



# ***Contra-hate spin di media sosial twitter jelang pilpres 2019 dengan pendekatan strategi sun-tzu***

**RIZAL LIBREK SAUKOLY<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup> *Badan Intelijen Keamanan, Kepolisian Republik Indonesia*

\*Correspondence: rizal.saukoly@gmail.com

Accepted Date: 29 Februari, 2024

## **ABSTRACT**

*This study aims to identify hate spins through hate speech content on Twitter social media during the 2019 Presidential Election campaign, and analyze patterns of hate spin movements, strategies and obstacles to overcome hate spins using the Sun Tzu approach. Research methods with content analysis to analyze hate speech and hate spins that occur on Twitter ahead of the 2019 Presidential Election, starting 15 February-15 April 2019. There are 36 (thirty-six) hate spins that attack candidate pairs 01 and 12 (twelve) hate spin attacking candidate 02. There are four cyber-attack patterns in the form of hate spins, namely: a wave and gradual hate spin attacks on the same candidate pair, single hate spin attacks, and hate spin attacks attacking each other between the two teams of candidates. Polri uses several counter-strategies: (1) using a plan to win; (2) a strategy of dealing directly with the enemy; (3) a strategy of chaos; and (4) a strategy of losing. The obstacles faced are the competent police personnel were limited and the discretionary conditions of security and order. Policy recommendations require additional personnel both in quantity and quality for information and communication technology (ICT).*

**KEYWORDS:** *general elections; hate spin; propaganda; sun-tzu; twitter*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *hate spin* melalui konten *hate speech* di media sosial Twitter selama masa kampanye Pilpres 2019, dan menganalisis pola pergerakan *hate spin*, strategi dan hambatan penanggulangan *hate spin* dengan pendekatan Sun Tzu. Metode penelitian dengan analisis konten untuk menganalisis *hate speech* dan *hate spin* yang terjadi di Twitter menjelang Pilpres 2019, mulai 15 februari-15 april 2019. Terdapat 36 (tiga puluh enam) *hate spin* yang menyerang kandidat paslon 01 dan 12 (dua belas) *hate spin* yang menyerang kandidat paslon 02. Terdapat empat pola serangan *cyber* dalam bentuk *hate spin*, yaitu: serangan *hate spin* bergelombang dan bertahap pada paslon yang sama, serangan *hate spin* tunggal, dan serangan *hate spin* saling serang antar kedua paslon. Strategi penanggulangan Kepolisian Republik Indonesia (Polri) dengan menggunakan strategi untuk menang, strategi berhadapan langsung dengan musuh, strategi *chaos* dan strategi kalah. Hambatan yang dihadapi adalah jumlah personel Polri yang kompeten terbatas, dan diskresi kondisi keamanan dan ketertiban. Rekomendasi kebijakan perlu tambahan personel baik secara kuantitas maupun kualitas terhadap teknologi informasi dan komunikasi (TIK).

**KATAKUNCI:** *hate spin; pemilihan umum; propaganda; sun-tzu; twitter*

## **1. Pendahuluan**

Pengguna media sosial di Indonesia mengalami kenaikan dari 72 juta pengguna di 2015 menjadi 150 juta pengguna di tahun 2019 atau lebih dari dua kali lipat dalam 4 tahun. Berdasarkan data yang dihimpun oleh We Are Social yang bekerjasama dengan Hootsuite

### **Cite This Article:**

Saukoly, R. L. (2024). *Contra-hate spin di media sosial twitter jelang pilpres 2019 dengan pendekatan strategi sun-tzu*. Journal Of National Paradigm-Based Resilience Strategy, 1(1), 1-14. <https://doi.org/10.61511/napbres.v1i1.2024.510>

**Copyright:** © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



2019, kenaikan pengguna media sosial meningkat dengan pesat mencapai 27 juta pada tahun 2017. Pada tahun 2018, pengguna media sosial naik sebanyak 24 juta pengguna dan tahun 2019 sebanyak 20 juta pengguna. Ini menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan pengguna internet yang baik. Tidak hanya pengguna media sosial, namun jumlah pengguna telepon seluler yang mengakses media sosial juga meningkat yaitu sebesar 8,3% atau sekitar 10 juta pengguna dalam satu tahun terakhir. Data We Are Social & Hootsuite 2019 juga menunjukkan bahwa pengguna media sosial terbesar di Indonesia berusia 18 tahun hingga 34 tahun.

Menurut Proyeksi Penduduk Indonesia dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019, masyarakat yang berusia 20-34 tahun disebut sebagai "kelompok milenial". Berdasarkan publikasi BPS tersebut, jumlah milenial diproyeksi sebanyak 23,77% dari total populasi Indonesia. Dengan demikian kelompok milenial menyumbang 23% atau seperlima dari total keseluruhan suara pada Pemilihan Umum (Pemilu) 2019 dengan potensi 42 juta suara daftar pemilih tetap (DPT) dalam negeri dan 42 ribu suara DPT luar negeri.

Ketua Masyarakat Indonesia Anti-Hoax, Septiaji Eko Nugroho, menyatakan bahwa generasi milenial merupakan generasi yang dinilai paling rentan terkena dampak berita bohong atau hoax (Kominfo.go.id., 2016). Menurut Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (2018), ada sekitar 324 kasus hate speech (ujaran kebencian) yang terjadi pada tahun 2018 dimana sebesar 75% kasus yang terjadi merupakan hate speech di bidang politik. Diikuti kasus SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan) sekitar 9%, lalu lintas 9%, dan kesehatan 7%. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kementerian Kominfo), terdapat sebanyak 62 konten hate speech terkait Pemilu 2019 selama periode Agustus-Desember 2018. Hate speech paling banyak teridentifikasi pada Desember 2018.

