

PROPAGANDA NIIS MELALUI MEDIA SOSIAL DAN PERSEPSI MAHASISWA ISLAM SURAKARTA

ISIS PROPAGANDA THROUGH SOCIAL MEDIA AND THE PERCEPTIONS OF MUSLIM STUDENTS IN SURAKARTA

Oleh:

Buddy Riyanto

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Penelitian kualitatif dengan judul “Propaganda NIIS Melalui Media Sosial dan Persepsi Mahasiswa Islam Surakarta” dilatar belakangi kenyataan bahwa gencarnya perlawanan media massa global ternyata tidak menyurutkan gelombang sukarelawan NIIS datang dari berbagai penjuru dunia, namun justru semakin meningkat. Hal ini diduga karena gencarnya propaganda NIIS yang disebarluaskan melalui media sosial yang langsung diterima kelompok-kelompok sasaran. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam kepada narasumber, kemudian dianalisis secara interaktif hingga menghasilkan simpulan yang memadai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Mahasiswa menggunakan media sosial untuk menambah pemahamannya tentang NIIS dengan berbagai kegiatannya. (2) Bagi mahasiswa islam Surakarta, popaganda NIIS yang disebarluaskan melalui media sosial tidak efektif karena bertentangan dengan norma-norma islam yang diyakininya.

Kata kunci: NIIS, propaganda, media sosial

ABSTRACT

Qualitative research with the title "ISIS Propaganda Through Social Media and The Perceptions of Muslim Students in Surakarta" against the background of the fact that the incessant fight global mass media did not dampen wave ISIS volunteers came from all over the world, but actually increased. This is presumably because of the incessant ISIS propaganda were spread through social media immediately accepted by target groups. The data collection is done by in-depth interview to the informant, and then analyzed interactively to produce adequate conclusions. The results of this study indicate that (1) Students use social media to increase understanding of ISIS with various activities. (2) For the Muslim Students in Surakarta, ISIS popaganda that distributed through social media is not effective because it is contrary to the norms of Islamic beliefs.

Keywords: ISIS, propaganda, social media

Pendahuluan

Kepala BIN pada Maret 2015 menyatakan ada 874 WNI yang telah masuk ke Perkembangan ICT

(*Information, Communication, Technology*) begitu pesat sehingga mengakibatkan *borderless* dari sisi geografis. Hal ini pun terjadi di Indonesia

dengan dukungan dari operator selular yang begitu gencar memperluas jaringannya sampai ke daerah pelosok pedesaan. Disamping itu adanya program USO (*Universal Service Obligation*) dari pemerintah untuk daerah tertinggal dan terpencil telah membuat komunikasi baik suara dan data begitu mudah dilakukan.

Disisi lainnya perkembangan konten-konten kreatif di internet juga begitu pesatnya. Dengan dukungan perkembangan internet terutama *Web 2.0* telah membuat informasi dan konten menjadi lebih kaya dan interaktif sehingga membuat interaksi antara aplikasi di internet dengan manusia menjadi lebih menarik dan aktraktif. Hal ini memunculkan banyaknya aplikasi yang berjalan di internet seperti *internet banking, news online, internet advertising* dan yang paling populer tentunya munculnya media baru yaitu *social network*. Hal ini diawali dengan friendster, kemudian facebook dan juga semakin berkembangnya twitter.

Dengan maraknya penggunaan media sosial dikalangan masyarakat Surakarta, baik dikalangan anak muda ataupun orang dewasa, memudahkan interaksi sosial dengan berbagai kalangan yang tak terbatas, bahkan dengan individu ataupun kelompok dari luar daerah bahkan luar negeri. Hal ini berpengaruh pada

dan bisa jadi bermuara pada perubahan nilai-nilai budaya masyarakat.

Meningkatnya penggunaan media jejaring sosial secara signifikan telah meningkatkan arus pertukaran informasi dari berbagai kalangan dari berbagai penjuru dunia, termasuk informasi-informasi dan propaganda Negara Islam Irak dan Suriah (NIIS) atau oleh masyarakat internasional dikenal dengan sebutan *Islamic State of Iraq and Syria (ISIS)* dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat, termasuk mahasiswa islam di Surakarta.

