

Propaganda *Online* dalam Konflik Keberagaman di Kawasan Wisata Budaya dan Keagamaan

I Ketut Putu Suardana

Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Jl. Pancaka No. 7 B, Mataram Barat, Kec. Selaparang, Kota Mataram 83126 - Indonesia

Corresponding Author: ikp31suardana@gmail.com

DOI: <http://dx.doi.org/10.25008/jpi.v5i1.128>

Submitted: March 30, 2023; Revised: April 10, 2023; Published: April 30, 2023

Abstract

This study answers the problem related to the causes, forms and impacts of online media propaganda on diversity conflicts in cultural and religious tourism areas. The research method is descriptive qualitative with data sources using observation, interviews and documentation techniques. The results are showed propaganda was carried by the locals' residents and other which is in a cultural and religious tourism area. Online media propaganda is caused by the desire to preserve the Sasak tradition, namely *Kemaliq* and the legality of Ranget Temple deemed to have violated regulations in Indonesia because is located in a forest area and far from residential areas, efforts to find a stage for various community organizations, easy access to social media in the midst of a lack of media literacy. The form of propaganda by framing written messages and photos with written narration through Facebook and WhatsApp. Likely, photos during prayer and dhikr in the Ranget Temple area. In addition, propaganda is carried out through web-based media such as Blogspot which is framed in the form of short stories and other news. Online media propaganda has an impact on social life, law, economy, religiosity, and has an impact on public communication.

Keyword: Propaganda, Online Media, Conflict, Cultural and Religious Tourism, Ranget

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang propaganda media *online* dalam konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan. Penelitian ini menjawab rumusan masalah yang berkaitan dengan penyebab, bentuk dan dampak propaganda media online dalam konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan yang berlokasi di Dusun Ranget. Penelitian ini dianalisis dengan Teori Kritis Habermas, Teori Resepsi Stuart Hall, Teori Perubahan Sikap Carl Hovland dan Teori Penguatan Joseph Kalapp. Metode penelitian secara kualitatif deskriptif dengan sumber data diperoleh menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan beberapa temuan berikut: *Pertama*, propaganda tidak hanya dilakukan oleh warga Dusun Ranget melainkan warga daerah lain. Hal ini disebabkan keberadaan Pura Ranget yang berada di kawasan wisata budaya dan keagamaan dianggap melanggar peraturan bersama Meteri Agama dan Menteri Dalam Negeri Nomor 8 dan 9 tahun 2006 tanpa memperhatikan Pasal 28 Ayat 3 peraturan tersebut. Selain itu, propaganda juga disebabkan oleh keinginan melestarikan tradisi sasak yakni *kemaliq*, legalitas tanah tempat ibadah Pura Ranget yang berada di kawasan hutan dan jauh dari permukiman penduduk, upaya cari panggung berbagai oknum organisasi masyarakat, kemudahan akses media sosial di tengah kurangnya literasi media. *Kedua*, bentuk propaganada dengan cara membingkai (*framing*) pesan tertulis maupun foto dengan narasi tertulis melalui Facebook dan WhatsApp. Foto tersebut bernuansa provokatif, misalnya foto saat sholat dan dzikir di dalam area Pura Ranget. Selain itu propaganda dilakukan melalui media berbasis web seperti Blogspot yang dibingkai dalam bentuk cerita pendek (cerpen) dan pemberitaan lainnya. *Ketiga*, propaganda di media online berdampak pada kehidupan sosial kemasyarakatan, hukum, ekonomi, religiusitas, dan berdampak pada komunikasi masyarakat.

Kata kunci: Propaganda, Media Online, Konflik, Wisata Budaya dan Keagamaan, dan Ranget

Pendahuluan

Berbagai budaya, suku, agama, ras dan antargolongan serta berbagai keanekaragaman lainnya ada di Indonesia. Keanekaragaman itu menjadi anugerah yang tidak dimiliki oleh semua negara di dunia. Keanekaragaman budaya masyarakat Indonesia harus dijaga dengan baik sehingga dapat memberi manfaat bagi kemajuan bangsa. Keberagaman yang ada menjadi sebuah kepastian masyarakat multikultural. Keanekaragaman budaya tersebut harus mampu menambah keindahan Indonesia. Keindahan budaya yang ada selayaknya dapat menjadi potensi daya tarik wisata dan sumber inspirasi inovasi bagi para kreator Industri kreatif di berbagai bidang (Antara dan Yogantari, 2018).

Berbagai dampak positif yang berpotensi membawa kemajuan bangsa Indonesia dari keberagaman yang ada harus dijaga dengan baik. Pasalnya, keberagaman yang dimiliki selain berdampak positif bagi kemajuan bangsa, keragaman itu justru menjadi pemicu terjadinya konflik di masyarakat. Ini menunjukkan, konflik keberagaman yang ada di masyarakat Indonesia dapat muncul dari keberagaman yang ada. Jika demikian, keberagaman tentunya tidak serta merta memunculkan keindahan dan kedamaian. Namun sebaliknya, keberagaman budaya menjadi sumber konflik antar etnis, antar suku maupun antaragama.

Keragaman budaya, suku, agama, dan ras yang ada di masyarakat berpotensi menimbulkan segmentasi kelompok, struktural yang terbagi-bagi, konsensus yang lemah, sering terjadi konflik, integrasi yang dipaksakan, dan adanya dominasi kelompok. Berbagai masalah dan konflik mengenai keragaman agama, budaya, adat, bahasa, etnis, suku, tradisi dan lain sebagainya telah ada sejak awal sejarah Indonesia (Ridwan, 2015; Bagir, 2011). Keberagaman masyarakat sangat mudah menjadi sumber konflik. Beberapa konflik pernah terjadi di Indonesia terkait keberagaman, seperti konflik di Ambon

pada 1999, pertikaian di Sambas tahun 2000, konflik antaragama di Kota Mataram tahun 2000 dan konflik lainnya. Jika demikian, tentunya konflik keberagaman merupakan suatu ancaman terhadap keanekaragaman budaya yang dimiliki Indonesia. Pada konflik keberagaman yang berkaitan dengan agama misalnya, hal ini tentu mencederai sikap moderasi beragama yang sedang digaungkan di Indonesia.