Di awal tahapan pilpres 2019, muncullah satu gerakan yang bertagar #2019gantipresiden digagas oleh politikus Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Mardani Sera. Gerakan ini merupakan antitesis terhadap dukungan petahana untuk Dua Periode. Kedua isu ini dimainkan hingga sampai ke dunia maya dengan adanya sosial media. Tahapan Pilpres 2019 diawali dengan deklarasi damai anti hoax dan SARA oleh dua pasang calon presiden-calon wakil presiden (capres-cawapres) yang menyetujui adanya Pemilihan Presiden (Pilpres) yang aman dan damai. Dengan demikian, hate spin (pelintiran kebencian) merupakan suatu ancaman dalam keamanan nasional. Hate spin dapat mengakibatkan gangguan bagi keamanan dan ketertiban masyarakat. Masyarakat yang terkena dampak dari hate spin (terhasut dan tersinggung) dapat melakukan aksi-aksi anarkis di masyarakat. Kepolisian Republik Indonesia (Polri) sebagai institusi yang menjalankan fungsi pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat (kamtibmas) memiliki tugas dan tanggung jawab dalam menanggulangi hate spin yang telah beredar di masyarakat. Hate spin dikhawatirkan akan menghancurkan sendi-sendi demokrasi bangsa karena membuat masyarakat menjadi terhasut untuk menjatuhkan lawan politik oleh berita yang telah dipelintir di media sosial. Dengan adanya penyebaran hate spin yang sangat besar melalui media sosial maka akan membuat masyarakat yang tidak menggunakan media sosial pun menjadi terprovokasi dalam membela pilihan politiknya sehingga keamanan dan ketertiban masyarakat tidak dapat tercapai.

Selama ini, Polri sudah melakukan penanggulangan hate speech, namun dengan berkembangnya geopolitik Indonesia, hate spin menjadi tantangan baru yang dihadapi oleh Polri. Hate spin mampu memobilisasi masyarakat dalam jumlah banyak dan mampu menghasut seluruh elemen masyarakat, bukan hanya yang menggunakan media sosial saja. Masyarakat yang terhasut oleh pelaku hate spin dapat menciptakan gangguan nyata di dunia nyata. Ini yang menjadi tanggung jawab Polri dalam memelihara kamtibmas. Saat ini, belum ada payung hukum yang menjerat pelaku penyebar hate spin. Hal ini menyebabkan penanggulangan hate spin yang dilakukan oleh Polri saat ini adalah melakukan langkah-langkah pencegahan (preventif) sebelum hate spin tersebut masuk ke masyarakat dan menjadi gangguan kamtibmas secara nyata. Polri melaksanakan konter (perlawanan) secara langsung di media sosial untuk mencegah penyebaran hate spin tersebut. Hate spin

yang dimaksud disini adalah gerakan yang menyerang kedua kandidat paslon di Pilpres 2019.

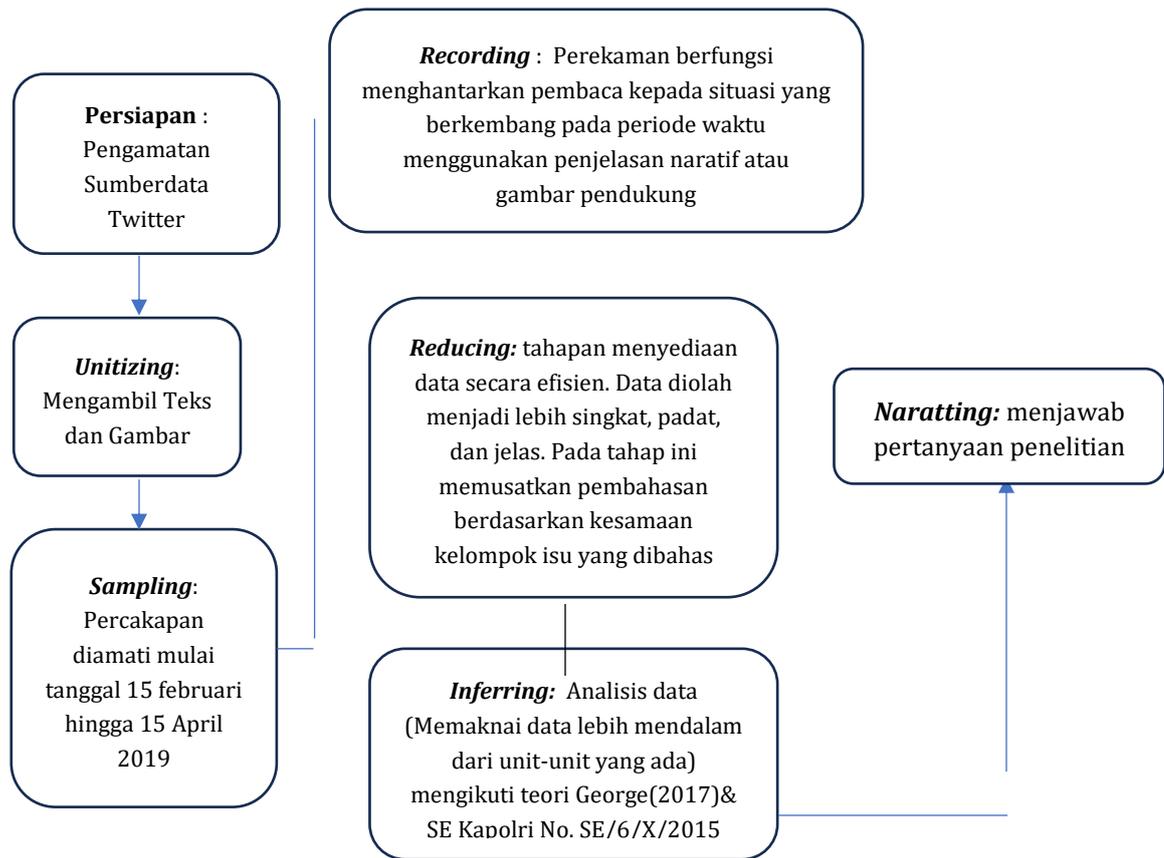
Dalam buku yang berjudul "Hate spin: The Manufacture of Religious Offense and Its Threat to Democracy (Information Policy)" karya Cherian George, hate spin adalah gabungan dari konsep hate speech atau hasutan kebencian (*vilification/offence-giving*) dengan kemarahan karena ketersinggungan (*indignation* atau *offence-taking*). Dalam bukunya, Cherian George menunjukkan dua sisi hate spin ini — hasutan dan keterhasutan — digunakan oleh para "entrepreneur" politik untuk memobilisasi pendukung dan menyerang kelompok sasaran, dengan membandingkan kasus Amerika Serikat, Indonesia, dan India (George, 2016a).

