

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah era digital yang ditandai oleh cepatnya perkembangan teknologi informasi, media sosial telah berkembang menjadi lebih dari sekadar tempat berbagi informasi atau hiburan. Media sosial kini menjadi tempat utama dalam penyebaran wacana politik, pembentukan opini publik, dan penyebaran propaganda. Platform-platform digital memungkinkan siapa saja baik individu, kelompok, maupun institusi untuk memproduksi dan mendistribusikan konten dengan mudah, murah, dan cepat. Fenomena ini turut mengubah lanskap komunikasi politik secara drastis. Dulu, komunikasi politik hanya dapat dilakukan melalui media konvensional seperti TV, radio, dan koran yang bersifat satu arah dan dikendalikan oleh beberapa orang. Kini, dengan hadirnya media sosial, komunikasi politik menjadi lebih terbuka, partisipatif, dan interaktif. Setiap pengguna internet berpotensi menjadi komunikator politik yang dapat mempengaruhi cara pandang orang lain terhadap isu-isu publik. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan komunikasi politik saat ini tidak hanya dimiliki oleh elite politik, tetapi juga oleh masyarakat biasa yang memiliki akses terhadap teknologi dan platform digital.

Kehadiran teknologi komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan menyampaikan pesan, termasuk dalam ranah politik. Teknologi ini memungkinkan informasi menyebar dengan sangat cepat dan melampaui batas geografis serta sosial. Dalam konteks ini, media sosial menjadi ruang baru yang sangat dinamis dalam membentuk kesadaran politik masyarakat. Teknologi komunikasi pada dasarnya adalah teknologi yang berkaitan dengan penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima secara tepat, cepat, dan luas. (Kadir, 2003). Kutipan ini menegaskan bahwa kekuatan utama teknologi komunikasi terletak pada kemampuannya mendistribusikan pesan secara kuat dan efektif, yang pada gilirannya membuka peluang besar bagi aktor-aktor politik untuk membentuk persepsi publik melalui konten yang mudah diakses dan diserap oleh masyarakat luas.

Salah satu contoh nyata dari pemanfaatan teknologi komunikasi dalam ranah politik saat ini adalah penggunaan platform media sosial TikTok. TikTok telah berkembang menjadi media komunikasi politik yang sangat strategis, khususnya di kalangan generasi muda. Platform ini tidak hanya dimanfaatkan oleh politisi secara langsung, tetapi juga oleh masyarakat umum, influencer, dan konten kreator yang menyuarakan ideologi politik tertentu melalui pendekatan yang menghibur, ringan, namun sarat makna.

Di Indonesia, fenomena ini terlihat jelas pada sosok Ali Hamza, seorang konten kreator TikTok yang dikenal karena narasi politiknya yang pro-pemerintah dan kecenderungannya dalam mendiskreditkan tokoh-tokoh oposisi. Dilihat dari profil akun TikTok-nya, akun baru Ali Hamza memiliki lebih dari 1,1 juta pengikut, dengan rata-rata tayangan per video mencapai 300.000 hingga 2 juta penonton, memperoleh antara 20.000 hingga 200.000 suka, serta 1.000 hingga 3.000 komentar. Sebelumnya, Ali Hamza juga memiliki akun TikTok lain yang telah diblokir oleh pihak TikTok setelah ramai direport oleh masyarakat karena konten-konten kontroversialnya. Akun tersebut bahkan memiliki lebih dari 3,6 juta pengikut. Informasi ini disampaikan langsung melalui bio akun TikTok barunya. Popularitas ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan opini publik melalui media sosial.

Sebagai pembandingan, ada salah satu konten kreator seperti Andrea Yudias, yang juga aktif dalam produksi konten politik dan kerap disebut sebagai buzzer. Namun, berbeda dengan Ali Hamza, Andrea Yudias jarang menggunakan strategi retorik *whataboutism* dalam menyampaikan narasinya. Alih-alih membandingkan satu isu dengan isu lain, Andrea cenderung fokus pada satu topik secara langsung sesuai dengan konteks yang sedang ramai dibicarakan. Gaya penyampaian ini menampilkan perbedaan pendekatan dalam menyampaikan ideologi politik kepada publik melalui media digital, yang menarik untuk dianalisis lebih dalam.

Perbedaan strategi komunikasi ini memperlihatkan bagaimana retorika digital berperan penting dalam pembentukan makna dan opini politik di ruang publik digital. Dalam konteks ini, strategi *whataboutism* yang kerap digunakan oleh Ali Hamza menjadi fokus penting untuk ditelaah, khususnya bagaimana

strategi tersebut bekerja sebagai alat propaganda digital yang tidak hanya membingkai realitas politik tertentu, tetapi juga berpotensi memanipulasi wacana publik melalui teknik perbandingan yang menyesatkan atau bersifat pengalihan.