Sikap moderasi beragama seharusnya menghindarkan diri pada konflik keberagaman, terutama pada konflik yang terjadi antar agama. Berdasarkan buku "Moderasi Beragama" yang dipublikasikan Kementerian Agama Republik Indonesia tahun 2019, terjadinya konflik keberagaman menggambarkan pemahaman yang belum utuh tentang moderasi beragama, karena sesungguhnya moderasi beragama tidak hanya bertujuan untuk menengahi mereka yang cenderung memiliki pemahaman keagamaan yang ultra-konservatif, melainkan juga kelompok yang memiliki cara pandang, sikap, dan perilaku beragama yang liberal. Di tengah gencarnya Kementerian Agama mendengungkan moderasi beragama di masyarakat, berbagai konflik keberagaman terutama berkaitan dengan agama justru kian banyak terjadi.

Diskursus di atas menegaskan bahwa konflik keberagaman di masyarakat sangat berpotensi terjadi. Terlebih saat perkembangan komunikasi massa melalui media *online* terlihat jelas dalam kehidupan masyarakat yang menjadi ancaman baru dalam keberagaman masyarakat di Indonesia. Pada masyarakat multikultural, kehadiran media *online* dimanfaatkan sebagai sarana propaganda bagi sebagian orang. Berbagai berita palsu banyak bertebaran di media *online*. Belum lagi berita-berita yang sengaja dikemas sebagai upaya propaganda agar timbul konflik di masyarakat. Propaganda media *online* sebagai pemicu konflik keberagaman sangat mudah dilakukan media *online* sebagai saluran utama komunikasi saat ini.

Data digital tahun 2021 yang

dipublikasikan We Are Social mengungkap, lebih dari separuh populasi penduduk Indonesia menggunakan media *online* dan internet, yakni sebanyak 57 %. Dari data tersebut, sebanyak 98,3% menggunakan *mobile phone* untuk mengakses internet. Media *online* menjadi primadona sebagai sarana komunikasi. Kehadiran media *online* telah merubah budaya komunikasi masyarakat ke arah digital. Media sosial menjadi sarana komunikasi yang digandrungi masyarakat di era society 5.0. Data menunjukkan, pengguna media sosial jauh lebih besar dibandingkan dengan media lainnya. Besarnya kuantitas pengguna internet di Indonesia dibarengi pula dengan terjadinya peningkatan aduan masyarakat terhadap informasi terkait radikalisme.

Pada 2021, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) menerima 519 aduan terkait radikalisme di media *online*. Hal ini sangat mengawatirkan bagi ketertiban dan keamanan di tengah indahnya keberagaman masyarakat di Indonesia. Bukti konkret konflik keberagaman yang berhubungan dengan propaganda media *online* terjadi di kawasan wisata budaya dan keagamaan di Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat pada kasus konflik destinasi wisata Ranget yang mulai memanas pasca unggahan netizen di media *online*.

Pada saat itu, seorang muslim bersuku Sasak mengunggah foto aktivitas keagamaannya sholat di Pura Ranget yang notabene tempat ibadah agama Hindu. Foto tersebut memuat narasi, tempat ibadah tersebut diklaim sebagai *kemaliq* warga beragama Islam Suku Sasak. Unggahan tersebut ramai diperbincangkan di media *online*. Unggahan yang berisi narasi pro dan kontra menjamur di media *online*, bukan hanya media sosial biasa tetapi hingga menggunakan *website*.

Dampak dari unggahan tersebut bukan sekedar berpengaruh terhadap munculnya konflik keberagaman, melainkan berdampak terhadap kunjungan wisatawan menuju destinasi wisata di sana.

Hal ini berdampak buruk terhadap perkembangan pariwisata budaya dan keagamaan. Padahal di sekitar lokasi tersebut para wisatawan selalu memadati terutama pada saat akhir pekan atau saat hari libur. Pasalnya, selain terdapat destinasi wisata budaya keagamaan atau wisata religi di lokasi tersebut juga terdapat destinasi wisata pemandian air dingin yang ramai dikunjungi warga dari berbagai daerah di Pulau Lombok.

Pasca unggahan tersebut, reaksi masyarakat Suku Bali beragama Hindu, terjadi pula reaksi dari masyarakat Suku Sasak beragama Islam lainnya. Kasus ini menjadi viral melalui media *online* sehingga mencederai moderasi beragama yang harus dipupuk oleh setiap masyarakat.

Kerangka Teori

Propaganda adalah rangkaian pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi pendapat dan kelakuan masyarakat atau sekelompok orang. Propaganda membawa proses komunikasi yang tidak objektif, namun dirancang agar memengaruhi komunikasi atau audien. Propaganda pada dasarnya berarti mengembangkan, namun karena propaganda menjadi alat yang bebas nilai sehingga seringkali dimanfaatkan sesuai keinginan penggunanya. Berkaitan dengan komunikasi, propaganda mengandung unsur kesengajaan dan manipulasi informasi (Affandi, 2017). Dalam hal ini, propaganda merupakan suatu cara yang digunakan komunikator dalam mempengaruhi komunikasi agar senantiasa mengikuti tujuan komunikator tersebut.

Propaganda adalah upaya yang disengaja untuk membentuk persepsi komunikasi dengan cara memanipulasi kognisi audien sehingga memengaruhinya untuk melakukan sesuatu seperti yang diharapkan oleh pelaku propaganda. Bahkan tidak sedikit pesan yang disampaikan pelaku propaganda dipandang sebagai kebohongan yang manipulatif (Affandi, 2017). Propaganda, seiring berkembangnya media *online* berkembang

secara pesat (Bachtiar, Perkasa, & Sadikun, 2016). Di era media *online*, propaganda sangat mudah dilakukan karena internet telah memudahkan terjadinya komunikasi secara *online*. Heryanto (2018) mengatakan, internet menjadi media yang paling intensif digunakan. Munculnya internet meningkatkan penggunaan media *online* secara signifikan. Data We Are Social (2021) membuktikan, penggunaan media *online* dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan.

Media *online* secara etimologi berasal dari kata media dan *online*. Media berarti saluran sedangkan *online* berasal dari bahasa Inggris yang berarti dalam jaringan. Media *online* adalah media yang terbit di dunia maya dengan bentuk yang sederhana dan tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga masyarakat dapat mengaksesnya kapan pun dan dimana pun dengan sarana penghubung berupa internet. Dengan demikian media *online* adalah media yang menggunakan sarana internet untuk melakukan kegiatan jurnalistik (Ready dan Rummyeni, 2016; Romli, 2018).