Dalam buku lainnya, yaitu "Google, Godliness and The Global Challenge of Hate spin", Cherian George menjelaskan bahwa pada kelompok masyarakat yang memiliki agama (kepercayaan) yang dominan di suatu tempat tertentu, jika ada kesalahan dan permasalahan maka segala kesalahan dan permasalahan akan dilimpahkan kepada masyarakat yang minoritas (George, 2016c). Dr. Mukti Ali, M.Hum dalam "MELAWAN HOAX di Media Sosial dan Media Massa" menjelaskan bahwa penyebaran hoax di media sosial Indonesia semakin tinggi terjadi di Indonesia (Ali, 2017). Media sosial memungkinkan akun anonim dapat berkontribusi, juga setiap orang, tidak peduli latar belakangnya, punya kesempatan yang sama untuk menulis. Beberapa orang yang tidak bertanggungjawab, menggunakan celah ini untuk menggunakan media sosial dalam konteks negatif, yaitu menyebarkan fitnah, hasut dan hoax. Hal ini semakin parah ketika musim pemilu, dan pemilihan kepala daerah (pilkada). Media sosial, di satu sisi digunakan untuk ajang kampanye positif, namun banyak yang menggunakannya untuk kampanye negatif. Bahwa kampanye negatif termasuk yang dibolehkan, tapi ada yang terjatuh dalam kampanye hitam, yaitu menggunakan fitnah dan hoax untuk menyerang lawan politiknya. Fenomena ini mulai tampak pada Pemilihan Gubernur (Pilgub) DKI Jakarta 2012, dan mencapai puncak tertinggi sementara, yaitu ketika Pilpres 2014 dan berlangsung hingga tahun 2017 saat pilkada serentak digelar secara nasional. Penelitian-penelitian tentang upaya penanggulangan hate speech telah banyak dilakukan. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya Rohman (2016), Allcott & Gentzkow (2017), Astrini (2017), Juliswara (2017), Pakpahan (2017), dan Juditha (2018). Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini fokus tentang pola hate spin pada saat kampanye Pilpres 2019. Selain itu, penelitian ini juga membahas penanggulangan hate spin secara preventif dari aparat penegak hukum, yaitu Polri.

Penelitian tentang kontra hate spin pada media sosial jelang Pilpres 2019 dengan pendekatan Sun Tzu bertujuan untuk mengidentifikasi hate spin melalui konten hate speech di media sosial Twitter selama masa kampanye Pilpres 2019. Tujuan kedua, menganalisis pola pergerakan hate spin di media sosial Twitter selama masa kampanye Pilpres 2019, dan ketiga menganalisis upaya kontra hate spin dari Polri di media sosial Twitter dengan menggunakan pendekatan strategi Sun Tzu, serta hambatan yang dihadapi POLRI.

## 2. Metode

Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dengan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, dan data terbuka (*open source intelligence/ OSINT*). Berikut ini adalah prosedur penelitian mulai dari tahap persiapan hingga analisis data mengacu pada Krippendorff (2004).



Gambar 1. Tahapan proses penelitian

Tahapan penelitian ditunjukkan pada Gambar 1, dimulai dari tahap persiapan dengan mengamati percakapan netizen Indonesia di media sosial Twitter selama periode 15 Februari 2019 hingga 15 April 2019. Software yang digunakan untuk memantau pergerakan percakapan di media sosial twitter menggunakan situs Trendinalia.com. Situs ini bersifat terbuka dan gratis, serta bentuk data yang digunakan pada tahap unitizing adalah berupa teks dalam bentuk *hashtag* atau *trending* topik dari seluruh dunia. Untuk melakukan analisis data *hashtag* yang dimaksud apakah termasuk *hate speech* dan *hate spin*, penulis memaknai setiap teks melalui tahapan recording, reducing dan inferring serta didukung dengan teori yang menjelaskan karakteristik *hatespeech* dan *hate spin* (Goerge, 2017). Krippendorff (2004) tidak membatasi teks di dalam definisi tersebut sebatas produk tulisan, tetapi juga produk yang memiliki makna lainnya seperti lukisan, gambar, peta, suara, ataupun simbol. Selain itu untuk memperdalam pemaknaan konten, penulis perlu menganalisis hubungan antar teks atau dalam hal ini *twit* (postingan) satu dengan yang lain untuk mencari makna yang signifikan dan mengelompokkannya merujuk pada Surat Edaran Kepala Kepolisian Republik Indonesia No. SE/6/X/2015 Tentang Penanganan Ujaran Kebencian (*Hate speech*) (Mangantibe, 2016).

### 3. Hasil dan Diskusi

#### 3.1. Hasil identifikasi *hate spin* di media sosial twitter selama masa kampanye pilpres 2019

*Hate speech* yang dimainkan sehingga menimbulkan *hate spin* pada masa kampanye bertujuan menciptakan gerakan untuk menolak kandidat paslon tertentu dan meruntuhkan demokrasi yang sudah ada. Menurut George (2016a), *hate spin* didefinisikan sebagai penghinaan dan ketersinggungan yang sengaja diciptakan dan digunakan sebagai strategi politik yang mengeksploitasi identitas kelompok guna memobilisasi pendukung dan

menekan lawan. Ada banyak agen kebencian yang secara lihai memainkan hasutan dan keterhasutan, bahkan seringkali secara bersamaan. Kata “*spin*” (pelintiran) mengilustrasikan kesewenang-wenangan kampanye mereka. Makna kontemporer sehari-hari menunjukkan bahwa *hate spin* adalah propaganda yang terkalkulasi dan menipu. Menurut Juditha (2015), pada media sosial twitter penggunaan kode pagar atau *hashtag* (#) adalah salah satu penanda fitur Twitter, yaitu mempermudah sebuah topik untuk dibicarakan. Namun kenyataan yang lain terjadi di Indonesia, di mana tujuan penggunaan tanda pagar tersebut salah satunya adalah untuk menaikkan popularitas sebuah topik tertentu. Dengan penggunaan *hashtag* ini pengguna lainnya ikut *me-retwit* dan juga membuat *hashtag* yang sama. Hal ini untuk meningkatkan intensitas tentang topik yang dimaksud. Pada masa kampanye Pilpres 2019, terjadi berbagai macam bentuk *hate spin* yang dimainkan pada media sosial Twitter diantaranya sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Identifikasi *Hate Spin* 15 Feb-15 April 2019

