



Metode Dakwah Mencegah *Bullying* Komunikasi Politik Di Media Sosial

Dakwah Method To Prevent Bullying Political Communications In Social Media

Syarifudin

Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon,
 Jl. Dr. Tarmizi Taher Kebun Cengkeh Batu Merah atas kode pos 97128.
 Email: syarifudin@iainambon.ac.id

Info Artikel	Abstract
<p>Diterima 01 Maret 2019</p>	<p>Tulisan ini berkaitan dengan etnografi <i>bullying</i> komunikasi politik di media sosial selama masa kampanye di kota Ambon. Model Deskriptif kualitatif diterapkan untuk menelaah realitas <i>bullying</i> komunikasi politik di ruang <i>publik</i> media sosial di kota Ambon. Hasil penelitian menemukan empat aspek dari realitas tersebut: 1). Berita yang paling banyak dikonsumsi selama kampanye pilpres di kota Ambon <i>bullying</i> politik telah merusak system sosial persatuan, persaudaraan, dan budaya empati Islam Kristen. 2). Berita yang sangat berperan besar dalam mengkonstruksi otak masyarakat di kota Ambon sangat berpengaruh dalam diskusi politik di warung kopi adalah berita yang sumber di <i>Youtube</i>. 3). <i>Bullying</i> politik berpengaruh terhadap perubahan pilihan politik untuk PILPRES selama masa kampanye. 4). Berita yang dijadikan argument komunikasi politik adalah 70% berita di media sosial. Dari realitas ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi komunikasi <i>bullying</i> politik yang <i>input</i> oleh <i>publik</i> kota Ambon dari media sosial semakin sulit merawat persaudaraan dikalangan masyarakat untuk menata wawasan berpikir sehat di ruang <i>publik</i> media sosial secara sistematis. Kata Kunci: <i>bullying</i>, politik, etnografi, medsos</p>
<p>Revisi I 22 Maret 2019</p>	<p><i>This paper deals with the ethnography of bullying political communication on social media during the campaign period in Ambon city. The qualitative descriptive model is applied to examine the reality of bullying political communication in the public space of social media in Ambon city. The results of the study found four aspects of the reality: 1). The most consumed news during the presidential election campaign in Ambon city political bullying has damaged the social system of unity, brotherhood and culture of empathy in Christian Islam. 2). News that plays a major role in the brain construction of people in Ambon city is very influential in discussing politics in coffee shops is news sources on Youtube. 3). Political bullying has an effect on political choice changes for the PILPRES during the campaign period. 4). The news used as the argument for political communication is 70% of news on social media. From this reality it can be concluded that the higher the communication of political bullying which is input by the public of Ambon city from social media, the more difficult it is to care for brotherhood among the people to systematically organize the insights of thinking in the public space of social media.</i></p>
<p>Revisi II 29 April 2019</p>	<p><i>This paper deals with the ethnography of bullying political communication on social media during the campaign period in Ambon city. The qualitative descriptive model is applied to examine the reality of bullying political communication in the public space of social media in Ambon city. The results of the study found four aspects of the reality: 1). The most consumed news during the presidential election campaign in Ambon city political bullying has damaged the social system of unity, brotherhood and culture of empathy in Christian Islam. 2). News that plays a major role in the brain construction of people in Ambon city is very influential in discussing politics in coffee shops is news sources on Youtube. 3). Political bullying has an effect on political choice changes for the PILPRES during the campaign period. 4). The news used as the argument for political communication is 70% of news on social media. From this reality it can be concluded that the higher the communication of political bullying which is input by the public of Ambon city from social media, the more difficult it is to care for brotherhood among the people to systematically organize the insights of thinking in the public space of social media.</i></p>
<p>Disetujui 1 Mei 2019</p>	<p><i>Keywords: bullying, politics, ethnography, social media</i></p>

PENDAHULUAN

Rendahnya menjaga kehormatan seseorang saat masa kampanye menjadi fenomena yang membutuhkan kajian mendalam untuk menjelaskan apa penyebab sehingga budaya *bullying* komunikasi politik menjadi budaya di Indonesia. Realitas itu dilihat dari perspektif etnografi komunikasi *bullying* politik di media sosial memberikan kontribusi buruk terhadap ketersediaan berita *bullying* komunikasi politik. Adanya stigma *bullying* komunikasi politik seperti tenaga kerja Cina, PKI, Penghapusan Kementerian agama, Megawati tidak mengindahkan suara umat Islam dan dana haji digunakan untuk pembangunan (Hasil investigasi alam pikiran publik terkait dengan data di memori orang Maluku di kota Ambon, Wawancara tanggal 7 Maret 2019.). Selain itu jika CAPRES tertentu menang suara azan dihentikan, dan legalisasi LGBT.

Materi *bullying* komunikasi politik untuk calon presiden dan wakil presiden yang dicitrakan buruk saat kampanye PILPRES 2019 di media sosial di WA, FB, dan Youtube. Keadaan ini membutuhkan kajian untuk menemukan konsep bagaimana komunikasi *bullying* politik dapat diminimalisasi dengan menemukan konsep baru sebagai bahan komunikasi politik di media sosial yang sehat diruang publik.

Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mendata ada 1.000 berita hoax yang disebar dari awal masa kampanye sampai sekarang. Berita hoax itu menyerang kedua pasangan calon presiden dan calon wakil presiden. Menurut mesin *scrolling* kami, ada 1.000 lebih konten hoax yang berkaitan dengan konten

politik dan beberapa instrumen pendukungnya, terkait partai, kampanye menjelang pilpres (Kabiro Humas (Plt), 2018).

Realitas komunikasi *bullying* politik di media sosial di kota Ambon juga laporan dari Direktur Reserse Kriminal Khusus (Ditkrimsus) Polda Maluku, Kombes Pol Firman Nainggolan menggandeng media siber di Kota Ambon untuk melawan berita hoax dan *hate speech*, karena sangat berbahaya bagi masyarakat. Firman melakukan *coffee morning* dengan jurnalis media siber di Kota Ambon mengajak media siber di Kota Ambon untuk melawan berita hoax dan *hate speech*, sebab sangat berbahaya bagi bagi pertumbuhan demokrasi di Indonesia karena akan berdampak pada alam bawa sadar masyarakat. Realitas komunikasi *bullying* politik ini membutuhkan kajian untuk menemukan metode dakwah di media sosial untuk menyuguhkan sistem politik yang sehat di media sosial sebagai bagian dakwah digital.

Ia mengaku, dalam tahun politik 2018 ini, banyak sekali akun yang digunakan untuk melakukan penyebaran berita hoax maupun *hete speech*. Dan media sosial sebagai salah satu instrumen untuk menjatuhkan lawan politik dengan pendekatan *bullying* politik. Tradisi *bullying* politik ini seperti menyebar informasi ancaman, bohong, fitnah, kampanye hitam atau hoax (<https://terasmaluku.com/ditkrimsus-polda-maluku-gandeng-media-siber-ambon-lawan-hoax-dan-hate-speech>).

Pihak Direktorat Reserse dan Kriminal Umum Polda Maluku menggembeleng pekerja media *online* agar bersama menjadi mitra polisi guna mencegah penyebaran hoax yang

bermuatan *bullying* politik di media sosial di Kota Ambon.

Terkait kasus-kasus *bullying* politik seperti ini, media kemudian punya tanggungjawab untuk mempublikasikan apa yang sementara terjadi di lapangan. Akan tetapi, media kemudian juga harus perlu kenali dulu Undang-Undang soal pelanggaran tersebut,” kata Firman. Ia berharap komunitas media online di Maluku semaksimal mungkin dapat membantu pihaknya guna menyelesaikan tugas dalam hal ini menjadi pengontrol jejaring sosial media dan mencegah *bullying* politik seluruh pemberitaan ujaran kebencian terhadap tokoh-tokoh nasional saat melakukan kampanye.

Bullying politik dalam perspektif Dell Hymes berpandangan bahwa peristiwa tutur (*speech event*) dan kaidah-kaidah yang menandai terjadinya sebuah peristiwa tutur atau peristiwa bahasa dalam ritual dabus menjadi penggerak utama dalam sebuah ritual. Teori ini yang digunakan untuk mengeksplorasi makna baru dalam tradisi *bullying* politik. Etnografi *bullying* politik dalam pola perilaku komunikasi sebagai salah satu komponen penting dalam system kebudayaan. Hymes lebih condong pada istilah etnografi komunikasi politik. Kerangka acuan dan ‘ditempati’ bahasa dalam suatu kebudayaan karena bahasa hidup dalam komunikasi, bahasa tidak akan mempunyai makna jika tidak dikomunikasikan dalam bentuk kebudayaan.

Tujuan penelitian ini untuk mencegah terjadinya *bullying* politik dan mengungkap filosofi media sosial sebagai wadah *bullying* politik. Dari perspektif Hymes untuk memaknai gejala ritual dabus sebagai konstruksi sosial yang ditampilkan oleh komunitas

Masyarakat di kota Ambon. Perspektif Hymes sebagai pendekatan untuk mengungkap makna dalam *bullying* politik sebagai etnografi *bullying* politik. Etnografi *bullying* politik dalam perspektif Dell Hymes juga memaknai *linguistic* sebagai media untuk mentransformasikan makna hate speech sebagai bentuk *bullying* politik di media sosial. Dari gambaran tersebut dapat dirumuskan bahwa *bullying* politik mendasar mengapa isu kajian ini penting, karena memiliki nilai kebaruan, keunikan masalah. Unsur-unsur inilah menjadi *bullying* politik.

Tulisan ini adalah hasil penelitian yang berupaya menjelaskan prosesi transformasi *bullying* politik melalui FB, WA, dan Youtube sebagai media *bullying* politik, dengan menitik beratkan permasalahannya pada pertanyaan penelitian berikut: Bagaimana proses etnografi komunikasi *bullying* politik di media sosial di kota Ambon, bagaimana komponen-komponen komunikasi *bullying* politik di kota Ambon, dan bagaimana Metode Dakwah *bullying* politik di kota Ambon?