Secara fisik media *online* adalah media berbasis telekomunikasi. Jenis media *online* sendiri dibedakan menjadi: (1) mesin pencari (*search engine*) contohnya Google, Bing, Mozilla dan Yahoo; (2) portal *website* yang menyediakan berbagai macam informasi berupa situs berita seperti Detik, Okezone ataupun blogspot dan lain sebagainya; (3) media sosial adalah situs web yang menjadi forum *online* yang digunakan untuk berinteraksi, berteman, berbagi informasi, atau ngobrol seperti Blog, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Path dan lain sebagainya; (4) aplikasi *Chatting* yaitu software atau program yang memungkinkan orang-orang mengobrol secara *online* tanpa batas geografis, seperti Skype, Yahoo Messenger, WhatsApp dan lainnya.

Propaganda media *online* dalam penelitian ini berupa pesan-pesan di media *online* yang bernuansa propaganda sebagaimana disampaikan sebelumnya.

Konflik Keberagaman

Konflik adalah suatu proses yang dimulai ketika suatu pihak memiliki persepsi negatif terhadap orang lain (Sudarmanto, 2021). Susan (2014) mengungkapkan, konflik adalah unsur terpenting dalam kehidupan manusia. Selain itu, menurut Puspita (2018), konflik merupakan suatu kondisi yang tidak menyenangkan dan sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan diskursus tersebut, konflik merupakan pertentangan pendapat antara satu pihak dengan pihak lainnya. Sedangkan konflik keberagaman adalah konflik yang terjadi di tengah keberagaman agama dan suku yang ada.

Dalam penelitian ini konflik keberagaman adalah perselisihan pandangan antara umat Hindu Suku Bali dan umat Islam Suku Sasak terkait keberadaan Pura Ranget dan *Kemalik* Ranget yang menyebabkan ketegangan antara umat Hindu Suku Bali dengan umat Islam Suku Sasak di kawasan wisata budaya dan keagamaan Ranget.

Sementara itu, wisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya. Sedangkan pariwisata budaya adalah pariwisata yang dilakukan wisatawan berdasarkan ketertarikannya dengan budaya daerah setempat (Ardiwidjaja, 2020; Erika Revida dkk, 2020). Kawasan wisata budaya dan keagamaan dalam penelitian ini adalah area yang menjadi destinasi wisata budaya dan keagamaan yang di dalamnya terdapat aspek budaya dan agama sebagai destinasi wisata.

Dalam penelitian ini kawasan wisata budaya dan keagamaan yang dimaksud adalah kawasan wisata di Dusun Ranget, Desa Suranadi, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat. Di lokasi tersebut terdapat destinasi wisata budaya dan keagamaan Pura Ranget dan *Kemaliq* Ranget yang dipercayai oleh dua suku dan agama yang berbeda yakni agama Hindu Suku Bali dan agama Islam Suku Sasak.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Paradigma yang digunakan adalah paradigma kritis, yakni dialektis antara peneliti dengan informan murni pada tujuan mencari kebenaran.

Analisis kritis terhadap fenomena di masyarakat dideskripsikan secara kualitatif sehingga memberi gambaran secara utuh terhadap suatu fenomena yang terjadi. Pada penelitian ini, peneliti memperhatikan konteks histori, sosial, budaya, ekonomi dan politik.

Kasus propaganda media *online* dalam konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan dikaji secara mendalam dalam penelitian ini. Pada penelitian ini peneliti secara objektif mendeskripsikan fenomena propaganda media *online* secara kualitatif.

Hasil dan Pembahasan

Kehadiran media *online* sebagai sarana komunikasi era kekinian yang berbasis internet semakin memudahkan seseorang untuk melakukan komunikasi baik yang sifatnya menyejukan maupun yang bernuasa mempropaganda (Malik, 2016). Media *online* yang digunakan sebagai media propaganda salah satunya terjadi di kawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget. Propaganda yang terjadi pada media *online*, khususnya pada media sosial, ditenggarai karena tidak adanya *gatekeeper* sebagaimana media *mainstream* melakukannya dengan penuh kehati-hatian. Oleh karena itu, berbagai konten dengan pesan apapun berpotensi diterima oleh pengguna media sosial. Malik (2016) menyebut media *online* yang berbasis internet banyak dipenuhi informasi sampah.

Meski demikian, tidak sedikit pesan di media *online* dibuat secara sistematis dengan tujuan tertentu termasuk melakukan propaganda. Hal ini senada dengan pandangan Habermas. Teori kritis Habermas memandang hakekat realitas

sosial dalam dimensi faktual maupun normatif dengan asumsi, manusia memiliki otonomi dan kebebasan. Dengan mengoptimalkan otonomi dan kebebasannya, manusia mampu melakukan perubahan sosial sesuai keinginannya. Hal ini mendorong seseorang bisa menyampaikan pandangannya untuk melakukan perubahan sosial. Pandangan ini salah satu yang menjadi dasar pemikiran terjadinya propaganda melalui media *online* oleh pengguna media khususnya berkaitan dengan propaganda yang menyebabkan konflik dikawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget, Desa Suranadi.

Soekanto dan Sulistyowati (2014) mengidentifikasi beberapa penyebab terjadinya pertentangan atau konflik, antara lain: (1) perbedaan pendirian dan perasaan antarindividu; (2) perbedaan kebudayaan; (3) perbedaan kepentingan; dan (4) perubahan sosial. Merujuk pada beberapa pemikiran tersebut, hasil penelitian menunjukkan, terdapat beberapa hal yang menyebabkan terjadinya propaganda media *online* dalam konflik di kawasan wisata budaya dan keagamaan, antara lain: pemahaman yang belum lengkap tentang Peraturan Bersama Menteri (PBM) Agama No. 9 Tahun 2006 dan Menteri Dalam Negeri No. 8 Tahun 2006.

Unggahan di media sosial Facebook yang dilakukan akun Lalu Wink Haris cukup viral. Akun tersebut mengunggah status yang memicu konflik di kawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget. Meskipun bukan satu-satunya, beberapa akun juga ditemukan melakukan propaganda melalui media sosial.