Gaya retorika yang digunakan oleh Ali Hamza kerap kali mengandung unsur whataboutism, yaitu strategi retorik yang mengalihkan kritik dengan membandingkannya pada isu lain guna membenarkan posisi politik tertentu atau menyerang balik lawan ideologis. Penelitian ini memilih Ali Hamza sebagai objek karena ia merupakan salah satu konten kreator dalam lanskap konten politik TikTok Indonesia yang sebagian kontennya menggunakan narasi whataboutism dalam menyampaikan pesan politiknya. Sementara itu, pemilihan tema whataboutism didasarkan pada relevansinya sebagai bentuk manipulasi wacana yang dapat mengaburkan perdebatan substansi dan mengarahkan perhatian publik pada isu pembandingan yang bersifat menyimpang. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana media sosial, khususnya TikTok, menjadi tempat yang strategis bagi pembentukan opini politik yang dikemas dalam bentuk hiburan ringan namun memiliki dampak serius terhadap cara publik memaknai dan merespons realitas politik era modern.

Di beberapa konten menunjukkan bagaimana Ali Hamza secara jelas menggunakan strategi whataboutism dalam dua kasus penting. Pertama, dalam menanggapi pidato Anies Baswedan yang mengkritik kebijakan efisiensi anggaran oleh pemerintahan Prabowo, Ali Hamza justru tidak merespons substansi kritik tersebut. Ali malah menyerang pribadi Anies dengan menyebutnya sebagai “da’jal” dan mengalihkan perhatian publik pada proyek Monumen Bambu yang dibangun oleh Anies, yang ia sebut sebagai “rongsok ibu kota”. Ali Hamza tidak membahas secara substantif isi pidato Anies mengenai efisiensi anggaran, tetapi justru mengangkat topik lain yang bersifat menyerang personal dan simbolik.



Gambar 1. 1 *Konten Ali Hamza Menyebut Anies Baswedan Da'jal dan Monumen Bambu sebagai Rongsok Ibu Kota (Sumber: Akun TikTok Ali Hamza)*

Kedua, dalam kontennya ali hamza menanggapi berita penangkapan kasus korupsi pertamina yang tak mungkin terjadi jika tidak ada campur tangan presiden dan menyoroti demonstrasi mahasiswa bertajuk “Indonesia Gelap”, Ali Hamza lagi-lagi menunjukkan pola komunikasi yang serupa. Ia hanya menyoroti satu aspek dari demonstrasi tersebut dan menanyakan kapan kalian (mahasiswa) melakukan demo agar pemerintah segera mengesahkan RUU perampasan aset, padahal dalam kenyataannya demonstrasi tersebut berisi banyak tuntutan, termasuk tuntutan untuk mengesahkan RUU Perampasan Aset. Ali bahkan melemparkan cibiran retorik ke mahasiswa dan Najwa Sihab seperti “mana mahasewa, mana Najwa Shihab, mana peringatan darurat lu? Mana narasi media provokator lu” dan menyebut para demonstran sebagai “mahasewa”, “akademisi goblok” serta “mahasiswa abadi”. Bentuk komunikasi ini menunjukkan bahwa

Ali tidak berusaha membedah atau merespons substansi tuntutan mahasiswa, melainkan memojokan pelaku demonstran dan memudahkan isu utama dengan membangun narasi tandingan yang bersifat menyerang.



Gambar 1. 2 Konten Ali Hamza Menanggapi Demonstrasi Mahasiswa (Sumber: Akun TikTok Ali Hamza)

Strategi semacam ini merupakan contoh klasik dari whataboutism, yaitu sebuah teknik retorik di mana seseorang merespons kritik bukan dengan menjawab inti permasalahan, melainkan dengan mengalihkan perhatian ke isu lain yang tidak relevan, namun dianggap sebagai pembanding. Tujuannya adalah untuk melemahkan atau membatalkan kritik tanpa benar-benar menyentuh substansi dari isu yang sedang dibahas. Dalam praktiknya, whataboutism tidak hanya memudahkan fokus diskusi, tetapi juga menciptakan kesan seolah-olah ada konsistensi moral, padahal sebenarnya menyesatkan. Axel Arturo Barceló Aspeitia, dalam tulisannya berjudul "*Whataboutisms and Inconsistency*",

menjelaskan bahwa whataboutism merupakan bentuk kesesatan berpikir (logical fallacy). Ia bekerja dengan cara mengalihkan perhatian dari pokok persoalan dan beroperasi dalam kerangka penalaran yang tidak konsisten secara moral (Barceló Aspeitia, 2020).