Metode Penelitian

Teknik pengumpulan data lewat data elektronik di media FB, WA, dan *Youtube* Masyarakat di kota Ambon yang tergabung di group WA, FB, dan *Youtube*. Perspektif yang digunakan dalam membaca realitas *bullying* politik ini menggunakan wawasan komunikasi etnografi Hymens yang berasumsi bahwa bahasa sangat berperan mengukir perilaku komunikasi politik masyarakat dalam berdemokrasi. Teknik analisis menggunakan metode tafsir *maudhu’i* Abu Hayyan yang berasumsi bahwa setiap berita ada teks, makna dan konteks. Dari perspektif

aksiologinya menggunakan metode komunikasi *empathy* sebagai parameter untuk menguji materi berita *bullying* politik di media sosial.

PEMBAHASAN

Terminologi kata *bullying* berasal dari bahasa Inggris, yaitu dari kata *bull* berarti banteng yang senang menanduk kesana kemari. Kemudian kata ini diserap dalam kosa kata bahasa Indonesia *bully* berarti penggerak, orang yang mengganggu orang lemah. Secara terminology menurut Olweus mendefinisikan *bullying* adalah perilaku negatif yang mengabaikan seseorang dengan perilaku tidak nyaman, terluka, yang dilakukan berulang-ulang (Kasus "Bullying" dan Sanksi Tegas yang Harus Diterapkan <http://megapolitan.kompas.com/> dikases pada 20 April 2019). Dari pengertian ini *bullying* politik adalah perilaku menggertak dan mengganggu yang tidak menyenangkan dilakukan di media sosial bagi calon presiden dan wakil Presiden saat melakukan kampanye selamat bulan Januari sampai minggu tenang 13 April 2019 (Coloroso, 2007: 32).

Kajian Pustaka

Etnografi komunikasi (*Ethnography of communication*) merupakan pengembangan dari etnografi berbahasa (*Ethnography of speaking*), yang dikemukakan oleh Dell Hymes pada tahun 1962 (Ibrahim, 1994). Pengkajian etnografi komunikasi ditujukan pada kajian peranan bahasa dalam perilaku komunikatif suatu masyarakat, yaitu mengenai cara-cara bagaimana bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda-beda kebudayaannya (Musdawati Nurfaidah, 2018: <http://www.ariesrutung>).

Pada perkembangannya, Hymes mengubahnya dari *ethnography of speaking* menjadi *ethnography of*

communication karena kerangka acuan yang digunakan bukan pada bahasa melainkan pada komunikasinya. Kata Hymes perasaan itu tidak bisa terwujud tanpa dikomunikasikan (Dell, 2018: <https://duniayasosiolinguistik.wordpress.com/>). Dalam pandangan Abu Hayyan perspektif komunikasi Islam untuk mewujudkan perasaan itu disesuaikan dengan prinsip komunikasi efektif.

Perspektif komunikasi efektif dimaknai Abu Hayyan menelaah makna komunikasi *bullying* politik dalam penyebarannya lewat teks, Kontes sebagai media untuk merubah pilihan, keyakinan seseorang terhadap pilihan tertentu termasuk penyalagunaan prinsip komunikasi Islam.

Menurut Abu Hayyan ahli tafsir yang mengkaji tentang cara memahami berita berupa teks, gambar, dan makna bahwa dalam pengucapan ada hukumnya, baik yang partikular (*juz'i*) maupun yang global (*kulli*), serta membahas makna-makna yang terkandung di dalamnya sebuah berita.

Dalam perspektif Abu Hayyan ini juga dalam Kajian Ibu Kastir bahwa prinsip komunikasi Islam itu memenuhi prinsip *qaulan sadida* (perkataan yang berbekas positif), *qaulan ma'rufa* (perkataan baik), *qaulan baligha* (perkataan indah), *qaulan maysura* (perkataan lembut), *qaulan layina* (perkataan yang ringan), dan *qaulan karima* perkataan berkah (Taufik, 2017: 23). Sebagai ini sebagai perspektif komunikasi Islam dalam proses kampanye politik untuk mencegah *bullying* komunikasi politik. Jika mencermati kondisi di kota Ambon yang disebarkan selama kampanye tidak mengindahkan proses komunikasi Islam sebagai metode kampanye tetapi *publik* lebih banyak menggunakan *bullying* komunikasi politik.

Etnografi komunikasi *bullying* politik merupakan bagian dari cabang ilmu antropologi budaya yang mempelajari berbagai kebudayaan suatu masyarakat termasuk proses kampanye pilpres sebagai ekspresi kebudayaan manusia dalam menggunakan bahasa sebagai media untuk menyamapikan data di alam bawa sadarnya dalam melakukan aktivitas di tengah masyarakat. Secara khusus etnografi komunikasi *bullying* politik riwayat Imam Ahmad bahwa berdasarkan riwayat Ibrahim bin Ad, Urwah bin Zubair, Ubaidillah bin Abdillah, Mas'ud menceritakan padaku dari hadits Aisyah Radhiyallahu'Anha, istri Rasulullah Shalallahu 'Alaihi Wasallam bahwa ketika *ahlul ifki* (*bullying*) melontarkan tuduhan terhadap Istri Nabi Allah menegur manusia dengan menurunkan wahyu yang membebaskan Istri Nabi dari kejahatan *bullying* komunikasi politik (Widodo, 2016: 37).