Propaganda NIIS secara sistematis disebar luaskan melalui berbagai media terutama melalui media sosial, antara lain Youtube, facebook dan Tweeter. Penggunaan media sosial sebagai saluran propaganda merupakan pilihan cerdas mengingat media ini tidak saja marak digunakan kalangan muda melainkan semua kalangan dari muda hingga tua di seluruh dunia.

Walaupun pemberitaan NIIS pada media massa lokal dan internasional menunjukkan adanya kecaman dan penolakan dari sebagian besar masyarakat dunia terhadap aksi kekerasan dan pembunuhan yang dilakukan oleh anggota NIIS terhadap masyarakat yang berbeda keyakinan, termasuk yang sengaja dipublikasikan oleh NIIS melalui media sosial. Namun kenyataannya di sisi lain,

propaganda ideologis yang dilakukan NIIS baik yang dilakukan oleh jaringannya di seluruh dunia secara tatap muka langsung kepada khalayak sasaran baik perorangan ataupun kelompok, serta propaganda melalui media sosial telah mampu menyedot sukarelawan jihadis datang dari berbagai negara, dan jumlahnya semakin lama justru semakin banyak, termasuk dari Indonesia.

Wilayah Irak dan Syria bergabung dengan kelompok NIIS. Terakhir pada pertengahan Maret 2015 media massa ramai memberitakan tentang seorang mahasiswi Sukoharjo tanpa pamit kepada orang tua pergi ke Syria bersama kekasihnya untuk bergabung dengan NIIS. Pada saat yang sama di media sosial *youtube* muncul propaganda ideologi dan cita-cita didirikannya NIIS, bahkan ada video yang menampilkan anak-anak Indonesia berumur 8-15 tahun memegang senjata api AK-47 yang sedang dilatih kemiliteran di wilayah Irak.

Kini semakin banyak negara di dunia yang secara terbuka menempatkan NIIS sebagai organisasi teroris yang harus dilawan, harus dihentikan perkembangannya. Dan sebaliknya tidak satupun negara di dunia ini yang secara terbuka mendukung NIIS. Dukungan terhadap NIIS datang dari individu-individu dan kelompok-kelompok radikal

yang oleh “masyarakat internasional” diklaim sebagai teroris.

Informasi di media sosial tentang fenomena NIIS, baik pro atau kontra, setiap saat diperbarui dan dengan mudah dapat diakses oleh siapapun. Informasi yang diterima oleh seseorang tentu akan meningkatkan pengetahuan, merubah persepsi. Dengan asumsi ini maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana persepsi mahasiswa islam di kota Surakarta berkaitan dengan isue NIIS tersebut.

Metode Penelitian

Bentuk dan strategi penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif karena menekankan pada proses dan makna. Dan penelitian yang menyelidiki fenomena-fenomena di dalam konteks kehidupan nyata dengan memanfaatkan multi sumber dikategorikan sebagai studi kasus (Yin, 1997).

Selain itu, karena permasalahan dan focus penelitian sudah ditentukan sebelum peneliti terjun kelapangan, maka jenis penelitian kasus ini disebut sebagai studi kasus terpancang (Sutopo,2002).

Data yang dikumpulkan meliputi (1) Informan atau nara sumber terdiri dari aktivis organisasi mahasiswa islam dari 10 kampus di Surakarta, meliputi Universitas Sebelas Maret, Institut Seni Indonesia, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri,

Universitas Slamet Riyadi, Universitas Muhamadiyah Surakarta, Universitas Tunas Pembangunan, Universitas Surakarta, Universitas Sahid Surakarta, Universitas Setia Budi, dan Universitas Veteran Sukoharjo. (2) Dokumen yang berkaitan dengan pemberitaan dan propaganda NIIS, berupa berita dari media massa, artikel jurnal, artikel opini.

Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini adalah (1) Wawancara dilakukan dengan cara yang akrab dan terbuka, sehingga dapat mengungkapkan data informasi secara wajar. Oleh Patton (1980) wawancara seperti ini juga disebut sebagai *indepth interviewing*. (2) Mencatat Dokumen dan Arsip, adalah mencatat dokumen dan arsip yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini bersifat *purposive sampling*, untuk menjangkau data informasi yang akurat sampling dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan (Goetz & LeCompte, 1984; Spreadley, 1997; Sutopo, 2002).