Di era informasi yang serba cepat, ketika perhatian publik sangat terbatas dan mudah teralihkan, whataboutism menjadi strategi yang sangat efektif untuk membentuk persepsi. Teknik ini mengeksploitasi kecenderungan kognitif manusia yang lebih mudah menerima narasi perbandingan sederhana daripada melakukan analisis kritis yang mendalam. Dalam konteks Indonesia, efektivitas whataboutism semakin meningkat karena diperkuat oleh algoritma media sosial. Algoritma ini menciptakan ruang gema (*echo chamber*) dan gelembung penyaringan (*filter bubble*), yaitu kondisi di mana pengguna hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan mereka, serta terisolasi dari sudut pandang yang berbeda. Akibatnya, strategi whataboutism bukan hanya sulit untuk dikenali, tetapi juga diterima secara luas oleh publik sebagai argumen yang sah, padahal sesungguhnya menyesatkan (Barceló Aspeitia, 2020).

Penelitian oleh Muhamad Husein dan Syahril Syarbaini dalam Jurnal *Peurawi* berjudul "Propaganda Buzzer Politik Pada Pemilihan Presiden 2024" mengungkap peran kunci buzzer politik dalam membentuk opini publik melalui media sosial selama kontestasi demokrasi di Indonesia. Studi kualitatif ini menunjukkan bahwa buzzer, baik yang dioperasikan secara manual maupun melalui bot dengan memanfaatkan teknik framing, penyebaran konten viral (seperti meme dan infografis), serta narasi emosional untuk memengaruhi persepsi masyarakat terhadap tiga pasangan calon presiden: Prabowo-Gibran, Anies-Muhaimin, dan Ganjar-Mahfud. (Husein & Syarbaini, 2024). Namun, Husein dan Syarbaini belum secara spesifik mengkaji teknik retorika seperti whataboutism yang digunakan dalam format media tertentu, seperti TikTok, yang menjadi celah akademik untuk penelitian ini.

Berbeda dengan pendekatan umum dalam jurnal tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis representasi aktor sosial dan strategi whataboutism dalam konten TikTok Ali Hamza, seorang kreator pro-pemerintah dengan 1,1 juta pengikut. Melalui *Critical Discourse Analysis* (CDA) dan teori retorika digital,

penelitian ini mengungkap bagaimana teknik pengalihan isu dikonstruksi secara ideologis dalam video pendek berbasis algoritma. Temuan ini melengkapi studi Husein dan Syarbaini (2024) dengan memberikan perspektif mikro tentang manipulasi wacana di platform spesifik, sekaligus memperkaya literatur komunikasi politik digital di Indonesia.

Lebih jauh, teknik manipulatif semacam ini juga menunjukkan adanya keterkaitan antara gaya komunikasi naratif dan perkembangan teknologi komunikasi politik. Penelitian oleh Jetrin Arfan Santiko dan Syaiful Bahri (2024) dalam jurnal *INNOVATIVE* berjudul “*Analisis Wacana pada Fenomena Penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam Konten Pemilu*” meneliti bagaimana teknologi deepfake digunakan dalam kampanye politik melalui media sosial Twitter (X). Studi tersebut menunjukkan bahwa representasi visual tokoh politik melalui teknologi AI dapat memengaruhi persepsi publik secara signifikan, terutama ketika narasi dibentuk untuk mendukung pihak tertentu (Arfan Santiko & Bahri, 2024). Meskipun fokus kajiannya adalah pada konten berbasis teknologi deepfake, temuan mereka membuka pemahaman penting tentang bagaimana teknologi komunikasi dapat digunakan untuk membingkai ulang realitas politik secara manipulatif. Berbeda dengan penelitian tersebut, studi ini tidak memfokuskan pada aspek visual manipulatif berbasis AI, melainkan pada strategi retorik dalam bentuk bahasa dan narasi khususnya teknik *whataboutism* yang digunakan secara sadar untuk menggeser substansi kritik dan membentuk opini publik. Jika Jetrin dan Syaiful meneliti intervensi teknologi terhadap wajah dan suara sebagai alat propaganda, maka penelitian ini mengkaji intervensi terhadap struktur narasi itu sendiri. Dengan pendekatan analisis wacana, penelitian ini bertujuan membongkar bagaimana strategi *whataboutism* bekerja secara diskursif dalam memproduksi dan menyebarkan ideologi tertentu melalui konten yang tampak ringan namun sarat kepentingan.