Historiografi ini menunjukkan bahwa *bullying* komunikasi politik tidak memandang pejabat atau penguasa semua berpotensi tinggi diserang oleh *bullying* komunikasi politik, seperti yang disaksikan saat PILPRES di kota Ambon *publik* diracuni oleh berita-berita *bullying* komunikasi politik. Salah satu tanggapan dari informan bahwa *bullying* komunikasi politik ini telah merusak akal sehat kita karena dapat melumpuhkan etika dan estetika pola komunikasi kita akibat berita dari WA, FB, dan *Youtuber* yang setiap saat dikonsumsi siang dan malam saat kampanye PILPRES sedang berlangsung pada bulan Januari-13 April 2019.

Dampak dari *bullying* komunikasi politik di masa ketika istri Nabi tiba di Madinah, penyebaran *bullying* komunikasi politik orang-orang di

Madinah ramai membicarakan istri Nabi yang dituduhankan *ahlul ifki* (ahli *bullying*). Historiografi *ahlul ifki* (*bullying*) menjadi pelajaran bagi realitas sosial di era sekarang dimana proses kampanye media sosial dipenuhi berita *bullying* yang melecehkan tokoh nasional sebagai pimpinan Negara. Deskripsi kebudayaan ini sangat berbahaya karena bertentangan dengan jiwa Pancasila. Etnografi komunikasi *bullying* politik dari suku-suku bangsa (etnik) yang hidup tersebar di muka bumi untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingannya (Junaedi, 2019: 46).

Kemudian, etnografi komunikasi yaitu bidang ilmu etnolinguistik atau sosiolinguistik tentang bahasa dalam hubungannya dengan semua variabel di luar bahasa. Yang dimaksud dengan variabel di luar bahasa tersebut adalah kebudayaan etnisitas dan faktor sosial lainnya. Faktor-faktor sosial itu, mencakupi status sosial, tingkat pendidikan, umur, tingkat ekonomi, jenis kelamin dan sebagainya. Selain itu bentuk bahasanya dipengaruhi oleh faktor situasional, misalnya: siapa yang berbicara, bagaimana bentuk bahasanya, kepada siapa, kapan, di mana, dan mengenai masalah apa.

Tujuan Etnografi Komunikasi Sebagai ilmu yang relatif baru namun banyak digunakan sebagai metode penelitian, etnografi memiliki beberapa tujuan yaitu: Mengkaji bentuk dan fungsi bahasa yang tersedia dalam suatu budaya untuk berkomunikasi satu sama lain. Melihat bagaimana bentuk dan fungsi bahasa tersebut menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang berbeda-beda (Kusworo 2008: 21). Mendapatkan analisa dari pola komunikasi suatu budaya sosial masyarakat dari aspek bahasa yang diterapkan dan dikomunikasikan. Selain itu, Hymes

membagi ruang lingkup kajian bidang ilmu etnografi komunikasi ke dalam beberapa bagian, yaitu:

1. Hakikat dan definisi mengenai apa itu masyarakat berbahasa/tutur.
2. Cara masyarakat dalam suatu budaya melakukan komunikasi.
3. Pola komunikasi yang digunakan dan apa fungsinya.
4. Keterampilan dan kompetensi komunikasi.
5. Hubungan antara pandangan dunia mengenai bahasa dan organisasi sosial masyarakat.
6. Kajian mengenai bahasa (linguistik), ketidak setaraan, dan kehidupan sosial yang universal (<https://dunianyasosiolinguistik.wordpress.com>. Akses 12/2/2018).

Etnografi *bullying* komunikasi politik selama kampanye PILPRES 2019 ruang publik dikuasai oleh *bullying* komunikasi politik. Realitas ini dalam pandangan etnografi komunikasi Dell Hymens bahasa digunakan untuk mengekspresikan egoisme komunikasi sehingga kebudayaan masyarakat tentang adat istiadat, kebiasaan, hukum, seni, religi, dan/atau bahasa direduksi jadi *bullying* komunikasi dalam berkampanye.

Kasus *Bullying* Komunikasi Politik

Kasus-kasus *Bullying* Komunikasi Politik (BKP) merupakan suatu perilaku negatif berulang saat kampanye PILPRES yang tersebar di WA, FB, dan Youtube misalnya Jokowi PKI, Jokowi Cina, dan Jokowi nasab tidak jelas (<https://www.youtube.com/>). Akses 15/3/2019). Berita ini salah satu model *bullying* komunikasi politik karena bermaksud menyebabkan ketidaksenangan atau menyakitkan oleh orang lain, baik satu atau beberapa orang secara langsung terhadap seseorang yang tidak mampu melawannya (Olweus, 2006). Menurut

American Psychiatric Association (APA) pada tahun 2006 *bullying* termasuk perilaku agresif yang dikarakteristikan dengan 3 kondisi yaitu (a) perilaku negative yang bertujuan untuk merusak atau membahayakan (b) perilaku yang diulang selama jangka waktu tertentu (c) adanya ketidakseimbangan kekuatan atau kekuasaan dari pihak-pihak yang terlibat.