Dalam penelitian ini situasi yang diobservasi, maupun data dari dokumen dan arsip yang dipilih didasarkan pada adanya keterkaitan langsung atau tidak, juga tingkat representatif terhadap populasi yang diteliti.

Untuk menjamin validitas data informasi yang diperoleh, digunakan

beragam data dan dilihat secara multiside (Miles & Huberman, 1984), sehingga terjadi triangulasi data. Menurut Moleong (2000), pelbagai data dan informasi yang diperoleh selalu dikompromikan dan diuji dengan data dan informasi lain, baik dari segi koherensi sumber yang sama maupun yang berbeda. Data yang satu dengan data yang lain saling melengkapi sekaligus menguji sehingga hasil akhir datanya dapat mencerminkan realitas struktur persepsi yang sebenarnya.

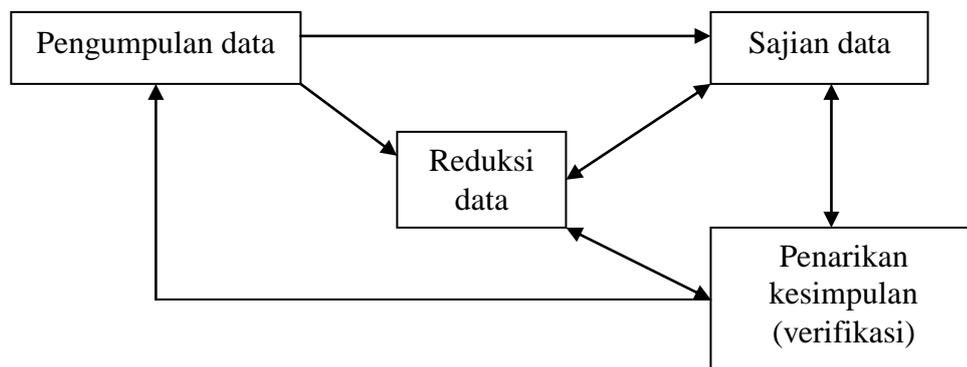
Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar (Patton, 1980:268). Untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh tentang obyek penelitian ini, analisis data dilakukan secara diskriptif kualitatif. Data yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara dan pencacatan di lapangan, selanjutnya diolah, diinterpretasikan dengan memfokuskan penajaman makna yang seringkali banyak dilukiskan dalam kata-kata dari pada angka-angka dan sejauh mungkin dalam bentuk aslinya (Lexy Moleong 2007:6). Oleh karena itu penelitian kualitatif ini menggunakan langkah-langkah, Reduksi data; Sajian data, dan Penarikan Kesimpulan atau verifikasi.

Langkah-langkah tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut: (1) Reduksi

data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan dan abstraksi data yang dilaksanakan selama berlangsungnya proses penelitian dan mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir. (2) Sajian data, yaitu rangkaian informasi yang memungkinkan kesimpulan penelitian dapat dilakukan. Dengan melihat penyajian data maka peneliti akan dapat mengerti apa yang akan terjadi serta

analisis atas tindakan lain berdasarkan pengertian tersebut. (3) Penarikan Kesimpulan, yaitu mencari makna data yang dikumpulkan, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, memberi konfigurasi-konfigurasi alur sebab akibat dan proposisi kesimpulan selama penelitian berlangsung.

Untuk lebih jelasnya, proses analisis data digambarkan dengan skema sebagai berikut :



Dalam Penelitian komunikasi Kualitatif, sebagaimana dalam penelitian kualitatif di dalam cabang ilmu yang lain, dikenal banyak jenis teknik analisis data yang semuanya sangat tergantung pada tujuan penelitian. Kendati demikian, analisis data dalam penelitian komunikasi kualitatif pada dasarnya dikembangkan dengan maksud hendak memberikan makna (making sense of) terhadap data, menafsirkan (interpreting), atau mentransformasikan (transforming) data kedalam bentuk-bentuk narasi yang kemudian mengarah pada temuan yang bernuansakan proposisi-proposisi ilmiah

(tesis) yang akhirnya sampai pada kesimpulan-kesimpulan final. Selayaknya diingat bahwa penelitian komunikasi kualitatif lebih bertujuan untuk mengemukakan gambaran atau memberikan pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa sehubungan dengan realitas atau gejala komunikasi yang diteliti.