No	Tanggal	Hate spin
1	17 Februari 2019	#UninstallJokowi
		#ShutDownJokowi
2	18 Februari 2019	#JokowiBohongLagi
		#02GagapUnicorn
3	20 Februari 2019	#JokowiNyataKeranya
		#LyingAwardsForPresident
4	23 Februari 2019	#RezimTipuTipu
		#RezimTipuTipu
5	28 Februari 2019	#PembohongJanganDipilih
		#PemimpinHobiBohong
		#Emak2Korban02
		#PrabowoTumbalinRatna
		#KoalisiHoax
		#02PanikJokowiMenang
		#PemimpinHobbyPHP
		#BohongLagiBohongLagi
#JanganPilihPendusta		
6	1 Maret 2019	#Emak2KorbanRezimJKW
7	2 Maret 2019	#CapresLupaIngatan
8	5 Maret 2019	#01BandarSabu
		#02Nyabu
		#02BandarSabu
9	6 Maret 2019	#TakutKalahGakMauCuti
		#KartuDustaJokowi
10	10 Maret 2019	#HaramPemimpinMunafik
		#WiwiNgemplangJanji
11	14 Maret 2019	#BodohMauDuaPeriode

		TumbangkanCapresPendusta
<b>12</b>	16 Maret 2019	#01BanyakJadiTersangka #SlankMakanDuitRakyat
<b>13</b>	20 Maret 2019	#GejalaKecurangan MakinKentara #PolisiDukungJokowi #INAelectionObserver SOS
<b>14</b>	21 Maret 2019	#17AprilGoodBye Jokowi #PrabowoPemarah
<b>15</b>	22 Maret 2019	#JokowiTheErrorMan #01MenangKomunisSenang
<b>16</b>	26 Maret 2019	#RemoveTheNgaciro Virus #AdzanBukanPanggilan Ngopi
<b>17</b>	29 Maret 2019	#IstriAjaDicuekin ApalagiRakyat #SaratogaDown
<b>18</b>	30 Maret 2019	#MisteriCapJempolDi Amplop #PKIvsPANCASILA
<b>19</b>	31 Maret 2019	#SavePolriFromPolitics #PecatanLebihTNIdariTNI
<b>20</b>	01-Apr-19	#JanganPilihPemimpin Emosional
<b>21</b>	03-Apr-19	#AmplopLuhutAdaMaunya #WebKawalPemilu Tipu
<b>22</b>	04-Apr-19	#KapalOlengJendral
<b>23</b>	11-Apr-19	#AmplopMenteriSeranganFajar

Sumber: Hasil pengolahan data

Selama periode pengamatan penelitian terlihat terdapat 36 (tiga puluh enam) hate spin yang menyerang kandidat paslon 01 (Jokowi- Ma'ruf Amin) dan ada 12 (dua belas) hate spin yang menyerang kandidat paslon 02 (Prabowo-Sandi). Artinya dalam hal ini, incumbent lebih banyak menerima serangan di dunia maya melalui berita-berita yang dipelintir untuk memberikan efek negative kepada para pemilih, khususnya swing voter

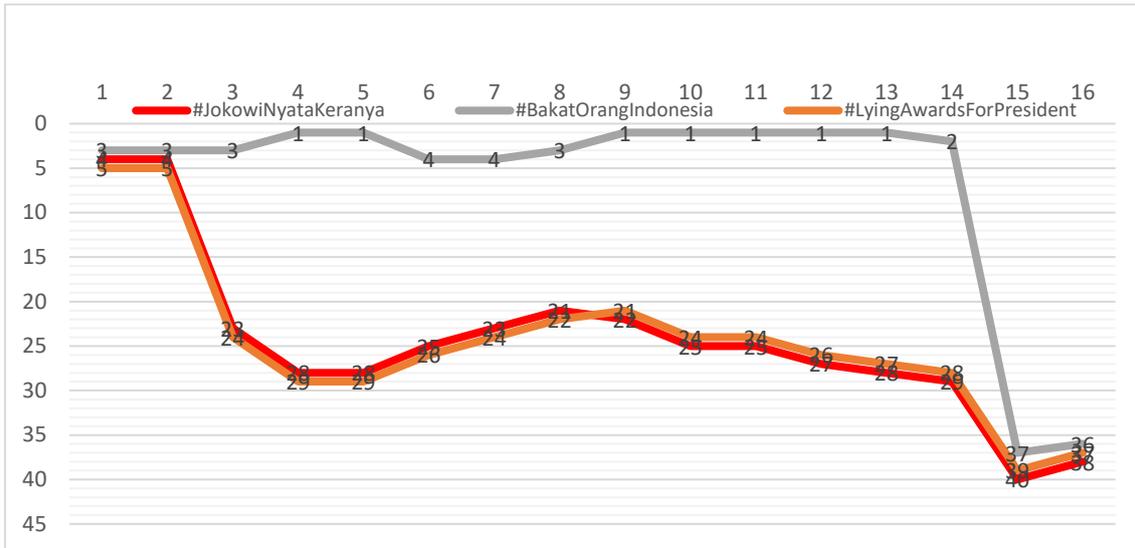
dan masyarakat yang belum menentukan pilihan. Contoh pada tanggal 17 februari 2019 terdapat hastag #ShutDownJokowi termasuk salah satu hate spin dengan tujuan pemelintiran berita berupa propaganda untuk menurunkan Presiden Jokowi atau untuk tidak memilih Jokowi lagi di Pilpres 2019. Selanjutnya di tanggal 20 Februari 2019 terdapat hate speech untuk menyerang paslon 01 dengan gambar yang menunjukkan Jokowi adalah Presiden yang melakukan pencitraan semata, sehingga tidak dapat dipercaya, juga dikaitkan dengan debat yang mengatakan bahwa penyebutan lahan Prabowo adalah menyerang pribadi, serta terkait meme monument mobil esemka sebagai monument Presiden pembohong. Ada pula hasutan yang menyebutkan bahwa pendukung Jokowi hanya membela tukang bohong. Hate Speech ini kemudian dikaitkan dengan hastag #JokowiNyataKeranya dan #LyingAwardsForPresident. Kedua hastag tersebut sengaja dipelintir menjadi hate spin dari yang seharusnya “nyata kerjanya” dipelintir menjadi “nyata Keranya”, serta yang seharusnya “FlyingAward..” dipelintir menjadi “LyingAward..”. Intensitas serangan pendukung paslon 01 kepada 02 juga mulai terlihat cukup intens di tanggal 28 februari dengan hastag #PrabowoTumbalinRatna yang cukup trending dengan memanfaatkan momentum kasus hoax Ratna Sarumpaet. Selanjutnya ditanggal 5 maret juga momen berita kriminalitas politisi democrat dimanfaatkan sebagai isu di media social dengan hastag #02Nyabu. Artinya kasus salah satu pendukung paslon dipelintir seolah-olah menjadi karakter dari pendukung paslon tertentu. Serangan-serangan antar pendukung terus berlanjut dan saling memanfaatkan keadaan baik yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan kondisi politik dengan tujuan meningkatkan elektabilitas paslon.