Menurut Coloroso pada tahun 2007 *bullying* merupakan tindakan intimidasi yang dilakukan secara berulang-ulang oleh pihak yang lebih kuat terhadap pihak yang lebih lemah, dilakukan dengan sengaja dan bertujuan untuk melukai korbannya secara fisik maupun emosional (Kusworo, 2008: 43). Data historis ini juga berlangsung di kota Ambon sejak penetapan pasangan capres dan cawapres yang disebar secara massif di WA, FB, dan Youtube. Etnografi *bullying* komunikasi politik ini memberikan dampak buruk terhadap pengembangan demokrasi di Indonesia karena ruang *publik* di kota Ambon dipenuhi oleh berita *bullying* komunikasi politik (Syahputra, 2019: 55).

Rigby pada tahun 2008 juga menyatakan pandangannya bahwa *bullying* komunikasi politik merupakan perilaku agresi yang dilakukan secara berulang-ulang dan terus menerus, terdapat kekuatan yang tidak seimbang antara pelaku dan korbannya, serta bertujuan untuk menyakiti dan menimbulkan rasa tertekan bagi korbannya. Dampak ini dijadikan konsumsi politik masyarakat di kota Ambon khususnya di rumah kopi tempat pertemuan masyarakat kota Ambon dalam mencurahkan kondisi psikologis *bullying* komunikasi politiknya. Respon masyarakat kota Ambon terhadap *bullying* komunikasi politik di komunitas Kristen yang mendukung capres Jokowi membela dengan

menggunakan *bullying* politik juga terhadap pendukung Prabowo. Pertarungan *bullying* komunikasi politik itu dianyatannya inisial NP (Prabowo), IH (Jokowi), dan RA (pendukung Jokowi).

Etnografi *bullying* komunikasi politik yang terjadi di kota Ambon sejak bulan Januari-13 April 2019 ditemukan beberapa hal yaitu: *bullying* komunikasi politik memiliki kekuatan yang tidak seimbang antara kemampuan analisis da nada sebagian *publik* tidak memiliki daya kritis cenderung menerima *bullying* politik secara utuh. Etnografi *bullying* komunikasi politik bertujuan untuk menyakiti, dan adanya ancaman akan dilakukan kepada pasangan tertentu untuk mengganggu *publik* yang memiliki pilihan tertentu terhadap calon tertentu.

Bullying komunikasi politik juga memanfaatkan kekuatan dan kekuasaan yang tidak seimbang, sehingga korbannya berada dalam keadaan tidak mampu mempertahankan diri secara efektif dari serangan berita *bullying* komunikasi politik untuk melawan tindakan negatif dengan stigma PKI, Keturunan Cina, dan antek Asing dan Aseng. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang dikatakan menjadi korban *bullying* dilihat dari frekuensi mengalami *bullying*, yaitu minimal dua sampai tiga kali dalam sebulan. Seorang korban *bullying* dapat mengalami satu atau beberapa bentuk *bullying*. Ketika hanya satu bentuk *bullying* yang dialami seseorang, namun frekuensinya minimal dua sampai tiga kali dalam sebulan, hal itu juga termasuk menjadi korban *bullying*. Kasus *bullying* komunikasi politik yang dirasakan oleh *publik* ditemukan beberapa hal yang menggunakan media WA, FB, dan Youtube sebagai media

untuk menyebarkan komunikasi *bullying* politik.

1. Bullying Teks

Bullying komunikasi politik pasangan capres Joko Widodo dan Prabowo sebagai turun Kristen dan cina adalah bagian *bullying* politik yang sangat tidak relevan dengan komunikasi Islam. *Bullying* politik dengan melibatkan Dai Kondan Ustadz UAS sebagai berita yang setiap saat di konstruksi di tengah *publik* masyarakat di kota Ambon. Efek dari *bullying* komunikasi politik lewat teks menjatuhkan citra dan kredibilitas tokoh nasional yang selama ini sebagai warga Negara Republik Indonesia. Etnografi aksi *bullying* komunikasi politik antar pendukung dengan menggunakan bahasa teks, teks, dan foto dalam pandangan etnografi komunikasi Dell Hymens dari aspek bahasa, Cara bertutur, pola komunikasi, budaya komunikasi dipakai saat mengekspresikan dalam *bullying* komunikasi politik. Penyebaran teks, foto dan video di WA, FB, dan video cukup memberikan dampak yang memberikan citra buruh terhadap kesantunan pada capres tertentu dalam proses komunikasi politik.

Jika teori ini dijadikan parameter untuk mendeskripsikan proses transformasi masyarakat kota Ambon dalam mengakses *bullying* komunikasi politik dilakukan kepada pendukung dengan pendukung lain untuk memengaruhi atau saling memengaruhi. Data ini diakses dan dikirim lewat di WA, FB, youtube. Model *bullying* komunikasi politik ini di antara pendukung ada yang berpindah dan yang tidak berpindah. Realitas ini dalam pandangan Abu Hayyan karena cara memaknai dan memahami teks, makna tidak samai pada level keyakinan sehingga dampak

bullying komunikasi politik tidak berpengaruh terhadap pilihan politik capres tertentu. Berikut data dampak *bullying* komunikasi politik selama kampanye PILRES di kota Ambon.