Hal ini dikarenakan penelitian komunikasi kualitatif senantiasa dilakukan dalam seting yang bersifat alami (natural setting). Artinya, peneliti tidak melakukan manipulasi atau control terhadap variabel-variabel penelitian tertentu dan tidak juga

mengisolasi variable-variabel tertentu terpisah dari variable lain, tetapi memperlakukan apa adanya dan memandangnya sebagai satu kesatuan yang utuh (holistic). Kunci pokok dalam analisis data dalam penelitian kualitatif adalah menjawab pertanyaan how did the researcher get to these conclusions from these data ? (bagaimana peneliti sampai pada kesimpulan-kesimpulan dengan bertolak pada data yang ada ?). Kalau sekiranya jawaban atas pertanyaan ini tidak dijelaskan dalam suatu laporan penelitian maka sulit rasanya untuk menilai bahwa peneliti telah menganalisis dan menarik secara terbuka, jujur, dan memadai (Pawito. 2007:100-101)

Dalam penelitian komunikasi kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretif tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistic dalam setting tertentu. Disini, dikandung arti bahwa temuan apapun yang dihasilkan pada dasarnya bersifat terbatas pada kasus yang diamati. Oleh karena itu, prinsip berpikir induktif lebih menonjol dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian komunikasi kualitatif.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Propaganda NIIS Melalui Media Sosial:

NIIS mahir memanfaatkan media sosial sebagai saluran propaganda, hal ini dilakukan sebagai strategi pembentukan opini pada kelompok sasaran, karena mayoritas media massa mainstream di seluruh dunia dikuasai oleh pihak yang berseberangan, yang tidak mendukung atau bahkan menentang gerakan mereka. Mereka mengemos video-video pemenggalan tentara, warga sipil, wartawan, pekerja sosial dan juga mempublikasikan penghancuran situs-situs warisan budaya melalui saluran media sosial di internet. Para tokoh muslim di seluruh dunia mengutuk ideologi dan aksi-aksi NIIS; mereka berpendapat bahwa kelompok tersebut sudah keluar jauh dari ajaran Islam yang sejati dan segala tindakannya tidak mencerminkan ajaran atau nilai-nilai yang dibawa agama ini. Penggunaan nama "Negara Islam" dan konsep kekhalifahan oleh kelompok ini dikritik secara luas. PBB, NATO, berbagai negara, dan sejumlah kelompok Muslim besar menolak keduanya (Al-Taie, 2015).

Sebaran keanggotaan NIIS telah mendunia dalam kurun waktu yang terbilang singkat. Saat ini NIIS memiliki anggota yang berasal dari 100 negara di dunia. Tentunya, sebuah ‘produk’ unggulan telah sukses dipasarkan oleh organisasi garis keras ini. “Kembali ke Khilafah” merupakan ‘produk’ yang digaungkan oleh NIIS untuk menarik

perhatian kaum muslim dunia, sekaligus memikat mereka untuk bergabung.

Beberapa negara yang warganya hijrah ke Suriah ternyata memiliki lingkungan puritanisme Islam. Indonesia misalnya, telah menjadi habitat bagi tumbuh suburnya gerakan *salafi takfiri* yang memberikan penilaian kafir atau *thogut* terhadap orang diluar kelompoknya. Demikian pula halnya dengan Australia, dimana jumlah warga negaranya yang bergabung dengan NIIS cukup signifikan, ternyata juga berasal dari kelompok *salafi takfiri*. Faktor keserupaan *manhaj* ini menjadi salah satu alasan menuju Suriah, menapaki medan jihad demi gugur sebagai syuhada (Observe Indonesia, 2015).

Selain itu, menurut tim Observe Indonesia (2015) beberapa negara di Asia Tenggara juga memiliki sejumlah alumni mujahidin Afganistan di daerah konflik, seperti di Moro Filipina, Patani Thailand dan Poso-Ambon Indonesia. Para alumnus mujahidin tersebut, kemudian mengalami proses kegagalan integrasi sosial, dan kelemahan negara dalam mengakomodir atau mengalihkan ‘energi jihad’ dalam aktifitas produktif. Kondisi ini senada dengan teori *relative deprivation* yang dikemukakan oleh Ted Robert Gurr mengungkapkan bahwa terdapat kesenjangan antara harapan dan realitas yang dicita-citakan. Deprivasi relatif tidak sebatas pada tujuan yang ingin dicapai,

namun juga bahwa mereka merasa mempunyai hak untuk ikut ambil bagian dalam upaya mencapai tujuan tersebut, atau setidaknya berada di bawah kondisi tersebut.

