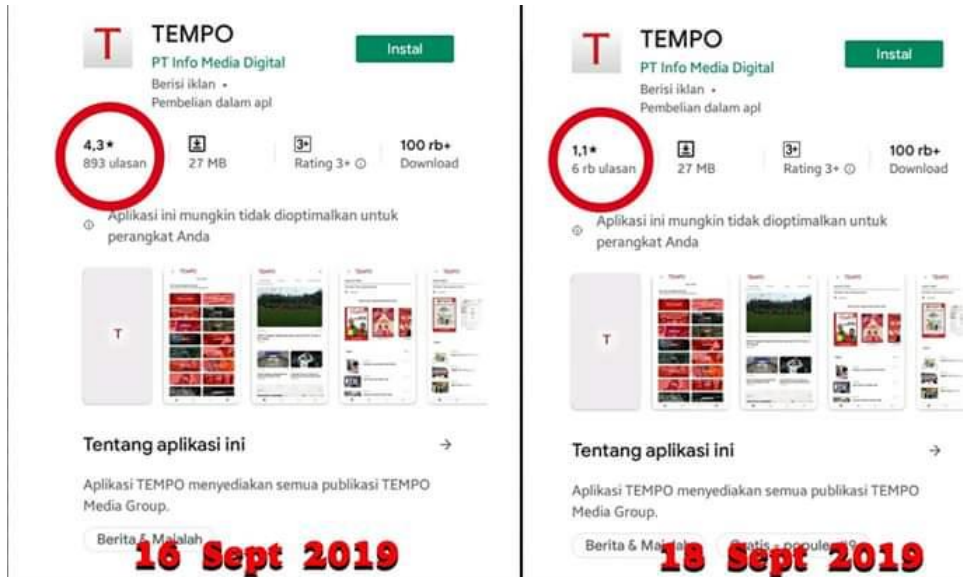
*Tempo boleh dgn gagahnya menghina Presiden RI @jokowi lewat cover majalahnya atas nama kebebasan pers. Netizen pun melawan Tempo atas nama kebebasan negara +62 dg ramai2 uninstall dan memberi bintang 1 pada aplikasi @tempodotco. Setidak2nya itulah cara perlawanan paling anggun.*

Twit Denny Siregar tersebut dianggap sebagai twit pertama yang berpengaruh pada dimulainya kampanye melawan Tempo. Selanjutnya, twit-twit dari influencer dan warganet lain saling menyahut satu sama lain dengan mengusung tagar #UnInstallTempo. Sebelum 15 September, rating aplikasi Tempo di Google Play Store adalah 4,8 dan kemudian pada 16 September menjadi 4,3.



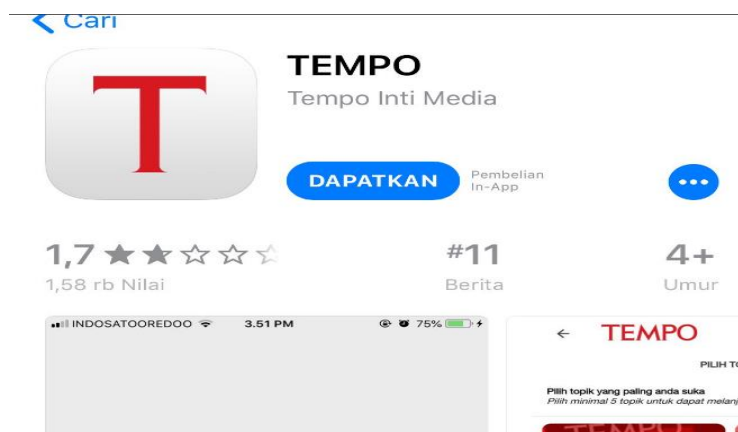
Tangkapan layar pada twit @Moch\_herianto pada 16 /09/ 2019 : aplikasi Tempo turun dari 4,8 menjadi 4,3.