Tabel 1: Daftar *Bullying* (Sumber internet)

Inisial	Materi Bullying	Pendukung 01	Pendukung 02	Pilihan Politik
FP		√		Tidak berubah
GP			√	Tidak berubah
NP			√	Tidak berubah
RA		√		Tidak berubah
IH		√		Tidak berubah

Materi foto, tes, dan video di atas adalah materi kampanye *bullying* komunikasi politik dikirim lewat ribuan group sosmed mulai memanas karena setiap pendukung membela CAPRES-nya. Tapi pendukung sebagian besar memiliki imam politik yang cukup tinggi sehingga *bullying* komunikasi politik tidak terlalu efektif merubah pilihan komunitas pendukung tertentu. *Bullying* komunikasi politik berupa kata-kata ejekan, cacian, fitnahan, hujatan, makian membahana di kota

Ambon selama kampanye sedang berlangsung. Kondisi ini dalam perspektif etnografi Dell Hymens bahwa *publik* telah menggunakan bahasa sebagai instrument *bullying* komunikasi politik untuk melemahkan komunitas pendukung tertentu pindah pilihan. Tapi realitasnya *bullying* politik pada masyarakat di kota Ambon tidak berpengaruh secara signifikan terhadap para pendukung Jokowi dan pendukung Prabowo.

Pandangan Dell Hymen ini Au Hayyan juga berpandangan bahwa masyarakat yang memiliki daya nalar rendah cenderung mudah terserang *bullying* komunikasi politik akibat mereka tidak memiliki daya saring terhadap berita dan daya nalar yang masih sangat rendah sehingga mudah berpindah pilihan jika diserang dengan pendekatan *bullying* komunikasi politik (Arbi, 2019: 45). Dari realitas ini memberikan pencerahan bahwa *bullying* komunikasi politik adalah berita yang menguji kondisi psikologis, daya kritis, dan daya tahan seseorang untuk mempertahankan pilihan tertentu.

2. Bullying Foto

Bullying komunikasi politik melalui foto seperti tampak dalam foto ini mantan Ketua MUI di citrakan bahwa mereka telah memihak pada umat Kristiani.

Gambar 1: Data Hoax (Sumber internet)



Kejahatan *bullying* komunikasi politik lewat rekayasa foto juga masih di media sosial, WA, FB, Youtube. Pemanfaat media sosial dengan memilih aplikasi desain grafis untuk mengedit, mengolah foto, dan merubahnya sesuai kebutuhan dan kepentingan *bullying* komunikasi politik. Ketajaman foto yang diolah dalam aplikasi photoshop jika dilihat oleh mata masyarakat awam itu sulit dibedakan mana foto asli dan man foto hasil editan. Karena profesionalisme komunitas *bullying* komunikasi politik memiliki keterampilan programmer, desainer sehingga sangat efektif dalam merubah foto untuk kepentingan *bullying* komunikasi politik.

3. *Bullying* video

Menghakimi CAPRES dengan istilah PKI memberikan stigma yang kurang baik dalam demokrasi. *Bullying* komunikasi politik melalui video yang diedit untuk merubah video asli menjadi video editan untuk kepentingan *bullying* komunikasi politik. Sasaran komunitas *bullying* komunikasi politik dalam PILPRES di kota Ambon adalah menyerang komunitas yang buta teknologi dan komunitas yang memiliki daya kritis lemah. Inilah yang disebut oleh Dell Hymens bahasa sangat berperan mengukir perilaku komunikasi politik masyarakat dalam berdemokrasi. Dalam pandangan Abu Hayyan yang berasumsi bahwa setiap berita ada teks, makna dan konteks. Jika pandangan Abu Hayyan ini dijadikan parameter untuk membaca realitas sosial *bullying* komunikasi politik pada masyarakat kota Ambon berpengaruh terhadap beberapa aspek antara lain yakni perubahan persepsi, perubahan kredibilitas tokoh nasional karena sebagian menggunakan *bullying*

komunikasi politik terhadap capres tertentu tidak baik dari aspek etika komunikasi Islam seperti terlihat dalam gambar di atas.

Gambar 2: Data Hoax (Sumber internet)



Dari perspektif aksiologinya menggunakan metode komunikasi empati sebagai parameter untuk menguji materi berita *bullying* politik di media sosial (Ibrahim, 1994: 23). Temuan dari hasil penelitian ini menemukan empat aspek antara lain: 1). Berita teks sebagai berita *bullying* komunikasi politik yang paling banyak dikonsumsi selama kampanye pilpres di kota Ambon *bullying* politik telah merusak sistem sosial persatuan, persaudaraan, dan budaya empati Islam Kristen. 2). Berita Foto juga menjadi alat *bullying* komunikasi politik yang sangat berperan besar dalam mengonstruksi otak masyarakat di kota Ambon sangat berpengaruh dalam diskusi politik di warung kopi adalah berita yang sumber di Youtube. 3). *Bullying* politik melalui video yang sebarakan lewat WA, FB, dan youtube, (<https://www.youtube.com/watch?v=qp734V0N8hc>. Akses 22/3/2019) sangat berpengaruh terhadap perubahan pilihan politik untuk PILPRES selama masa kampanye. 4). Berita yang dijadikan argumen komunikasi politik adalah 70% berita di media sosial. Dari realitas ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi komunikasi *bullying* politik yang

input oleh publik kota Ambon dari media sosial semakin sulit merawat persaudaraan di kalangan masyarakat untuk menata wawasan berpikir sehat di ruang *publik* media sosial secara sistematis.