### 3.2 Analisis pergerakan pola *hate spin* selama periode 15 Februari - 15 April 2019

#### Pola Serangan *Hate Spin* Bergelombang Paslon yang sama

Pola serangan hate spin pertama mengikuti pola serangan bergelombang. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah hastag yang digunakan lebih dari satu dan bertujuan menyerang paslon yang sama. Pola ini terjadi pada tanggal 20 Feb, 28 Feb, 6 Maret, 14 Maret. dan 30 Maret 2019. Serangan bergelombang dilakukan dengan menaikkan hastag berupa hate spin lebih dari satu dalam waktu yang bersamaan. Polri dapat meredam serangan tersebut dengan menggunakan hastag yang sedang populer di twitter.

Contohnya dapat dilihat pada kasus di tanggal 20 Februari 2019, gerakan hate spin menggunakan hashtag #JokowiNyataKerjanya dan #LyingAwardsForPresident. Kedua, hate spin ini adalah gerakan dalam menyerang kandidat 01. Polri meng-counter dengan menggunakan hashtag #BakatOrangIndonesia. Hashtag #BakatOrang Indonesia merupakan hashtag yang sedang populer saat itu yang berisi topik candaan terkait bakat apa yang dimiliki oleh warga twitter.



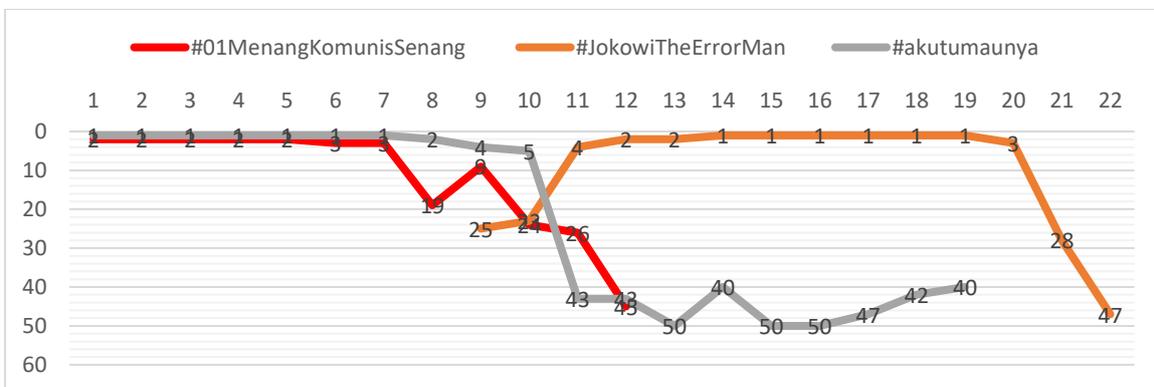
Grafik 1. Hate spin pola bergelombang tanggal 20 Februari 2019  
 Sumber: data diolah (2019)

Hashtag #JokowiNyataKerjanya dan #LyingAwardsForPresiden awalnya berada di posisi 4 dan 5 serta memiliki pola yang sama dalam kenaikan atau penurunan posisi trending topik. Hashtag #BakatOrangIndonesia berada pada posisi 3 hingga 1 di trending topik Indonesia hari itu. Isu kedua hate spin tersebut berhasil di redam dengan hashtag #BakatOrangIndonesia. Artinya serangan hate spin bergelombang dapat di counter dengan menggunakan hashtag yang populer diperbincangkan warganet (netizen).

**Pola serangan hate spin bertahap paslon yang sama**

Pola serangan hate spin bertahap merupakan model kedua yang digunakan untuk melawan paslon yang sama. Gerakan hate spin dilakukan secara bertahap dalam waktu yang tidak bersamaan. Pertama, serangan hate spin dilakukan pertama kali. Kemudian setelah beberapa waktu dengan memantau pergerakan hate spin pertama yang mengalami penurunan, maka serangan hate spin kedua dinaikan untuk menjaga hate spin berada diposisi trending.