Seruan dengan tagar (hashtag) #UnInstallTempo melalui media sosial terutama Twitter telah membuat rating Tempo di Google Play Store terus turun dari 4,3 pada 16 September 2019 menjadi 1,1 pada 18 September 2019 atau hanya berlangsung 3 hari. Tangkapan layar aplikasi Tempo yang diabadikan website Indonesia Kini News bisa dilihat di bawah ini:



Aplikasi Tempo di Google Play Store pada 16 /9/2019 dan 18/9/2019.  
Sumber: <https://www.indonesiakini.com>

Tempo mulai melakukan *counter* isu dengan cara memposting video yang menjelaskan proses kreatif dari pembuatan cover majalah tersebut. Tempo juga menjawab serangan tersebut dengan berbagai publikasi di media massa lainnya terkait penjelasan gambar Pinokio. Tak hanya itu, Tempo juga meminta para pengguna aplikasi Tempo untuk memberikan rating layak terhadap aplikasi Tempo. Dampaknya, rating Tempo mulai membaik.



Rating aplikasi Tempo di Google Play Store pada 6 /10/2019 naik dari 1,1 menjadi 1,7.

Hingga saat ini pada 21 Januari 2020, Tempo masih terimbas dampak kampanye #UnInstallTempo ini dan mendapat rating 2.0 saat ini. Dalam laporan Tirto.id 26 September 2019, aplikasi Tempo sendiri sempat menghilang dari Play Store. Namun, Handy Dharmawan, Head of IT Tempo Media Group, menyatakan pada Jumat lalu bahwa menghilangnya aplikasi Tempo terjadi karena masalah teknis.



Aplikasi Tempo tak ada di Play Store dibagikan oleh (@BagonkGoen) 19/09/2019.

### Narasi ajakan #UnInstallTempo

Salah satu narasi untuk menyerang Tempo disampaikan oleh Denny Siregar melalui akun Twitter. Denny merupakan penulis dan influencer kubu pendukung Joko Widodo (Jokowi). Denny menggunakan istilah "Tempo dengan gagahnya menghina Presiden RI Joko Widodo", kemudian disertai dengan ungkapan "perlawanan paling anggun" untuk menarik emosi warganet dalam melawan Tempo.



twit Denny Siregar (@Dennysiregar7) 15/09/2019 menebar ajakan perlawanan terhadap Tempo.

Ada pula akun KataKita (@katakitatweet) yang memuat meme dengan tuduhan Tempo sudah disusupi berbagai kepentingan.



akun @katakitatweet meme cover majalah Tempo disertai narasi bahwa Tempo sudah disusupi.

Para pendukung Jokowi menyahutnya dengan berbagai cara, ada yang menggunakan kata-kata kasar, berusaha membuat argumentasi logis mulai dari rujukan adat ketimuran hingga merujuk ke kode etik jurnalistik.

"Kami cebong tidak pernah demo turun ke jalan. Kami juga tidak pernah mengklaim sampai puluhan juta. Tapi kami lawan kampret dengan elegan...Cukup kami unistall tempo dan berikan bintang satu saja...#uninstalltempo #boikottempo," begitu kicau akun @azzahrahower.

"Tempo telah melanggar kode etik pers sebagaimana diatur dalam UU Pers No. 40 Tahun 1999," kata akun @BlackRednBlue.

Akun Hypocrite Politician (@berbulakajo) menulis, "Media mainstream sudah dlm kondisi "ICU". Harus "NEKAT" bikin berita kalau tidak jd "RIP"! Sekarang mesin printing lebih banyak terima order cetak brosur-brosur buat toko-toko daripada cetak berita bermutu. Fakta Loh!"

Akun CatatanKakiHati (@catatankakihati) menulis, "Ingatkah dengan @bukalapak? Yang dengan sesumbarnya menyerang Pak Jokowi tanpa fakta dan data? Dikasih bintang satu...rontok sudah di appstor dan googlestore, pena, jari, lidah sama tajamnya...bijaklah menggunakannya. Jangan gunakan topeng kebebasan pers utk menghina kepala negara!" "HANCURKAN TEMPO!!" tulis akun @repolusiyahoo1.