Dampak negatif *bullying* komunikasi politik bagi masyarakat Maluku di kota Ambon melahirkan ekspresi komunikasi didominasi oleh berita teks bacaan, foto, dan video yang di konstruksi lewat media sosial. Berita *bullying* komunikasi politik yang paling banyak merasuki menguasai otaknya masyarakat di kota Ambon. Data *bullying* politik ini tersimpan dalam handphone sebagai data argumen dalam melakukan debat politik di warung kopi. *Bullying* politik tidak berpengaruh besar dalam pilihan politik karena ketahanan psikologis, dan sosiologis masyarakat di kota Ambon telah memiliki iman politik yang kuat terkait dengan pilihan. Hal itu juga didukung karena Gubernur terpilih Murat Ismail di dukung oleh PDIP sehingga *bullying* politik terhadap capres 01 kurang berpengaruh secara signifikan, tapi cukup merusak wawasan demokrasi politik karena komunikasi empati, rasa santun dan penghormatan pada tokoh nasional mengalami citra yang sangat buruk dalam proses diskusi politik di warung kopi di kota Ambon.

Metode Dakwah Mencegah *Bullying*.

Berdasarkan pola yang dilakukan oleh komunitas *bullying* komunikasi politik saat kampanye PILRES maka ditemukan tiga hal yang digunakan untuk menyerang lawan politik dengan cara *bullying* komunikasi politik di media sosial. Adapun proses penyebarannya dengan menggunakan WA, FB, dan Youtube sebagai mesin penyebar berita *bullying* komunikasi

politik. Penguatan standar kompetensi mubalig dari aspek AISYATEK (Kompetensi Aqidah, Intelektual, Syari'ah, Teknologi dan Entrepreneurship) kompetensi ini sebagai standar yang perlu dimiliki oleh mubalig cyber. Penyiapan SDM Muballig cyber adalah salah satu kompetensi dasar di era digital. Selain itu ada empat aspek antara lain:

1. Produksi berita yang dikemas dalam bentuk iklan dakwah yang dikemas dengan software desain grafis untuk mencitrakan teks dengan kekuatan bahasa, warna, fonts, dan kekuatan audio visual. paling banyak dikonsumsi selama kampanye pilpres di kota Ambon *bullying* politik telah merusak sistem sosial persatuan, persaudaraan, dan budaya empati Islam Kristen.
2. Berita yang sangat berperan besar dalam mengonstruksi otak masyarakat di kota Ambon sangat berpengaruh dalam diskusi politik di warung kopi adalah berita yang sumber di Youtube.
3. *Bullying* komunikasi politik berpengaruh terhadap perubahan pilihan politik untuk PILPRES selama masa kampanye.
4. Berita yang dijadikan argumen komunikasi politik adalah 70% berita di media sosial. Dari realitas ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi komunikasi *bullying* politik yang input oleh publik kota Ambon dari media sosial semakin sulit merawat persaudaraan di kalangan masyarakat untuk menata wawasan berpikir sehat di ruang publik media sosial secara sistematis.

Dari persoalan *bullying* komunikasi politik tersebut maka sumber informasi dari metode dakwah dapat ditemukan dalam QS An Nahl/16:

125. Ada empat metode dakwah yang perlu dilakukan dalam mencegah *bullying* politik antara lain adalah:

- a. Seruan yang baik dan mulia; Pemilihan strategi berdakwah yang sesuai dengan konteks masyarakat dengan pendekatan *billisan*, *bi alqalam*, dan *bi alhal*. Ketika hal ini dapat dilakukan dengan menyesuaikan dengan medan dakwah di era digital. Konsep metode dakwah yang dilakukan dengan seruan yang baik, inovatif, kreatif, dan produktif. Metode ini dilakukan karena akhir dari dakwah melahirkan audiensi yang terpelajar, cerdas dan terjadinya pencerahan.
- b. *Bil-Hikmah*; Konsep dakwah dengan menggunakan kata-kata bijak yang mudah, unik dengan kemasan bahasa yang mudah sesuai daya nalar ruang publik di media digital. menyampaikan dakwah dengan terlebih dulu mengetahui tujuannya dan mengenal secara benar dan mendalam orang atau masyarakat yang menjadi sasarannya di media digital.
- c. *Walmauizdatil Hasanah*; Jenis perkataan yang baik sesuai dengan masalah dan problematika masyarakat di media sosial. Kemasan dakwah dengan pendekatan perkataan yang rasional, logis, dan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat di dunia maya. Selain itu memberi kenyamanan, kepuasan kepada jiwa seseorang atau komunitas yang menjadi objek dakwah. Hal itu dengan cara-cara yang baik, seperti memberi literasi dakwah, pengajaran, serta teladan yang positif dan produktif.
- d. *Jadilhumhiaahsan*; melakukan debat dengan menawarkan logika yang

rasional untuk memberikan solusi terhadap persoalan masyarakat yang dihadapi oleh masyarakat digital terkait dengan masalah yang dihadapi di era digital saat ini. Metode dakwah di media digital dilakukan dengan cara *sharing* pengalaman dan pengetahuan, (Suryadi, 2018: 66) sesuai problematika, kebutuhan, dan kepentingan masyarakat. Pesan metode dakwah dalam QS *Annahl/16:125 wa jaadilHum bil latii Hiya ahsanu* (“Dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik,”) yakni, barang siapa yang membutuhkan diskusi, dialog dan tukar pikiran, pendapat maka hendaklah dilakukan dengan cara yang baik, lemah, serta tutur kata yang baik. Metode dakwah ini sebagai perspektif dalam mentransformasikan pesan-pesan kebahagiaan pada umat manusia. Menghindari perdebatan yang kurang produktif dan janganlah kamu berdebat dengan orang yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya, Metode dakwah seperti ini yang perlu dikembangkan di media sosial untuk mencegah *bullying* komunikasi politik.