Pola serangan hate spin bertahap ini terjadi pada tanggal 10 Maret, 16 Maret, 23 Maret, 26 Maret, dan 1 April 2019. Contohnya pada 23 Maret 2019 gerakan hate spin menggunakan hashtag #01MenangKomunisSenang dan #JokowiTheErrorMan untuk menyerang kandidat 01. Hashtag ini bertujuan menghasut masyarakat bahwa petahana didukung oleh komunis/PKI. Selain itu, hashtag ini juga menghasut masyarakat bahwa petahana contoh Presiden yang suka salah.

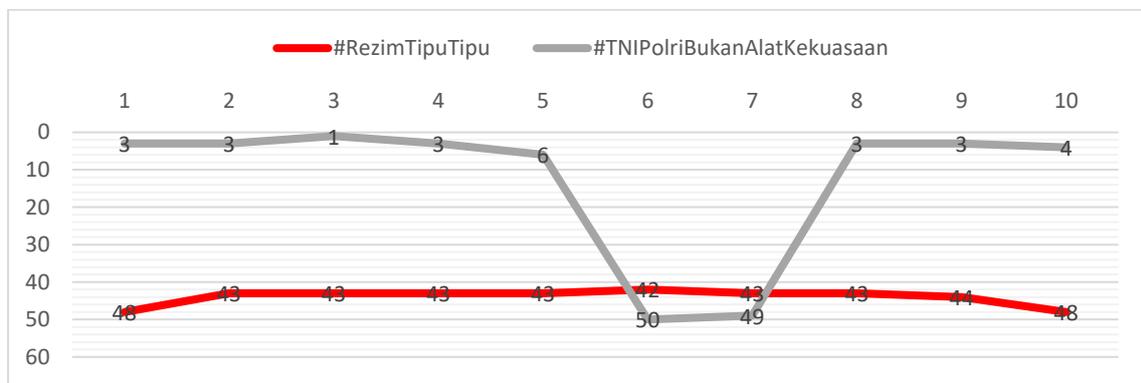


Grafik 2. Hate spin pola bertahap tanggal 23 Maret 2019  
 Sumber: data diolah (2019)

*Hate spin* dengan *hashtag* #01MenangKomunisSenang berada di posisi teratas twitter selama hampir 10 jam. Polri melakukan *counter* dengan menggunakan *hashtag* #akutumaunya yang berhasil menggeser posisi *hate spin* #01MenangKomunisSenang hingga ke posisi 50. Namun, adanya *hate spin* #JokowiTheErrorMan dimainkan kembali sehingga berada pada posisi 1 selama 9 jam. Saat itu dukungan terhadap *hashtag* #akutumaunya sudah melemah dan tidak dapat menurunkan *hashtag* #JokowiTheErrorMan. Ketidakmampuan *counter* serangan *hate spin* ini disebabkan kurang cepatnya respon berkala dari serangan-serangan *hate spin* tersebut.

**Pola serangan *hate spin* tunggal paslon sama**

Pola serangan *hate spin* ini dilakukan hanya dengan menggunakan satu *hashtag*. Pola serangan ini terjadi pada tanggal 23 Februari, 17 Februari, 2 Maret, 4 dan 11 April 2019. Contoh serangan *hate spin* dengan *hashtag* #RezimTipuTipu. *Hashtag* ini merupakan propaganda terhadap pemerintahan. Polri, melakukan *counter* dengan *hashtag* #TNIPolriBukanAlatKekuasaan.

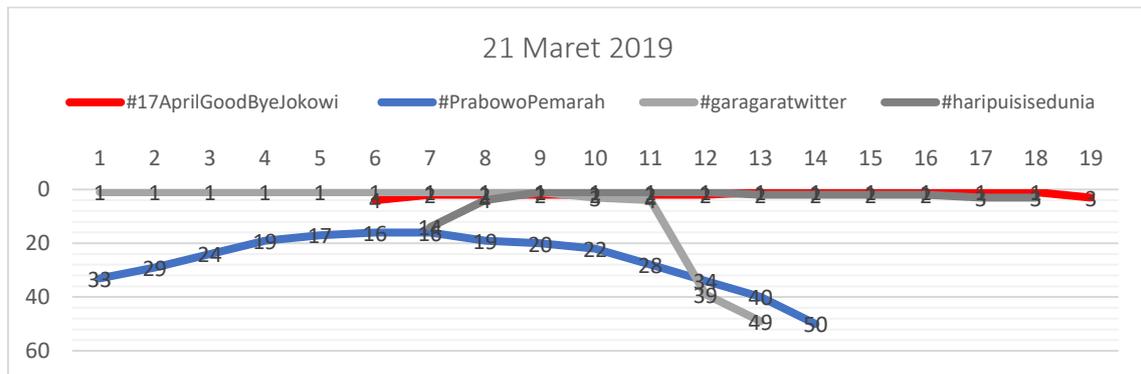


Grafik 3. *Hate Spin* Pola Tunggal tanggal 23 Februari 2019  
 Sumber: data diolah (2019)

*Hashtag* #RezimTipuTipu awalnya berada di posisi 48 lalu naik ke posisi 43 dan bertahan selama kurang dari 10 jam. Penanggulangan Polri dengan menggunakan *hashtag* #TNIPolriBukanAlatKekuasaan terbukti berhasil dengan menempati posisi 3 hingga posisi 1 dalam *trending* topik Indonesia

**Pola *Hate Spin* Saling Serang Antar Dua Paslon**

Pola serangan *hate spin* keempat adalah serangan simultan atau saling serang antar paslon. Pada pola ini, serangan *hate spin* di twitter menjadi sangat ramai dan kacau. Terjadi pada tanggal 5 Maret, 21 Maret, 29 Maret, dan 1 April 2019. Contohnya serangan *hate spin* pada 21 Maret 2019 menggunakan *hashtag* #17AprilGoodByeJokowi dan #PrabowoPemarah. *Hashtag* tersebut masing-masing menyerang paslon satu dan paslon dua.