Warganet bernama Mukhtar PM dengan akun @mctarpm pada 15 September 2019 mengatakan, "Alhamdulillah, saya lama tinggal dan belajar serta bekerja di negara Barat tapi masih sangat menghormati dan mencintai etika, adat dan budaya Nusantara sebagai legacy yang harus tetap dipertahankan. Menganut sistem demokrasi tidak harus 100 persen meninggalkan etika, adat, dan budaya ketimuran. TEMPO sebaiknya tetap mempertahankan legacy etika dan budaya TEMPO Doloe yg diajarkan leluhur nusantara."

Warganet St Rajo Alam (@AGoeci) menulis, "Yang bikin inisiatif revisi UU KPK, DPR secara aklamasi yg disetujui seluruh partai, yang diserang Jokowi. Bangke nggak! DPR sendirian tetap bisa melakukan revisi tanpa persetujuan pemerintah. Ini sepertinya skenario menjegal pelantikan Jokowi."

Dampak dari ajakan menyerang Tempo, langsung terasa di Google Play Store. Berbagai komen negatif yang menghujat Tempo disertai rating 1 menghiasi halaman review Tempo. Afridaz Sinatra menulis, "Saya pikir ini media online netral yg tdk memihak kubu A dan kubu B tp semakin kesini kok ada pihak yg dirugikan dan ada pihak yg tersakiti,ternyata oh ternyata di sini buzzernya kadrun smua. Satu kata buat apl ini !!! BGST buat apl berlogo " T " ini !!!"

Kemudian Ar-raiusul Karama Arifin menulis, " Mengkritik itu boleh, bagus.. tapi kalau menghina simbol negara itu buruk sekali. Kita bangsa besar dg adab, sopan, dan santun kearifan lokal itu akan tergerus dg media seperti tempo. Semua itu tergantung cara kok, hasilnya bisa sama.. cara yg dilakukan tempo ini salah besar, kalau simbol negara tid..."

"Sangat mengecewakan. Media provokator, media perusak NKRI, media iblis, media yang tidak pantas diikuti, dibaca, dijadikan panutan. Bubarkan TEMPO! Media ini Sudah tidak menjalankan fungsi yang seharusnya. Yang ada malah memecah bela bangsa negara kita," tulis Marvin Liewangsa.

Hanung Mehendro tak kalah provokatif menulis, "Sumpah penasaran TEMPO dibeli siapa? Dibayar siapa? Usaha apa yang terganggu? Hmm .. semua suka duit dan duit membuat anda berkuasa .. tanpa duit anda tidak dilihat anda tidak dihormati, jadi begitulah koruptor dan rentenir serta korporat terciptaa .. mereka tercipta karena perspektif masyarakat..."

Beberapa akun di Twitter berusaha untuk membela Tempo. "Dan kami mendukung TEMPO yang telah jujur.... lanjutkan kami beri bintang 5 bukan dari empang," kata Krisna69 (@YogaKrisnanda2).



"Saya gak setuju cara-cara seperti ini. Sekalipun saya voter Jokowi, bukan berarti saya harus menyerang pihak yang berbeda. Pers tetap dibutuhkan sebagai penyeimbang. Sesarkas apapun itu, saya menghormatinya. Saya anti gerakan uninstall ini..." kata akun @EfendiSibarani.

Akun Pak RT (@pakerte) menulis, "Bukti dilawan dengan bukti yang lebih kuat. Tulisan dilawan dengan tulisan yang lebih akurat. Pemaparan dilawan dengan pemaparan yang lebih gamblang. Menurut saya itu lebih anggun."