Salah satu unggahan akun Lalu Wink Haris pada akun media sosialnya menunjukkan propaganda yang dilakukan disebabkan oleh pemahaman yang belum lengkap terhadap Peraturan Bersama Menteri Agama Nomor 9 Tahun 2006 dan Menteri Dalam Negeri Nomor 8 Tahun 2006 tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas Kepala Daerah/Wakil Kepala Daerah Dalam Pemeliharaan Kerukunan Umat

Beragama, Pemberdayaan Forum Kerukunan Umat Beragama, dan Pendirian Rumah Ibadat.

Akun Lalu Wink Haris berupaya memengaruhi pengguna Facebook lainnya untuk membaca Peraturan Bersama Menteri (PBM/SKB) pada Pasal 13 sampai dengan Pasal 20 saja. Padahal pada Ketentuan Peralihan Pasal 28 Ayat 3 PMB tersebut dikatakan: “Dalam hal bangunan gedung rumah ibadat yang telah digunakan secara permanen dan/atau memiliki nilai sejarah yang belum memiliki IMB untuk rumah ibadat sebelum berlakunya Peraturan Bersama ini, bupati/walikota, membantu memfasilitasi penerbitan IMB untuk rumah ibadat dimaksud”.

Mengacu ketentuan tersebut, keberadaan Pura Ranget di Dusun Ranget telah berdiri jauh sebelum PBM tersebut diterbitkan oleh Menteri Agama dan Menteri Dalam Negeri. Oleh karena keberadaan rumah ibadah Pura Ranget sebenarnya hanya membutuhkan fasilitasi penerbitan ijin dari Bupati Lombok Barat sebagai mana diatur dalam ketentuan peralihan pada Pasal 28 Ayat 3 PBM tersebut. Berdasarkan ketentuan peralihan tersebut maka keberadaan Pura Ranget sebagai salah satu tempat yang memiliki

nilai sejarah harus difasilitasi oleh Bupati Lombok Barat untuk dibuatkan Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) dan bukan menganggap keberadaan tempat ibadah Pura Ranget sebagai pelanggaran atas PBM yang diungkap oleh Lalu Wink Haris dalam unggahan Facebook miliknya.

Merujuk pada pandangan di atas, maka pelaku propaganda mencoba membingkai pesan agar pengguna media sosial terpengaruh bahwa keberadaan Pura Ranget telah melanggar PBM. Propaganda semacam ini merupakan upaya yang disengaja untuk membentuk persepsi komunikasi dengan cara memanipulasi kognisi audien sehingga mempengaruhinya untuk melakukan sesuatu seperti yang diharapkan oleh pelaku propaganda. Bahkan sebagaimana yang diungkapkan Affandi (2017) tidak sedikit pesan yang disampaikan pelaku propaganda dipandang sebagai kebohongan yang manipulatif.

Propaganda yang dilakukan melalui media *online*, salah satunya disebabkan oleh keinginan melestarikan tradisi leluhur, baik pada masyarakat Suku Bali beragama Hindu maupun Suku Sasak beragama Islam. Hal itu terlihat pada unggahan Facebook Wira Ranget tanggal 10 Mei 2021 (Gambar 1).

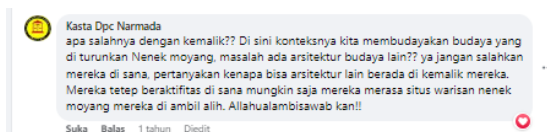


Gambar 1. Unggahan Akun Facebook Wira Ranget, 10 Mei 2021

Berdasarkan Gambar 1, Wira Ranget berupaya mempengaruhi pengguna media online untuk melestarikan tradisi leluhur yang dianggap sebagai prasasti Sasak, yaitu

kemaliq. Selain itu, akun Kasta Dpc Narmada melalui komentarnya pada unggahan Wira Ranget mendukung upaya tersebut. Hal tersebut

terlihat pada komentar pada Gambar 2.



Gambar 2. Komentar Kasta Dpc Narmada di Facebook (Dokumentasi, 2022)

Berdasarkan komentar pada akun Facebook tersebut diketahui bahwa perbuatan arsitektur *kemaliq* menjadi salah satu penyebab propaganda di media *online*. Perubahan arsitektur Sasak ke arsitektur Bali tidak sepenuhnya diterima oleh masyarakat lokal di Dusun Ranget. Hal inilah yang dipandang sebagai penyebab propaganda semakin meluas. Namun demikian keinginan melestarikan tradisi dan budaya leluhur juga disampaikan oleh I Made Tegeg selaku pengurus Pura Ranget yang menunjukkan bahwa kedua belah pihak sama-sama ingin untuk melestarikan tradisi leluhur mereka. Karena sama-sama ingin melestarikan dan dipicu keinginan menguasai lokasi maka terjadilah konflik keberagaman yang diperkuat dengan propaganda di media *online*. Padahal jika dilestarikan secara bersama-sama maka konflik tersebut tidak akan terjadi.

Penyebab terjadinya pertentangan atau konflik juga karena terkait legalitas tanah tempat ibadah. Hal itu menjadi salah satu penyebab permasalahan sehingga terjadi propaganda di media *online*.

Berdasarkan Teori Penguatan Joseph

Kalapp, komunikasi massa bukanlah penyebab yang paling kuat yang mempengaruhi audien melainkan komunikasi massa itu memberi pengaruh terhadap audien melalui berbagai perantara dan faktor lainnya. Dalam hal ini pesan bernuansa propaganda dikuatkan oleh legalitas tempat ibadah tersebut sehingga upaya mencedraai keberagaman tersebut dapat berhasil.

Sementara itu, adanya campur tangan ormas dipandang sebagai salah satu pelecuk terjadinya propaganda. Upaya cari panggung bagi ormas memperkeruh konflik yang terjadi. Hasil observasi menunjukkan, kehadiran ormas dan kelompok sangat inten terjadi di tengah konflik di Pura Ranget. Propaganda pun semakin merajalela karena terjadi antar beberapa ormas dan pengguna media *online*. Upaya mencari panggung tersebut dapat diketahui dari unggahan salah satu akun media sosial Facebook Penyuluh Agama Hindu Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat, Wayan Bagiarta (Gambar 3).



Gambar 3. Unggahan Facebook Wayan Bagiarta

Berdasarkan unggahan pada Gambar 3, pengguna media sosial Facebook Wayan Bagiarta menanggapi, ada upaya politisasi dalam kasus Ranget. Harapan agar solusi yang bisa diberikan justru dijadikan media politisasi. Hal inilah yang dimaksud dengan upaya cari panggung dan mencari popularitas.