Grafik 4. *Hate spin* pola saling serang tanggal 21 Maret 2019  
Sumber: data diolah (2019)

*Counter hate spin* yang dilakukan Polri dengan ikut menggunakan *hashtag* yang *trending* pada hari itu yaitu *hashtag* #garagaratwitter dan #haripuisisedunia. *Hashtag* #garagaratwitter merupakan *hashtag* yang muncul sebagai candaan warganet di sosial media Twitter. Penanggulangan yang dilakukan oleh Polri dengan menggunakan *hashtag* #garagaratwitter dapat berada di posisi teratas *trending* topik Twitter untuk menurunkan *hate spin* #PrabowoPemarah. *Hashtag* #haripuisisedunia dimainkan untuk menekan *hate spin* #17AprilGoodByeJokowi selama 10 jam.

### 3.3. Penerapan strategi *sun tzu* dalam penanggulangan *hate spin*

#### 1) Strategi untuk menang

Strategi untuk menang yang dimaksud adalah kemampuan Polri dalam meredam hingga menghilangkan serangan *hate spin* sehingga masyarakat tidak terhasut. Dalam strategi *Sun-tzu* merupakan strategi ketiga dan keempat. Serangan *counter hate spin* dilakukan tidak selalu saat *hate spin* berada posisi atas. Karena serangan efektif terjadi saat *hate spin* sedang melemah. Strategi ini diterapkan untuk meng-*counter* pola serangan bergelombang. Contohnya saat *counter hate spin* pada tanggal 2 Maret, 30 Maret 2019 dan 11 April 2019. Pada strategi ini, *counter* yang dilakukan oleh Polri adalah dengan ikut membuat/mendukung suatu topik yang ada di Twitter namun dikerjakan oleh pihak di luar Polri dengan teknik *klandestein* (tidak diketahui oleh siapa dan apa tujuannya).

#### 2) Strategi berhadapan dengan musuh

Strategi yang mengedepankan taktik dalam pertempuran yang merupakan strategi kesembilan dalam *Sun-Tzu*. Artinya bagaimana menggunakan sumberdaya minimum untuk memperoleh hasil maksimum. Dalam hal ini, Polri mengidentifikasi *hate spin* apa yang akan dimainkan pada hari tersebut oleh pihak-pihak yang memainkan isu *hate spin*. Selanjutnya, Polri mengatur strategi, bagaimana dapat menghadapi pertempuran. Ini terjadi apabila pihak yang menyebarkan *hate spin* memiliki kekuatan yang sangat besar sehingga apabila dibalas, kekuatan Polri tidak akan mampu menghadapi *hate spin* yang sedang populer tersebut. Hal ini menyebabkan penentuan waktu serangan yang tepat akan sangat penting. Strategi ini efektif digunakan untuk meng-*counter* serangan *hate spin* dengan pola bergelombang dan serangan tunggal. Contohnya adalah isu *hate spin* dengan *hashtag* #RezimTipu-tipu pada tanggal 23 Februari 2019 dilawan oleh Polri dengan *hashtag* #TNIPolribukanAlatKekuasaan

#### 3) Strategi chaos

Strategi ini digunakan pada saat situasi dalam keadaan kacau. Strategi ke-20 ini menurut *Sun-Tzu* bertujuan untuk mengacaukan konsentrasi musuh. Polri melakukan *counter hate spin* dengan cara ikut mempopulerkan *hashtag* yang saat itu sedang *trending*. Ini dimaksudkan agar penyebaran *hate spin* dapat diredam sehingga isu tersebut tidak sampai menghasut masyarakat. Strategi ini dapat diterapkan untuk melawan serangan *hate spin* dengan pola serangan bergelombang, bertahap dan serangan simultan kedua paslon.

#### 4) Strategi kalah

Strategi kalah merupakan strategi yang harus dilakukan saat berada di posisi yang tidak menguntungkan. Artinya terdapat serangan *hate spin* dengan pola penyerangan simultan antar kedua paslon. Dalam hal ini, Polri tidak bisa hanya menggunakan *counter* dengan satu *hashtag* saja. Dibutuhkan *hashtag-hashtag* lain untuk melawan pada waktu dan situasi yang tepat.

### 3.4. Hambatan penanggulangan hate spin pada Pilpres 2019

Berdasarkan hasil wawancara dengan dua orang narasumber yang memiliki pengetahuan terkait penanggulangan *hate spin* dan *hate speech* di media sosial. Terdapat tiga hambatan Badan Intelijen dan Keamanan (Baintelkam) Polri dalam melawan serangan *hate spin* yang ada di Twitter selama Pilpres 2019. Pertama, mendekati masa pencoblosan, jumlah penyebaran *hate spin* semakin meningkat dan *massif* menjadi sulit dikendalikan. Kedua, jumlah personil Polri yang memiliki kualifikasi, kompetensi dan pemahaman terhadap teknologi informasi (TI) saat ini masih sangat terbatas. Dan ketiga, penyebar *hate speech* yang menjadi awal penyebaran *hate spin* tidak dapat langsung ditangkap karena adanya diskresi kepolisian dalam menilai suatu kasus yaitu pertimbangan kondisi keamanan dan ketertiban masyarakat.

## 4. Kesimpulan

Terdapat 36 (tiga puluh enam) hate spin yang menyerang kandidat paslon 01 dan ada 12 (dua belas) hate spin yang menyerang kandidat paslon 02. Ada empat pola serangan cyber dalam bentuk hate spin, yaitu: serangan hate spin bergelombang dan bertahap pada paslon yang sama, serangan hate spin tunggal, dan serangan hate spin pada kedua paslon bersamaan. Strategi penanggulangan Polri dengan menggunakan strategi untuk menang, strategi berhadapan langsung dengan musuh, strategi chaos dan strategi kalah. Hambatan yang dihadapi oleh Polri adalah keterbatasan jumlah personel Polri yang kompeten, dan diskresi kondisi keamanan dan ketertiban

Saran dari penelitian ini adalah (1) perlu pengembangan strategi Sun-Tzu dengan metode kuantitatif, (2) bagi kebijakan keamanan perlu penambahan personel yang kompeten terhadap teknologi informasi dan komunikasi (TIK), dan (3) perlu kepastian peraturan perundang-undangan terkait pidana dari tindakan penyebaran *hate spin*.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada tim IASSSF karena telah membantu penulisan artikel ini.