Apabila dikaitkan, teori *relative deprivation* dapat dibaca sebagai sebuah kondisi kaum muslim – khususnya kelompok Islam garis keras – untuk melakukan transformasi gerakan sosial baru, yakni NIIS, sebagai upaya untuk mencapai tujuan mereka, yakni mengembalikan model pemerintahan kekhalifahan. NIIS menawarkan formula baru berjihad demi mewujudkan cita-cita khilafah sehingga wajarlah apabila organisasi-organisasi Islam garis keras pendahulunya turut mendukung meski lewat berbagai cara (Observe Indonesia, 2015).

NIIS menjadi alternatif gerakan baru menuju cita-cita mewujudkan kekhalifahan Islam. Deklarasi NIIS pun disambut oleh para alumni sebagai bagian dari kelanjutan perjuangan mereka mengembalikan romantisme masa lalu – kejayaan khilafah, kendati memang tidak semua alumni mujahidin sependapat dengan gerakan ini. Mereka yang pro, nampak mendukung dengan turut ambil bagian mulai dari ‘pengajian’ hingga ke pergi ke medan Jihad, sedangkan bagi yang kontra pun melakukan tindakan yang sama, mulai dari penolakan NIIS di

‘pengajian’ hingga pergi ke medan Jihad di Suriah dan Irak, akan tetapi tidak berada dalam faksi NIIS, bahkan terdapat kelompok yang sama sekali tidak membenarkan jihad ke Suriah.

Media sosial menjadi salah satu media propaganda NIIS mempengaruhi publik untuk ikut bergabung dalam kekhalifahan Al Baghdadi. Ciri khas gerakan Islam transnasional yang memiliki *cross border mobility* menjadikan media sosial sebagai salah satu perekat yang paling rasional dan efektif untuk digunakan dalam interaksi dan komunikasi antar sesama jejaring NIIS.

Jenis media sosial yang digunakan pun dapat dikategorikan sebagai berikut; sebagai *ideology spreader, campaigning media, and communication instrument*. Sebagai penyebar ideologi gerakan NIIS, media sosial digunakan untuk melakukan penyebaran ideologi gerakan NIIS. Selanjutnya, melalui media sosial pula, gerakan NIIS di Irak dan Suriah melakukan kampanye sekaligus berupaya melakukan upaya persuasif kepada masyarakat untuk menumbuhkan minat bergabung bersama melakukan aksi jihad di Irak dan Suriah. Demikian pula, diketahui “selfie jihad” untuk memberikan semacam pencitraan bahwa Jihad itu keren dan jauh dari kesan menakutkan. Media sosial difungsikan sebagai media komunikasi antar sesama anggota atau

simpatisan NIIS. Dalam konteks ini, biasanya mereka cenderung lebih tertutup. Hanya bagian dari anggota NIIS saja yang dapat mengakses informasi ini.

Dalam lingkup Indonesia, penggunaan media sosial sebagai pola rekrutmen, pembinaan dan perawatan jejaring NIIS dapat dilihat dari adanya penayangan materi propaganda berupa video, foto dan artikel-artikel Jihad Suriah dan Irak di media sosial. Hal demikian setidaknya memberikan pengaruh kognitif bagi individu yang mengaksesnya. Bentuk bentuk ‘selfie jihadi’ di media sosial dapat dilihat dengan penayangan foto-foto warga negara Indonesia yang telah bergabung dengan NIIS, seperti mengangkat senjata, berbaju seragam layaknya tentara, berpose dengan bendera NIIS dan senjata dan berpose di tank. Kondisi ini bagi pengguna media sosial awam tentunya memberi kesan keren, hebat dan bahkan heroik.