Pembelaan untuk Tempo juga dilakukan di halaman review di Google Play Store. Kemal menulis dengan memberi rating 5, "Dari awal Tempo merupakan majalah yang kritis, apapun penguasanya memang harus seperti itu untuk mengkritisi, tentunya kritis sesuai batas batas jurnalis, di situ lah saya suka, punya pendirian tidak terpengaruh oleh siapapun, karena memang harus seperti itu berimbang."

Farid Aulia juga memberi rating 5, kemudian memberikan komentar, "Media yang berani berseberangan dengan penguasa, mengungkap fakta yang tak berani ditampilkan di layar kaca, karena media di layar kaca mulai ditinggalkan pemirsa, cara untuk tetap bertahan adalah memberikan dukungan kepada penguasa agar sponsor-sponsor dari pengusaha sampai juga ke media, bukan cuman ke penguasa."

### **Respons Tempo**

Pada 21 September 2019, Pemimpin Redaksi Majalah Tempo saat itu, Arif Zulkifli, memberi respons atas serangan para pendengung (buzzer) pendukung Jokowi. Arif memaparkan tentang independensi Tempo. Menurutnya, sebuah media dalam praktiknya barangkali bisa terpeleset untuk tidak objektif atau susah untuk netral, tapi menanungi itu semua adalah independensi apakah keputusan dia pada kebijakan pemberitaan apakah didasarkan dengan ke-independen-nannya sendiri. Tempo punya sejarah yang sangat panjang, dari awal Tempo sikapnya sudah sangat jelas yang mengetengahkan fakta dan kebenaran. Melewati berbagai periode waktu, Tempo tetap konsisten dalam hal mengkritik pemerintah dan mengambil posisi oposisi. Tempo dengan pejabat dan narasumber, tidak akan memengaruhi Tempo untuk mengkritisi, yang sering disalah pahami, ketika Tempo mengkritik A, maka Tempo masuk dalam kelompok B. Padahal tidak seperti itu. Arif menekankan, penentu akhir kebijakan editorial Tempo bukan pemimpin redaksi, *owner*, atau pemimpin utama. Tetapi yang menentukan adalah hasil rapat yang sangat demokratis. Semua 13 kriteria Tempo adalah patokan redaksi Tempo dan mengutamakan kepentingan publik.

Pemimpin Redaksi Majalah Tempo yang baru, Wahyu Widyatmika, menjelaskan, kampanye *uninstall* Tempo tidak berdampak banyak terhadap pelanggan Tempo karena yang memberikan rating bintang satu bukan pelanggan tetap Tempo, melainkan pengguna yang baru meng-*install* aplikasi Tempo. Kemudian setelah *install*, pengguna tersebut memberikan rating bintang satu dan mengun-*install* kembali aplikasi tersebut.

Wahyu menjelaskan, kampanye *uninstall* Tempo memang tidak terlalu berdampak signifikan dengan jumlah pelanggan, akan tetapi *branding* Tempo.co cukup anjlok di Google Play Store dan menjadi raport merah tersendiri bagi Tempo. Langkah perbaikan citra yang dilakukan Tempo yaitu dengan cara mendorong akun-akun media sosial real pengguna layanan Tempo untuk secara organik melakukan *counter* isu dengan memberikan rating bintang lima. Hingga penelitian ini dibuat, 22 Januari 2020, rating Tempo belum pulih, masih di angka 2.0.

### **Mengapa Warganet Mudah Dimobilisasi?**

Serangan warganet kepada Tempo ini tak lepas dari sisa pertarungan antara kubu pendukung Joko Widodo dengan kubu pendukung Prabowo Subianto. Kedua kubu telah terpolarisasi di dua kutub yang berbeda. Era *post-truth* (pasca-kebenaran) membuat warga menanggapi suatu informasi lebih pada keyakinan dan kedekatan emosi, bukan berdasarkan

pertimbangan faktual. Hal ini semakin membuat hoaks dan disinformasi dengan mudah menyebar dan makin menciptakan polarisasi kuat.