## Kontribusi Penulis

Konseptualisasi, RLS; Metodologi, RLS; *Software*, RLS; Validasi, RLS; Analisis Formal, RLS Kurasi Data, RLS; Penulisan – menyiapkan naskah original, RLS; Penulisan – Review & Pengeditan, RLS.

## Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima pendanaan dari luar

## Pernyataan Dewan Peninjau Etis:

Tinjauan etis dan persetujuan diabaikan untuk penelitian ini karena tidak ada data pribadi yang dikumpulkan dalam penelitian ini. Jumlah informan adalah enam, dan wawancara terutama untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana bank makanan beroperasi di Indonesia, tidak ada informasi pribadi yang dikumpulkan.

## Pernyataan Persetujuan yang Diinformasikan

Tidak berlaku.

## Pernyataan Ketersediaan Data

Tidak berlaku.

## Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan,

## Open Access

©2024. Artikel ini dilisensikan di bawah Lisensi Internasional Creative Commons Attribution 4.0, yang mengizinkan penggunaan, berbagi, adaptasi, distribusi, dan reproduksi dalam media atau format apa pun. selama Anda memberikan kredit yang sesuai kepada penulis asli dan sumbernya, berikan tautan ke lisensi Creative Commons, dan tunjukkan jika ada perubahan. Gambar atau materi pihak ketiga lainnya dalam artikel ini termasuk dalam lisensi Creative Commons artikel tersebut, kecuali dinyatakan lain dalam batas kredit materi tersebut. Jika materi tidak termasuk dalam lisensi Creative Commons artikel dan tujuan penggunaan Anda tidak diizinkan oleh peraturan perundang-undangan atau melebihi penggunaan yang diizinkan, Anda harus mendapatkan izin langsung dari pemegang hak cipta. Untuk melihat salinan lisensi ini, kunjungi: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Referensi

- Ali, M. (2017). *Antara komunikasi, budaya, dan hoax dalam melawan hoax di media sosial dan media massa*. Yogyakarta: Trustmedia Publishing. <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/id/eprint/2332>
- Astrini, A. (2017). Hoax dan Banalitas Kejahatan (Studi Pustaka tentang fenomena hoax dan keterkaitannya dengan Banalitas Kejahatan). *Transformasi*, 2(32). <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Transformasi/issue/view/222>
- George, C. (2016a). *Hate spin: The manufacture of religious offense and its threat to democracy*. The MIT Pres. [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=M4wnDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=George,+C.+\(2016a\).+Hate+spin:+The+manufacture+of+religious+offense+and+its+threat+to+democracy.+The+MIT+Pres.+&ots=xQz7956vgf&sig=KAYd2\\_6BGfLd\\_kSP33giaa5aWmb8](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=M4wnDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=George,+C.+(2016a).+Hate+spin:+The+manufacture+of+religious+offense+and+its+threat+to+democracy.+The+MIT+Pres.+&ots=xQz7956vgf&sig=KAYd2_6BGfLd_kSP33giaa5aWmb8)
- George, C. (2016b). *Google, godliness and the global challenge of hate spin*. International Communication Association Pre-Conference: Nanyang Technological University Singapore. [https://www.academia.edu/3761223/George\\_2013\\_Google\\_Godliness\\_and\\_Hate\\_Spin](https://www.academia.edu/3761223/George_2013_Google_Godliness_and_Hate_Spin)
- Hunt & Gentzkow. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Juditha, C. (2018). Interaksi komunikasi hoax di media sosial serta antisipasinya hoax. *Jurnal Pekomnas*, 3(1), 31-44. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Juliswara, V. (2017). Mengembangkan model literasi media yang berkebhinnekaan dalam menganalisis informasi berita palsu (hoax) di media sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol. 4, No. 2, 142-164. Doi: <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28586>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis an introduction to its methodology 2<sup>nd</sup> edition*. London: Sage Publication. [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=nE1aDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Krippendorff,+K.+\(2004\).+Content+analysis+an+introduction+to+its+methodology+2nd+edition.+London:+Sage+Publication&ots=y\\_8fUulLcz&sig=4EsFMjKJQz7SLAdcPXp7zpc7Q\\_8](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=nE1aDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Krippendorff,+K.+(2004).+Content+analysis+an+introduction+to+its+methodology+2nd+edition.+London:+Sage+Publication&ots=y_8fUulLcz&sig=4EsFMjKJQz7SLAdcPXp7zpc7Q_8)

- Mangantibe, V. (2016). Ujaran kebencian dalam Surat Edaran Kapolri nomor: SE/6/X/2015 tentang penanganan ucapan kebencian (hate speech). *Lex Crimen*, Vol. V, No. 1, 159-162. <https://www.neliti.com/publications/3408/ujaran-kebencian-dalam-surat-edaran-kapolri-nomor-se6x2015-tentang-penanganan-uc#cite>
- Kominfo.go.id. (2016). *Generasi millennial paling rentan dengan bahaya hoax*. <https://kominfo.go.id/content/detail/8726/generasi-millennial-paling-terpapar-dengan-bahaya-hoax/0/sorotan-media>
- Pakpahan, R. (2017). Analisis Fenomena Hoax Diberbagai Media Sosial Dan Cara Menanggulangi Hoax. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi*, 1(1). <https://seminar.bsi.ac.id/knist/index.php/UnivBSI/article/view/184/176>
- Rohman, F. (2016, December). Analisis Meningkatnya Kejahatan Cyberbullying dan Hatespeech Menggunakan Berbagai Media Sosial dan Metode Pencegahannya. In *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer* (pp. 383-INF). <https://konferensi.nusamandiri.ac.id/prosiding/index.php/snptek/article/view/307/273>

### **Biografi Penulis**

**RIZAL LIBREK SAUKOLY**, Badan Intelijen Keamanan, Kepolisian Republik Indonesia.

- Email: rizal.saukoly@gmail.com
- ORCID: -
- Web of Science ResearcherID: -
- Scopus Author ID: -
- Homepage: -