Di era media *online*, propaganda sangat mudah dilakukan. Internet telah memudahkan terjadinya komunikasi secara *online*. Heryanto (2018) mengatakan, internet menjadi media yang paling intensif digunakan belakangan ini telah mampu meningkatkan penggunaan media *online* secara signifikan. Hal inipun menjadi peluang bagi pelaku propaganda untuk beraksi di media *online*.

Dengan demikian, propaganda di media *online* disebabkan oleh mudahnya masyarakat mengakses media *online*. Masih rendahnya literasi media di masyarakat menjadi peluang tampilnya propaganda di media *online*. Masyarakat mudah dipengaruhi berbagai unggahan di media *online*. Masyarakat belum mampu secara tepat membedakan kebenaran suatu berita. Perilaku masyarakat yang suka membagikan unggahan di media *online* semakin membuat banyaknya propaganda yang terjadi.

Pandangan tersebut relevan dengan Teori Resepsi Stuart Hall. Proses pendekodean yang dilakukan oleh pengguna media *online* berlangsung di dalam media *online* itu sendiri. Sudut pandang yang berkaitan dengan posisi pembacaan dominan sebagaimana pandangan Teori Resepsi terjadi ketika komunikator menggunakan propaganda di media *online* yang bisa diterima secara umum sehingga pengguna media online memaknai pesan tersebut dengan pesan yang sudah diterima secara umum tersebut. Pada situasi ini pelaku propaganda media *online* berupaya mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan sehingga konflik keberagaman dapat terjadi di kawasan wisata budaya dan keagamaan yang berada di Dusun Ranget, Desa

Suranadi.

Selain itu, pembacaan yang dinegosiasikan (*negotiated code/position*) oleh komunikator untuk mempengaruhi audien, sehingga pesan yang disampaikan komunikator ditafsirkan secara terus-menerus di antara kedua belah pihak. Berdasarkan hal itu, berbagai upaya propaganda yang dilakukan melalui media *online* dalam konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan dipandang dapat mempengaruhi audien sehingga konflik keberagaman tersebut dapat terjadi. Hal ini terjadi ketika terjadi tanggapan terus menerus oleh komunikator selaku pelaku propaganda melalui *fitur chat* di Facebook sehingga mampu mempengaruhi audien.

Penguatan atas Tindakan di Dunia Nyata

Viralnya unggahan bernuansa propaganda dalam konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget diawali dengan terjadinya perusakan salah satu bagian tempat ibadah Pura Ranget, yakni *pelinggih* Padmasana di Pura Ranget, terlihat patah pada bagian naganya. Meski demikian kasus ini tidak menguat ke publik. Hanya segelintir orang yang mengetahuinya. Kondisi tersebut diketahui oleh masyarakat luas justru karena propaganda melalui postingan di media online.

Kondisi di atas sejalan dengan Teori Perubahan Sikap (*attitude change theory*) yang dikemukakan Carl Hovland. Sikap seseorang terbentuk dan bagaimana sikap tersebut dapat berubah melalui proses komunikasi bahkan sikap itu dapat mempengaruhi sikap tindak atau tingkah laku orang lain. Kaitannya dengan konflik keberagaman dalam penelitian ini, propaganda dipandang terjadi karena tindakan di dunia nyata tidak sepenuhnya mendapat dampak yang sedemikian keras tetapi dengan adanya respon kunjungan berbagai pihak ke kawasan wisata budaya dan keagamaan tersebut menjadi penyebab berlanjutnya propaganda di media *online*.

Teori ini pada dasarnya menyatakan

bahwa seseorang akan mengalami ketidaknyamanan di dalam dirinya (*mental discomfort*) bila ia dihadapkan pada informasi baru atau informasi yang bertentangan dengan keyakinan. Dalam kondisi ketidaknyamanan itu maka seseorang akan berusaha secara sadar atau tidak sadar untuk membatasi atau mengurangi ketidaknyamanan itu melalui proses selektif.

Bentuk Propaganda Media Online

Propaganda media *online* dalam konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan teridentifikasi ke dalam beberapa bentuk sebagai *Propaganda Berdasarkan Media yang Digunakan*. Beberapa media yang digunakan sebagai sarana propaganda di media *online* antara lain sebagai berikut:

Media Sosial. Media sosial adalah sarana komunikasi masyarakat berbasis internet. Sebagaimana diungkap Stuart Hall

dalam Teori Resepsi, posisi pembacaan dominan yang terjadi ketika komunikator menggunakan propaganda di media *online* yang bisa diterima secara umum sehingga audien akan memaknai pesan tersebut dengan pesan yang sudah diterima secara umum tersebut.

Dalam hal ini penggunaan media sosial yang sudah lumrah digunakan oleh masyarakat sangat mempengaruhi penggunaan media sosial tersebut sebagai sarana propaganda. Tingginya pengguna media sosial di Indonesia menjadi peluang propaganda dilakukan di media sosial.

Ada pun beberapa media sosial yang digunakan sebagai media propaganda dalam konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget adalah Facebook dan WhatsApp. Penggunaan Facebook sebagai sarana propaganda dapat dilihat pada berbagai unggahan di media sosial terlihat seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Unggahan Foto Sholat di Pura/Kemalik

Selain itu tersebar pula gambar perusakan *beruqaq* di kawasan wisata

budaya dan keagamaan tersebut sebagaimana ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Perusakan *Beruqaq* di Sekitar Kawasan Wisata

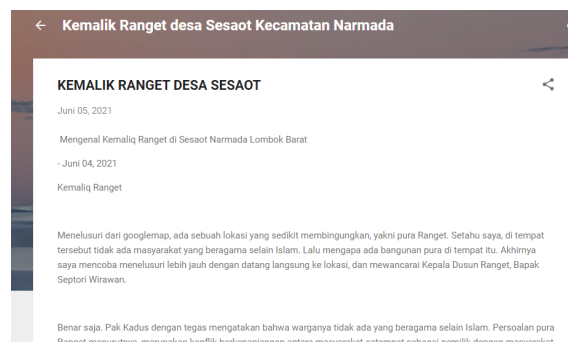
Berugaq atau tempat duduk wisatawan yang ada di kawasan wisata budaya dan keagamaan Ranget dihanyutkan di Sungai Ranget pasca kunjungan pemerintah dan pembubaran zikiran di areal Pura Ranget. Propaganda semacam ini dalam pandangan Teori Penguatan (*reinforcement theory*) yang dikemukakan Joseph Kalapp dipandang sebagai perantara yang menjadikan komunikasi massa sebagai agen yang berkontribusi dalam timbulnya efek pada audien, namun bukan menjadi satu-satunya efek utama.