Apa yang dilakukan warganet pendukung Jokowi dalam kampanye #UnInstallTempo merupakan teknik mobilisasi emosi seperti yang dikemukakan oleh Merlyna Lim (2017). Lim mengatakan, kita saat ini hidup dalam masyarakat di mana perasaan irasional sekarang lebih dihargai daripada informasi. Para politisi lebih memilih strategi memobilisasi emosi dibandingkan menggerakkan pengetahuan dengan adu program kerja dan penyampaian visi misi yang baik. Jika Eli Pariser memberi istilah *filter bubble*, Lim memberi istilah *enclave* atau kantong-kantong algoritma. Orang-orang yang terlibat percakaan memisahkan diri dalam kantong-kantong algoritma di mana mereka disatukan karena mereka membenci hal yang sama.

Sebenarnya, platform seperti Facebook dan Google menciptakan algoritma penyortiran atau filtering yang sangat membantu pemilik bisnis untuk menargetkan pasar bagi produk mereka. Namun, ketika filtering dan personalisasi ini terjadi di dunia politik, dampaknya menjadi kompleks dan kini memunculkan persoalan baru. Orang-orang yang berada di satu kubu akan terus menerus menerima informasi dari linimasa (timeline) yang senada. Itulah mengapa, exposure kebencian semakin cepat menjalar dan memiliki jangkauan lebih luas karena terus menerus tersua dalam linimasa para pendukung di satu kubu. Dengan narasi yang sederhana dan cenderung emosional, tanpa argumentasi yang panjang, ajakan untuk #UnInstallTempo mudah bergema dan mendapatkan tempat di satu enclave yaitu pendukung Jokowi.

Lim (2013) mengungkapkan, aktivisme media sosial lebih mungkin berhasil memobilisasi dukungan massa ketika narasinya sederhana, terkait dengan tindakan berisiko rendah dan sesuai dengan meta-naratif dominan, seperti nasionalisme dan religiositas. Kondisi ini tercermin dari gerakan uninstall Tempo ini yang menarik emosi warganet sejak kompetisi dua kali pemilihan presiden.

### **Bias Konfirmasi**

Selain faktor emosi, masifnya kampanye #UnInstallTempo juga disebabkan oleh fenomena bias konfirmasi (confirmation bias). Menurut Peter Wason (1960), bias konfirmasi adalah kesalahan kognitif yang dilakukan orang ketika mereka hanya mau menerima informasi baru ketika mengonfirmasi apa yang sudah mereka yakini. Orang yang terperangkap dalam bias konfirmasi cenderung dengan sengaja mencari bukti yang mendukung keyakinan yang sudah kokoh dan dengan sengaja menolak bukti yang bertentangan dengan keyakinan tersebut.

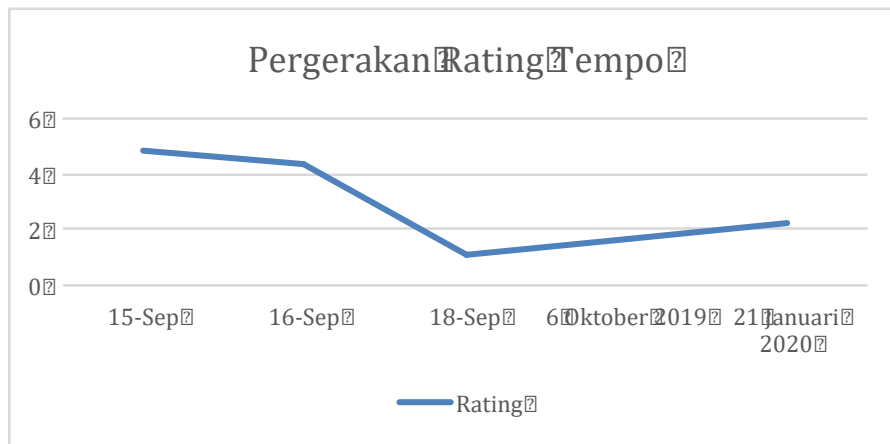
Bias konfirmasi ini biasanya digunakan dalam literatur psikologis, berkonotasi mencari atau menafsirkan bukti dengan cara berdasarkan pada keyakinan, harapan, atau hipotesis yang ada. Bias konfirmasi kadang-kadang sebagian disebabkan oleh kecenderungan orang untuk mengumpulkan informasi hanya dari satu hipotesis pada satu waktu dan bahkan mempertimbangkan kemungkinan bahwa hanya hipotesis itu yang benar (atau hanya kemungkinan bahwa itu salah) dan tidak mempertimbangkan kemungkinan lain secara bersamaan (Tweney, 1984; Tweney & Doherty, 1983 dalam Nickerson, 1998).