Ade Marboen (2015) berdasarkan laporan Brookings Institute dalam laman www.forbes.com, menyatakan, NIIS/ISIS membuat 46.000 akun twitter untuk propaganda menggalang pengikut. Bahkan ada laporan juga yang bilang angka itu sudah 90.000 akun. Paling banyak akun twitter pengikut NIIS/ISIS dari Arab Saudi, Irak, dan Suriah, selain 404 dari Amerika Serikat dan 139 dari Inggris. Tidak dilaporkan akun pengikut mereka

dari Asia atau Asia Tenggara. Sejak 2008, NIIS/ISIS diketahui makin tancap kuku melalui media sosial, dari cuma dua akun pada 2008, menjadi 2.380 (2012), 4.378 (2013), dan 11.902 pada 2014, mirip virus berbiak. Walau jumlah pengikutnya banyak, namun rupanya pengikut sangat aktif NIIS/ISIS di media sosial mereka cuma sedikit, berdasarkan studi berbasis 20.000 pengikut mereka itu. Di Indonesia, hal serupa dikhawatirkan juga dapat berkembang mengingat profil pemilik akun twitter dan media sosial adalah anak muda, sebagaimana halnya banyak terjadi di negara lain.

Persepsi Mahasiswa Islam Surakarta Terhadap Propaganda NIIS:

Semua mahasiswa sedikit atau banyak telah mengetahui tentang NIIS melalui media massa cetak ataupun elektronik serta perbincangan terbuka di kalangan mahasiswa dan warga masyarakat secara umum. Sebagian besar mahasiswa juga mendapat informasi tentang NIIS karena mengakses media sosial, misal youtube, tweeter, facebook dan berita on-line. Ada yang mendapat informasi melalui media sosial secara tidak sengaja, namun juga ada mahasiswa yang secara sengaja mengakses media on-line dan media sosial karena ingin mengetahui lebih lanjut tentang NIIS dengan berbagai kegiatan.

Menurut mahasiswa, NIIS atau ISIS adalah sebuah organisasi yang mengatasnamakan Islam yang bergaris keras, yang mendirikan negara baru berdasar kekhalfahan yang memimpin umat islam seluruh dunia, dengan merekrut sejumlah besar orang dari berbagai negara untuk diajarkan berani berperang, megebom, menjajah dan merampok.

Menurut mahasiswa, NIIS atau ISIS meskipun memakai nama islam tapi banyak sekali tindakannya yang keluar atau menyimpang dari ajaran islam, bahkan mereka tak segan-segan membunuh orang islam lain yang tidak sepaham. Padahal dalam islam kita harus saling menghormati umat satu dengan yang lainnya. NIIS hanya menggunakan nama islam untuk organisasi mereka, namun dalam prakteknya perilaku mereka banyak yang menyimpang dari norma-norma islam.

Propaganda yang diunggah NIIS melalui media sosial menunjukkan bahwa mereka bersikeras untuk menjajah negara, meledakan bom di mana-mana, membunuh orang yang tidak berdosa, mengambil hak orang banyak, mengajarkan anak kecil untuk berperang, mengeksekusi mati anggotanya yang dianggap salah, dan mengajarkan “agama baru”.

Mahasiswa berpendapat bahwa materi propaganda yang dilakukan oleh NIIS tidak sesuai bahkan bertentangan

dengan norma-norma islam secara umum. Materi propaganda yang menampilkan kekerasan, militerisme, perusakan cagar budaya, pelibatan anak-anak, serta mengsekspose pembunuhan justru sangat merugikan kepentingan islam dan mengancam kelangsungan hidup manusia terutama umat islam.

Wilbur Schramm mengatakan bahwa komunikasi akan efektif apabila isi pesan sesuai dengan nilai-nilai, keyakinan, kepentingan, sesuai *field of knowledge* dan *field of experience* dari audiens. Dengan gambaran materi propaganda tersebut diatas, maka propaganda NIIS melalui media sosial tidak efektif di kalangan audiens yang memiliki karakteristik yang berbeda atau bertentangan dengan isi pesan. Namun sebaliknya propaganda NIIS melalui media sosial sangat efektif ketika diterima oleh individu yang memiliki nilai-nilai, keyakinan dan kepentingan yang sesuai isi pesannya.

Dengan demikian untuk kalangan audiens islam moderat maka propaganda NIIS tidak efektif bahkan muncul penolakan dan perlawanan, namun sangat efektif untuk kalangan audiens islam radikal.