Komunikasi massa di media online diperantarai melalui berbagai variabel lainnya sehingga memberi efek kepada audien, salah satunya melalui gambar

perusakan yang tersebar di media sosial. Banyak variabel lain yang memberi dampak bagi audien sehingga komunikasi massa hanya sebatas penguatan agar pesan yang disampaikan berdampak kepada audien.

Rendahnya literasi media di masyarakat maka para pelaku propaganda media *online* menyebarkan berita di media *online*. Dalam hal ini, penguatan ini bertujuan untuk menimbulkan konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan.

Media Berbasis Situs Web (Website). Selain media sosial, propaganda juga dilakukan melalui *website* yang dikemas dalam bahasa khiasan seperti cerita pendek dan lainnya (Gambar 6).



Gambar 6. Propaganda di Blogspot (Dokumentasi, 2022)

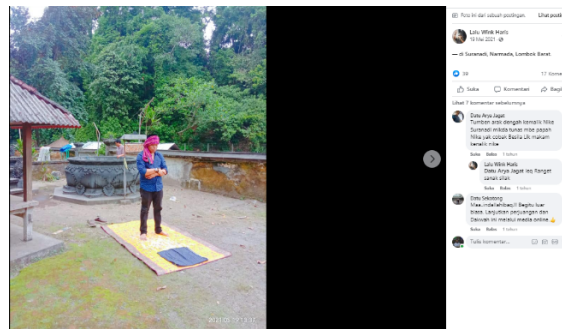
Tulisan di website adalah sumber informasi yang diakses oleh masyarakat secara luas. Oleh karena itu, penggunaan *website* juga dapat mempengaruhi pengguna media online lainnya. Narasi yang dibingkai dalam tulisan di website juga sangat mempengaruhi tindakan masyarakat. Propaganda dalam kata Pura Ranget dan tidak ada masyarakat yang beragama selain Islam adalah upaya propaganda yang dilakukan melalui media website tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi publik yang masih kurang literasi sehingga tidak memerdulikan histori keberadaan Pura Ranget sebagaimana diungkapkan sebelumnya. Selain itu, beberapa unggahan dengan narasi yang hampir sama dengan berbagai

retorikanya dapat dilihat dalam tulisan yang dikemas dalam bentuk cerpen oleh situs lainnya.

Propaganda Berdasarkan Strategi yang Dilakukan

Unggahan pada status Facebook. Facebook adalah salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, termasuk di Lombok. Fitur unggahan status yang disediakan oleh Facebook menjadi daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Salah satunya sebagai tempat melakukan propaganda. Beberapa bukti nyata penggunaan fitur unggahan status Facebook dijadikan media propaganda dalam konflik di kawasan wisata budaya

dan keagamaan di Dusun Ranget terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Unggahan Lalu Wink Haris di Facebook

Foto saat sholat di dalam area Pura Ranget menjadi salah satu bentuk propaganda yang dilakukan akun Lalu Wink Haris di Facebook. Foto ini diunggah

berulangkali baik melalui unggahan status maupun melalui fitur komentar. Gambar 8 menunjukkan upaya propaganda akun Lalu Wink Haris di Facebook.



Gambar 8. Foto Sholat dengan Latar Pura

Pengambilan latar belakang *Pelingih Padmasana* pada Gambar 8 merupakan bentuk propaganda yang mengarah pada disharmonisasi kerukunan umat beragama. Foto tersebut diunggah bersamaan dengan foto sholat oleh akun Lalu Wink Haris. Merujuk Teori Penguatan, tindakan itu adalah cara untuk menyampaikan pesan propaganda melalui media sosial. Foto di tempat yang tidak biasa akan menjadi pesan yang mudah dipahami publik.

Komentar pada status Facebook

Unggahan di media facebook biasanya diikuti pula oleh komentar *netizen*, baik yang pro maupun yang kontra. Bagi yang pro unggahan tersebut dikomentari dalam bentuk dukungan kepada si pengunggah. Sedangkan yang kontra memberi komentar yang berupaya menangkal kebenaran unggahan yang dikomentari. Hal itu terlihat dalam komentar atas unggahan yang bernuansa propaganda pada Gambar 9.



Gambar 9. Komentar pada Unggahan Lalu Wink Haris

Unggahan Lalu Wink Haris mendapat banyak respon dari *netizen* di Facebook. Komentar tersebut tidak sedikit yang menguatkan propaganda Lalu Wink Haris. Komentar akun Taufik Hidayat pada Gambar 9: “Foto yang menggegerkan jagat maya” berisi foto saat Lalu Wink Haris sholat menghadap *candi pura* sebagai penguat ingatan publik bahwa tidak ada batasan antara tempat ibadah pemeluk agama lain sebagaimana amanat peraturan perundang-undangan, terutama terkait moderasi beragama. Komentar Jane Jabrix yang mengatakan: “Di setiap tanah itu adalah tempat bersujud” adalah narasi propaganda yang dapat mencederai kerukunan antar umat beragama.

Komentar akun Roby Oby mempertanyakan bahwa Lalu Wink Haris sebagai pengunggah foto saat sholat di Pura Ranget karena ia merasa janggal, sholat menghadap sanggrahan/candi pura. Komentar tersebut ditanggapi oleh Lalu Wink Haris agar Roby Oby melakukan komunikasi melalui WhatsApp sebagaimana dalam komentar tersebut.

Berbagi Situs dan Screenshoot Unggahan di Media Sosial. Bentuk propaganda di media *online* di Dusun Ranget selain melakukan unggahan pada fitur status dan komentar dengan konten yang dibuat secara langsung oleh pengunggahnya, akun yang melakukan propaganda juga melakukannya dengan

mengirim situs dan tangkapan layar (*screenshoot*). Komunikator membagikan konten dari hasil *screenshoot* yang diperolehnya di media sosial kepada pengguna media sosial lainnya. Selain membagikan hasil tangkapan layar tersebut, komunikator juga membagikan konten berupa situs unggahan bernuansa propaganda.