Keberadaan representasi aktor sosial dan strategi *whataboutism* dalam konten Ali Hamza menunjukkan bahwa teknik ini digunakan bukan semata-mata karena ketidaktahuan terhadap substansi kritik, melainkan sebagai taktik sadar untuk menggiring opini publik. Dalam konteks inilah penelitian ini menjadi sangat penting. Sebab, sejauh ini belum banyak studi di Indonesia yang secara

spesifik mengkaji praktik whataboutism dalam media sosial, terutama di TikTok yang memiliki karakteristik algoritmik dan gaya penyajian yang berbeda dibandingkan media sosial lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan *Critical Discourse Analysis* guna menggali struktur ideologis dan strategi manipulatif dalam konten-konten digital.

Dalam beberapa tahun terakhir, TikTok telah berkembang menjadi ruang diskursif yang sangat aktif, di mana berbagai isu sosial dan politik diperbincangkan secara terbuka. Tidak sedikit kreator yang memanfaatkan format video singkat ini untuk menyampaikan pandangan politik secara tersirat maupun terang-terangan. Di tengah derasnya arus informasi tersebut, retorika whataboutism muncul sebagai alat yang efektif untuk mengalihkan perhatian publik dari substansi kritik. Melalui perbandingan yang kerap kali tidak relevan, strategi ini menempatkan lawan politik dalam posisi defensif, sekaligus menciptakan narasi tandingan yang tampak logis, padahal sesungguhnya bersifat manipulatif.

Fakta bahwa TikTok bekerja dengan algoritma yang sangat personal dan responsif memperkuat efek dari strategi tersebut. Konten yang bersifat provokatif dan emosional cenderung lebih mudah viral, sehingga pesan-pesan ideologis dalam bentuk whataboutism pun memiliki peluang besar untuk tersebar luas tanpa filter kritis. Hal ini semakin problematik ketika disadari bahwa mayoritas pengguna aktif TikTok berasal dari generasi muda, yang masih berada dalam proses pembentukan sikap politik. Dalam kondisi demikian, konten bermuatan manipulatif dapat membentuk opini publik yang tidak berbasis pada pertimbangan rasional, melainkan pada impresi visual dan emosional semata.

Penelitian ini adalah upaya untuk membongkar bagaimana representasi aktor sosial dan strategi whataboutism di TikTok tidak sekadar menjadi gejala komunikasi biasa, melainkan berfungsi sebagai instrumen hegemonik dalam membangun dominasi wacana. Dengan pendekatan kualitatif dan *Critical Discourse Analysis* (CDA), penelitian ini berusaha memetakan pola-pola retorik yang tersembunyi di balik narasi yang tampaknya ringan atau lucu. Dengan

begitu, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan studi komunikasi politik digital di Indonesia, tetapi juga memberikan kesadaran kritis kepada publik mengenai pentingnya literasi media di era digital. Tanpa adanya kesadaran ini, masyarakat berisiko menjadi korban pasif dari manipulasi wacana yang dikemas dalam bentuk hiburan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana representasi aktor sosial digunakan dalam konten TikTok Ali Hamza?
2. Bagaimana strategi whataboutism dimanfaatkan untuk membentuk narasi dalam konten TikTok Ali Hamza?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui representasi aktor sosial digunakan dalam konten TikTok Ali Hamza
2. Untuk mengetahui strategi whataboutism dimanfaatkan untuk membentuk narasi dalam konten TikTok Ali Hamza.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi politik digital dan retorika kontemporer. Penelitian ini memperluas pemahaman mengenai teknik whataboutism sebagai bentuk komunikasi persuasif yang digunakan dalam ruang digital. Di samping itu, pendekatan Critical Discourse Analysis yang digunakan dapat memperkaya metode analisis dalam studi media dan wacana politik, serta menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin menelaah praktik retorik dalam media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat umum, akademisi, pegiat literasi digital, dan pembuat kebijakan untuk mengenali dan mengkritisi bentuk-bentuk komunikasi manipulatif di media sosial. Dengan memahami cara kerja strategi whataboutism dan bagaimana ia digunakan untuk membentuk opini publik, masyarakat diharapkan dapat lebih selektif dan kritis dalam menerima serta menyebarkan informasi. Selain itu, temuan penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk merancang program literasi media yang lebih kontekstual dan responsif terhadap dinamika komunikasi digital yang berkembang pesat.