Kesimpulan

Dari analisis yang telah dilakukan terhadap proses penggunaan media sosial dalam pemenuhan informasi tentang NIIS

di kalangan mahasiswa islam Surakarta dan tentang persepsi mahasiswa terhadap propaganda NIIS yang disebarluaskan melalui media sosial dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Mahasiswa menggunakan media sosial untuk menambah pemahamannya tentang NIIS dengan berbagai kegiatannya. (2) Bagi mahasiswa islam Surakarta, propaganda NIIS yang disebarluaskan melalui media sosial tidak efektif karena bertentangan dengan norma-norma islam yang diyakininya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Taie, Khalid, 2015, *Iraq Churches, Mosques Under ISIL Attack*, Al-Shorfa. Diarsipkan tanggal 19 February 2015.
- Beauchamp, Zack, 2014, "17 things about ISIS and Iraq you need to know". *Vox*. Diakses tanggal 5 September 2014.
- Bradley, Matt, 2015, *Islamic State Affiliate Takes Root Amid Libya's Chaos*. *The Wall Street Journal*. Diakses tanggal 2 February 2015.
- Burhan Bungin, 2006, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta, Kencana.
- Burhan Bungin, 2007, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Prenada Media Group
- Effendy, Onong Utjahya, 2004, *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Goetz , J.P. dan LeCompte, M.D., 1984, *Etnography And Qualitative Design In Educational Research*, New York :Academic Press Inc.
- Holmes, Oliver, 2014, *Al Qaeda breaks link with Syrian militant group ISIL*. Reuters. Diarsipkan tanggal 3 Februari 2014
- Marboen, Ade, 2015, *Beginilah perkembangan NIIS/ISIS di media sosial*, Jakarta: Antara, Kamis, 26 Maret 2015 13:56 WIB
- McQuail, Denis, 2011, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Salemba Humanika
- Miles, M.B. dan Huberman, A.M., 1984, *Qualitative Data Analysis, A Source Of New Methods*, Beverly Hills , CA :Sage Publications, Inc.
- Moleong, Lexy J., 2000, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy, dan Jalaluddin Rakhmat, 2001, *Komunikasi Antar Budaya*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Muqtedar Khan, 2011, *Teaching Globalization*, University of Delaware USA, <http://www.globalpolicy.org/globalization/defining-globalization/27666.html>
- Nasrullah, Rulli, 2014, *Teori dan Riset Media Siber*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Patton, M.Q., 1980, *Qualitative Evaluation Methods*, Beverly Hill: Sage Publications.
- Pawito, 2007, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara
- Pudyastomo, Yulius Andre, 2010, *Microblogging Paling Populer*, Yogyakarta: Mediakom
- Qodari, Muhammad, 2000, *Papua Merdeka Dan Pemaksaan Skenario Media*, Pantau, Edisi 08.
- Rosita Ibrahim, 2006, Islam, Muslims and the West in Globalisation era: A reflection on the Danish Cartoon case, dalam Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara Bil.7
- Sly, Liz. 2014, *Al-Qaeda disavows any ties with radical Islamist ISIS group in Syria, Iraq*, The Washington Post, USA, tanggal 7 Februari 2014
- Spreadley, James P., 1997, *Metode Etnografi*, Yogyakarta : PT. Tiara Wacana.
- Sutopo, HB. , 2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar Teori Dan Aplikasi Praktisnya*, Surakarta : UNS Press.
- Wicaksana, I wayan Simri dan Ira Puspitawati , 2012, Makalah Seminar *Dampak Media Sosial terhadap Dunia Pendidikan*
- Wilcox, David R., 2005, *Propaganda, The Press and Conflict*, London: Routledge
- Witoelar, Wimar , 2009, *Internet sebagai Benteng Demokrasi*, Koran Tempo, 28 December 2009
- Yin, Robert K., 1997, *Studi Kasus : Desain Dan Metode* , Terjemahan M. Djauzakir, Jakarta : Rajawali Press.

Zavadski, Katie, 2015, *ISIS Now Has a Network of Military Affiliates in 11 Countries Around the World*, New York.

<http://putratwomixs.wordpress.com/2013/04/02/dampak-negatif-kemajuan-teknologi-komunikasi-dan-cara-menyikapinya-2/>

<http://observe-indonesia.com/en/media-sosial-dan-rekrutmen-niis> Posted on June 24, 2015 by admin, diakses 20 Desember 2015