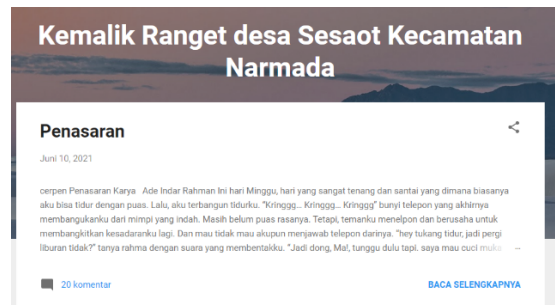
Dalam Teori Resepsi Stuart Hall, pembagian hasil *screenshoot* merupakan pembacaan yang dinegosiasikan (*negotiated code/position*) oleh komunikator untuk mempengaruhi audien sehingga pesan yang disampaikan komunikator ditafsirkan secara terumenerus di antara kedua belah pihak. Dalam hal ini, pesan yang ditafsirkan adalah pesan propaganda yang berkaitan dengan konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget.

Membingkai Pesan dalam Bentuk Cerpen

Cerpen adalah singkatan dari cerita pendek. Cerpen adalah suatu karya seni yang berfungsi sebagai notulen kehidupan yang dijadikan sebagai dokumentasi yang memperlihatkan yang dianalisis dari berbagai sudut pandang filosofis, religi, sosiologi dan budaya (Nuroh, 2011). Berdasarkan pemahaman tersebut maka cerpen erat kaitannya dengan religi, sosiologi dan budaya. Berbagai upaya

propaganda terkait konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan di

Dusun Ranget dikuatkan dengan berbagai cerpen di website di blogspot (Gambar 10).



Gambar 10. Cuplikan Cerpen Bernuansa Propaganda

Propaganda Berdasarkan Bentuk Pesan

Foto. Foto adalah gambar hasil rekaman peristiwa dengan kamera yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara visual yang merangsang kreativitas seseorang untuk menafsirkan hal-hal yang terkandung di dalamnya (Indrianingrum dan Suwarna, 2015). Berdasarkan pengertian tersebut, media propaganda berupa foto sebagaimana disampaikan sebelumnya berupa foto ketika masyarakat suku Sasak melakukan zikir di area Pura Ranget yang sejak puluhan tahun lalu tidak pernah dilakukan.

Selain itu, foto sholat oleh umat Islam di Pura juga merupakan bentuk propaganda dalam bentuk pesan foto yang dilakukan. Hal ini sebagaimana menurut Teori Penguatan bahwa media *online* bukan penyebab paling kuat mempengaruhi audien, melainkan pesan berupa foto sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi audien.

Tulisan. Proganda berupa tulisan di kawasan wisata budaya dan keagamaan berisikan pesan yang mengarah pada ajakan komunikator untuk memperjuangkan pura maupun *kemaliq ranget*.

Foto dan Tulisan. Pesan berupa foto dan tulisan merupakan cara yang efektif berkomunikasi di media *online*. Berbagai bentuk propaganda dengan mengirim pesan foto yang dikuatkan dengan narasi tertulis pada media *online* dalam konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan dapat dilihat pada gambar-gambar sebelumnya.

Dampak Propaganda Media Online

Soekanto dan Sulistyowati (2014) mengungkap beberapa hal yang dapat diakibatkan dari adanya konflik, yaitu bertambahnya solidaritas (*in group*), goyah atau retaknya persatuan kelompok, perubahan kepribadian, akomodasi, dominasi dan takluknya satu pihak tertentu. Berdasarkan pandangan tersebut, mengacu pada data observasi, wawancara dan dokumentasi dapat diungkap beberapa dampak dari propaganda media *online* dalam konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan yang terletak di Dusun Ranget Desa Suranadi, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat, yaitu:

Dampak Komunikasi dan Sosial Kemasyarakatan. Kehidupan sosial kemasyarakatan warga di sekitar kawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget pada awalnya sangat harmonis. Namun pasca adanya propaganda di media *online* kehidupan sosial kemasyarakatan di daerah tersebut tidak berjalan seperti semula. Merujuk pada pandangan Teori Perubahan Sikap Carl Hovland, sikap seseorang terbentuk, dan sikap tersebut dapat berubah melalui proses komunikasi. Sikap itu dapat mempengaruhi sikap tindak atau tingkah laku orang lain.

Teori ini pada dasarnya menyatakan bahwa seseorang akan mengalami ketidaknyamanan di dalam dirinya (*mental discomfort*) bila ia dihadapkan pada informasi baru atau informasi yang bertentangan dengan keyakinan. Dalam

kondisi ketidaknyamanan itu, seseorang akan berusaha secara sadar atau tidak untuk membatasi atau mengurangi ketidaknyamanan itu melalui proses selektif. Dalam konteks konflik keberagaman yang dikuatkan dengan propaganda, maka masyarakat melakukan perubahan pada dirinya karena adanya ketidaknyamanan masyarakat tersebut terhadap fenomena yang terjadi.

Kehidupan sosial kemasyarakatan mengalami perubahan dan itu dianggap sebagai suatu yang wajar terjadi. Berdasarkan pendapat tersebut maka seolah-olah kehidupan sosial masyarakat yang terpecah menjadi suatu harapan pelaku propaganda. Pengguna media sosial harus mengetahui bahwa sengketa pura Ranget sudah selesai. Kawasan tersebut sudah dibagi menjadi dua. Kawasan Kemaliq, saat ini dikelola oleh warga Suku Sasak beragama Islam dan bukan lagi dikelola oleh Suku Bali beragama Hindu.

Dampak Hukum. Munculnya propaganda di media *online* memberikan dampak hukum secara signifikan di masyarakat terutama pada hukum perdata. Propaganda media *online* yang dilakukan memberikan penyadaran kepada masyarakat tentang pentingnya bukti tertulis tentang keberadaan tempat ibadah. Propaganda pada media *online* menyadarkan masyarakat tentang pentingnya keberadaan sertifikat tanah tempat ibadah.

Dampak Ekonomi. Propaganda di media *online* juga berdampak pada kehidupan ekonomi masyarakat sekitar. Jumlah kunjungan wisatawan ke tempat wisata tersebut mulai berkurang. Biasanya di hari-hari libur banyak wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata tersebut, namun pasca konflik terjadi pengurangan sehingga pedagang mengalami kerugian di Dusun Ranget. Kunjungan wisatawan mulai berkurang, menyebabkan penjualan para pedagang berkurang pula. Hal ini tentunya mengganggu perekonomian warga yang mengandalkan kunjungan wisatawan sebagai sumber penghasilan

mereka.