Jika metode dakwah ini ditransformasi secara masif sebelum kampanye politik maka daya imun publik terhadap komunikasi *bullying* politik kurang memberikan citra buruk terhadap tokoh-tokoh nasional seperti CAPRES. Metode

PENUTUP

Proses etnografi komunikasi *bullying* politik di media sosial di kota Ambon sejak jadwal kampanye di kumandankan maka produksi berita *bullying* politik jadi meningkat memenuhi memori handphone masyarakat di kota Ambon. Kekuatan *bullying* politik tidak berpengaruh besar terhadap perubahan pilihan politik di kota Ambon akibat mereka punya iman politik yang cukup tinggi khususnya komunitas Kristen di Maluku.

Komponen-komponen komunikasi *bullying* politik di kota Ambon dilakukan dengan tiga cara antara lain melalui teks, foto dan video sebagai media untuk mengganggu komunitas tertentu dengan tujuan untuk mengubah pilihan politiknya.

Metode Dakwah *bullying* politik di kota Ambon untuk mencegah *bullying* politik dengan tiga cara melalui Fb, WA, dan *Youtube* sebagai staregti untuk menyebarkan berita dakwah yang dikemas secara interaktif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran pelaksanaan penelitian ini, sebagai partner kepastakaan, dan juga rekan diskusi, serta obrolan-obrolan sosial media yang cukup memberi informasi sekunder demi melihat dan menjaring data. Juga secara khusus disampaikan kepada Redaksi Jurnal Pusaka yang telah bersedia memuat tulisan ini. *Jazakumullah khairan katsiran.*

DAFTAR PUSTAKA

- Arbi, Armawati. 2019. *Komunikasi Intrapribadi: Integrasi Komunikasi Spiritual, Komunikasi Islam, dan Komunikasi Lingkungan*. Cet. I; Jakarta: Prenada Media Group.
- Coloroso, Barbara. 2007. *Stop Bullying (memutus Rantai kekerasan Anak dari Pra Sekolah hingga SMU)*. Cet. I; Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Dell Hymens, Ethnography of Communication: SPEAKING Dell Hymes dan Peristiwa Tutur (Speech Event) oleh: Endah Ratna <https://duniayasosiolinguistik.wordpress.com/2013/06/11/speaking-dell-hymes-dan-peristiwa-tutur-speech-event/>.
- Dell Hymes, The Legacy of: Ethnopoetics, Narrative Inequality, and Voice (Encounters: Explorations in Folklore and Ethnomusicology). <https://terasmaluku.com/ditkrimsuspolda-maluku-gandeng-media-siber-ambon-lawan-hoax-dan-hate-speech/>
- Ibrahim, Abd. Syukur. 1994. *Etnografi Komunikasi*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Jokowi Pki? 5 Fakta Hubungan Jokowi Dan Pki Yang Terkuak Menjelang Pilpres 2019: <https://www.youtube.com/watch?v=qp734V0N8hc>.
- Jokowi Pki? 5 Fakta Hubungan Jokowi Dan Pki Yang Terkuak Menjelang Pilpres 2019: <https://www.youtube.com/watch?v=qp734V0N8hc>.
- Junaedi, Fajar. 2019. *Etika Komunikasi di Era Siber: Teori dan Praktik*. Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers.

- Kabiro Humas Kemenkominfo (Plt), Ferdinandus Setu, di Ibis Budget Hotel, Jalan Cikini Raya, Jakarta Pusat, Jumat (19/10/2018).
- Kasus “*Bullying*” dan Sanksi Tegas yang Harus Diterapkan <http://megapolitan.kompas.com/read/2016/05/04/08040681/Kasus.Bullying.dan.Sanksi.Tegas.yang.Harus.Diterapkan> (dikases pada 20 April 2019).
- Kuswarno, 2008. *Memahami Pola Komunikasi Melalui Pendekatan Etnografi*. Cet. I; Bandung: Widya Padjadjaran.
- Kuswarno, Engkus. 2008. *Etnografi Komunikasi: Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Musdawati, Nurfaidah, Etnografi Komunikasi dalam Sosiolinguistik: <http://www.ariesrutung.com/2018/04/pengertian-sosiolinguistik-menurut-para-ahli.html>
- Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi: Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global* Cet. I; Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Syahputra, Iswandi, 2019. *Media Relations: Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelijen* (Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers.
- Taufik, H. M. Tata, 2017. *Etika Komunikasi Islam* (Cet. I; Jakarta: Pustaka Setia.
- Widodo, Aan, 2016. *Komunikasi Bully: Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. Volume VI Nomor 1/Juni 2016.