Dalam kasus #UnInstallTempo, para pendukung Jokowi tak mau tahu alasan Tempo menurunkan sampul majalah bergambar Jokowi dengan bayangan hidung Pinokio. Kubu pendukung Jokowi juga tak mau menerima penjelasan lain bahwa pemberitan rating ke Google Play Store harusnya terkait dengan keandalan aplikasi itu di masing-masing telepon seluler, bukan terkait isi atau konten dari majalah tersebut. Doherty dan Mynatt (1986) dalam Nickerson (1998) mengemukakan, orang pada dasarnya terbatas hanya memikirkan satu hal pada satu waktu. Hal ini menjelaskan mengapa orang sering memilih nondiagnostik daripada informasi diagnostik dalam situasi keputusan. Dalam konteks ini, orang-orang hanya mau

memilih ajakan untuk #UnInstallTempo dibanding harus membaca penjelasan logis yang bukan dari kubu mereka.

### Dampak #UnInstallTempo

Serangan terhadap tempo ini membuat aplikasi Tempo terdampak lama. Pergerakan rating aplikasi Tempo di Google Play Store bisa dilihat di grafik di bawah ini. Tampak bahwa hingga saat penelitian ini dibuat, Selasa (21/1/2020), rating Tempo belum pulih. Masih di kisaran 2.0 yang merupakan rating kategori buruk untuk sebuah aplikasi.



Rating aplikasi Tempo di Google Play Store sejak pra #UninstallTempo hingga Selasa (22/1/2020).

Dampak kampanye #UnInstallTempo juga semakin membuat cara-cara singkat memobilisasi massa untuk mencapai kepentingan politik tersebut semakin menemukan tempatnya dibanding harus memobilisasi pengetahuan atau adu argumentasi. Bahkan, aksi mereka yang masif bisa mengancam cara-cara berdemokrasi dan cenderung memilih cara-cara mobokrasi, yaitu sekelompok orang yang berusaha mengontrol sebuah kebijakan dan mendominasi wacana. Dalam konteks serangan terhadap majalah Tempo ini, warganet pendukung Jokowi berusaha mengendalikan dan menundukkan Tempo dengan cara menjatuhkan rating aplikasi Tempo. Tujuannya agar kebijakan editorial Tempo takut dan tunduk kepada kelompok mereka. Ibrahim (2010) memaparkan, cara mobokrasi cenderung membawa pemerintahan dan negara dekat dengan anarkisme dan kekacauan.

## KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, penting bahwa perlu ada pihak penengah yang aktif berkampanye dan mengingatkan bahwa cara-cara kekerasan di dunia media sosial tersebut bisa membuat iklim demokrasi semakin turun bahkan cenderung ke mobokrasi. Sekelompok orang cenderung akan berusaha tampil memimpin dan mendominasi kebijakan serta wacana publik. Dengan adanya jebakan bias konfirmasi, situasi semakin menjadi sulit dikendalikan karena kubu yang menyerang cenderung hanya mencari pembenaran dari argumentasi yang mendukung kelompoknya, tanpa mau mendengarkan argumentasi kelompok lain.