Dampak Religiusitas. Propaganda media *online* dalam konflik keberagaman sangat berdampak pada religiusitas masyarakat. Kehidupan beragama masyarakat mulai menguat pasca konflik terjadi. Dari komunitas suku Sasak beragama Islam mulai semakin intens melakukan ritual keagamaan di kawasan yang mereka sebut sebagai *kemaliq* Ranget. Begitu pula bagi masyarakat Hindu semakin sering melakukan upacara keagamaan di kawasan Pura Ranget.

Kesimpulan

Propaganda media online menjadi salah satu yang mencederai keberagaman masyarakat di Dusun Ranget, Desa Suranadi, Kabupaten Lombok Barat. Propaganda tersebut memicu konflik keberagaman di kawasan wisata budaya dan keagamaan Dusun Ranget. Propaganda media *online* di kawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget disebabkan oleh beberapa hal, yaitu (1) Pemahaman yang belum lengkap tentang Peraturan Bersama Menteri Agama Nomor 9 Tahun 2006 dan Menteri Dalam Negeri Nomor 8 Tahun 2006; (2) Keinginan melestarikan tradisi leluhur; (3) Legalitas tanah tempat ibadah; (4) Respon cepat dan upaya cari panggung; (5) Kemudahan akses media sosial di tengah literasi media yang masih kurang; dan (6) Penguatan atas tindakan di dunia nyata.

Propaganda media *online* di kawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget teridentifikasi menjadi: (1) Propaganda berdasarkan media yang digunakan terdiri dari: (a) media sosial facebook dan WhatsApp serta; (b) media berbasis situs web (website) dengan *flatfom* blogspot; (2) Propaganda berdasarkan strategi yang dilakukan terdiri dari: (a) unggahan pada status Facebook; (b) komentar pada status Facebook; (c) berbagi situs dan *screenshot* unggahan di media sosial Facebook dan WhatsApp; serta (d) membingkai pesan dalam bentuk cerpen; (3) Propaganda berdasarkan bentuk

pesan terdiri dari: (a) foto; (b) tulisan; serta (c) foto dan tulisan. Kesimpulannya, propaganda media *online* di kawasan wisata budaya dan keagamaan di Dusun Ranget berdampak pada komunikasi dan sosial kemasyarakatan, hukum, ekonomidan religiusitas masyarakat.

Daftar Pustaka

- Affandi, M. (2017). *Komunikasi Propaganda Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Deepublish.
- Antara, M., & Yogantari, M. V. (2018). Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inspirasi Inovasi Industri Kreatif. *Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) 2018* (hal. 1-8). Denpasar: Sekolah Tinggi Desain Bali.
- Ardiwidjaja, R. (2020). *Pariwisata Budaya*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Bachtiar, A. Y., Perkasa, D. H., & Sadikun, M. R. (2016). Peran Media dalam Propaganda. *Jurnal Komunikologi*, 13(2), 78-89.
- Bagir, Z. A. (2011). Pluralisme Kewargaan: Dari Teologi ke Politik. Dalam Z. A. Bagir, A. G. Dwipayana, M. Rahayu, T. Sutanto, & F. Wajidi, *Pluralisme Kewargaan: Arah Baru Politik Keragaman di Indonesia* (hal. 1-36). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Erika Revida dkk. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Iwan. (2014). Menelaah Teori Kritis Jürgen Harbermas. *Jurnal Edueksos*, 3(2), 145-165.
- Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo). (2021). *Statistik Aduan*. Diambil kembali dari Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia: www.kominfo.go.id
- Malik, A. (2016). Agitasi dan Propaganda Media Sosial (Studi Kasus Cyberwar Antar-Netizen terkait Dugaan Penistaan Agama oleh Basuki Tjahaja Purnama). *Jurnal Lontar*, 4(3), 1-15.
- Morissan, Wardhani, A. C., & Hamid, F. (2017). *Teori Komunikasi Massa* (Ketiga ed.). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Palupi, R. (2019). Penyalahgunaan Media Sosial sebagai Alat Propaganda. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 69-76.
- Peraturan Bersama Menteri Agama Nomor 9 Tahun 2006 dan Menteri Dalam Negeri Nomor 8 Tahun 2006 Tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas Kepala Daerah/Wakil Kepala Daerah Dalam Pemeliharaan Kerukunan Umat Beragama, Pemberdayaan Forum Kerukunan Umat Beragama, Dan Pendirian Rumah Ibadat.
- Puspita, W. (2018). *Manajemen Konflik: Suatu Pendekatana Psikologi, Komuniikasi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Qarayeva, L., Yani, Y. M., & Setiabudi, W. (2021). Peran Media Sosial Sebagai Alat Propaganda dalam Konflik Nagorno. *Global Political Studies Journal*, 5(2), 161-175.
- Razaka, S. A. (2017). *Propaganda Media Online (Analisis Isi Pemberitaan Donald Trump Pad BBCIndonesia.com Periode Bulan Maret-Mei 2016)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Ready, A., & Rummyeni. (2016). Penggunaan Media *Online* sebagai Sumber Informasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP*, 3(1).
- Ridwan. (2015). Problematika Keragaman Kebudayaan dan Alternatif Pemecahan. *Jurnal Madaniyah*, 2, 254-270.
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Sholahudin, U. (2020). *Membedah Teori Kritis Mazhab Frankfurt : Sejarah,*

- Asumsi, Dan Kontribusinya Terhadap Perkembangan Teori Ilmu Sosial. *Journal of Urban Sociology*, 3(2), 71-89.
- Soekanto, S., & Sulistyowati, B. (2014). *Sosiologi Suatu Pengantar* (46 ed.). Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Sudarmanto, E. (2021). *Manajemen Konflik*. Yayasan Kita Menulis.
- Susan, N. (2014). *Pengantar Sosiologi Konflik*. Jakarta: Kencana.
- Tim Penyusun Kementerian Agama. (2019). *Moderasi Beragama*. Jakarta Pusat: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Tjahyadi, S. (2003). Teori Kritis Jurgen Harbermas: Asumsi-Asumsi Dasar Menuju Metodologi Kritik Sosial. *Jurnal Filsafat*, 34(2), 180-197.
- We Are Social. (2021). *Digital 2021*. Diambil kembali dari We Are Social: wearesocial.com