Pada akhirnya *enclave* antarkelompok makin masih terbentuk. Mereka membuat gua tersendiri, masuk dalam jebakan *echo chamber* (ruang gema) yang membuat mereka semakin nyaman dengan kelompoknya sendiri tanpa mau mendengarkan suara dari kelompok lain. Semakin sering kelompok mereka memainkan agitasi, semakin kuat pula ruang gema terbentuk. Hal yang dikhawatirkan banyak para akademisi dan pemerhati masalah sosial politik, jika warganet masih jauh dari literasi digital, polarisasi politik dan sosial akan terus terjadi walau pemilihan presiden telah usai. Perlu literasi digital yang masif untuk mengkampanyekan bahwa cara-cara kekerasan di dunia media sosial seperti

#UnInstallTempo merupakan cara-cara yang tidak direkomendasikan dalam kehidupan demokrasi. Demokrasi di ruang siber memerlukan konten-konten berfaedah yang lebih memunculkan dialog yang lebih sehat dan saling menghargai serta mendengarkan satu sama lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, I. S. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi (Mengkaji Media & Budaya dalam Dinamika Globalisasi)*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Bakshy, Eytan at al. (05 Jun 2015). *Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook*. Science 05 Jun 2015: Vol. 348, Issue 6239, pp. 1130-1132. DOI: 10.1126/science.aaa1160
- Eddy, Yosua; Ed: Safura, WN. (2019, Oktober 11). *Pemred Tempo Menjawab Pertanyaan Seputar Buzzer*. Retrieved from Tempo.co <https://video.tempo.co/read/16805/pemred-tempo-menjawab-pertanyaan-seputar-buzzer>
- Juniarto, Damar. (2019). *Catatan Akhir Tahun 2019: Tantangan di Masa Depan untuk Perlindungan Hak Digital Indonesia*. Retrieved from Kompas.com, December 21, 2019. <https://nasional.kompas.com/read/2019/12/21/18120271/catatan-akhir-tahun-2019-tantangan-di-masa-depan-untuk-perlindungan-hak?page=all>
- Ibrahim, M. N. (2010). *Bentuk Negara dan Pemerintah RI*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Mosco, C. F. (2013). *Marx and The Political Economy of the Media*. Leiden Boston: BRILL.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. London: SAGE Publications Ltd.
- Lim, Merlyna. (2017). *Bukan sekadar berita palsu: media sosial dan kampanye politik yang disetir pasar*. The Conversation, September 4, 2017. Retrieved from The Conversation <https://theconversation.com/bukan-sekadar-berita-palsu-media-sosial-dan-kampanye-politik-yang-disetir-pasar-81755>
- Lim, Merlyna. (2017). *Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia*. Critical Asian Studies, DOI: 10.1080/14672715.2017.1341188
- Lim, Merlyna. (2013). *Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia*. New Media in Asia Pages 636-657. DOI: 10.1080/00472336.2013.769386
- Kelly, Karen. (2019). *Mobilizing Emotion, Not Knowledge*. Retrieve from website Calteton. <https://carleton.ca/fpa/story/mobilizing-emotion-not-knowledge/>
- Nickerson, Raymond S. (1998). *Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises*. Review of General Psychology 1998 Vol 2, No 2, 175-220.
- Pariser, Eli. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. Penguin Press.
- Parry, Robert (28 December 2006). *The GOP's \$3 Bn Propaganda Organ*. *The Baltimore Chronicle*. <http://baltimorechronicle.com/2006/122706Parry.shtml>
- Wason, P. C. (1960). *On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task*. Quarterly Journal of Experimental Psychology, 12, 129-140.
- Zaenudin, h. (2019, September 26). *Rating Satu Bintang: Ketika Aplikasi Tempo Tumbang karena Netizen*. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/rating-satu-bintang-ketika-aplikasi-tempo-tumbang-karena-netizen-eiE6>