

Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siau

^{1*} Muhammad Naziful Haq

¹ Universitas Mercu Buana, Yogyakarta

Abstract Kelindan post-truth dan agama mencakup skala yang lebih luas dari sekedar hoax, berita bohong dan demagog, yakni meliputi: hal-hal halus seperti penyalahgunaan logika kebahasaan, sihir visualitas, dan ilusi kesakralan digital. Dalam konteks teraktual di Indonesia, praktik post-truth ‘halus’ berbasis agama itu populer digunakan oleh gerakan populisme kanan yang cenderung ambisius pada bentuk negara teokratik. Post-truth ‘halus’ yang seperti itu dikenal sebagai retorika post-truth. Pengejawantahannya merentang mulai dari komunikasi verbal-fisikal, hingga komunikasi daring berbasis multimedia. Untuk menguraikan hal tersebut, penelitian ini menggunakan caption Instagram Felix Siau sebagai bahan analisis. Felix Siau dinilai cukup representatif untuk menggambarkan patologi retorika post-truth karena pertama, ia mengakui kredensinya yang jauh dari kategori pakar. Kedua, ia mengakui tentang komitmen teokratiknya sendiri. Ketiga, jumlah followers Instagram 4.100.000. keempat, ia piawai dalam melakukan puitika multimedia daring. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil observasi daring. Adapun paradigma analisisnya menggunakan paradigma kritis. Pembahasan akan dimulai dari signifikansi konvergensi media terhadap dakwah. Setelah itu, retorika post-truth akan diuraikan dalam bingkai populisme kanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama, konvergensi media menyebabkan keketatan proses ekstraksi agama melonggar dan membuka peluang kelindan dengan politik melebar. Kedua, retorika post-truth berbasis agama di ruang digital kental dengan penggunaan puitika multimedia. Ketiga, retorika post-truth adalah salah satu bentuk komunikasi populis yang menggugah imaji dan emosi komunal.

Keywords: Retorika, Populisme Kanan, Post-Truth, Digital Dakwah

1. Research Background

Dalam satu dekade terakhir, media sosial adalah moda komunikasi yang paling dominan. Keberadaannya mendisrupsi seluruh aspek kehidupan masyarakat, mulai dari sosial, politik, ekonomi dan tidak terkecuali agama. Pada satu sisi, media sosial memudahkan

pemuka-pemuka agama untuk menyebarkan pesan-pesan damai. Tapi di lain sisi, sifatnya yang ‘multimedia’ memungkinkan untuk digunakan sebagai media fabrikasi kefiguran palsu. Irisan dua sisi ini menjadikan agama sebagai lokus strategis bagi praktik post-truth.

Pada dasarnya, praktik post-truth mencakup wilayah yang cukup luas. Pelintiran kebencian, berita bohong dan hoaks adalah beberapa praktik post-truth yang populer di kalangan umum. Tetapi, praktik post-truth dalam lokus agama

* Corresponding author: Muhammad Naziful Haq
m.nazifulhaq@gmail.com

Published online at <http://islamicinsights.ub.ac.id/2018-1>

Copyright © 2018 PSP2M UB Publishing. All Rights Reserved

tidak sepopuler tiga hal yang telah disebutkan tadi. Dalam bentuk yang paling mencolok, praktik post-truth di lokus agama meliputi: pemenggalan ayat Al-Qur'an atau Hadist Nabi demi tujuan yang kurang mulia, penafsiran Al-Qur'an atau Hadist Nabi tidak berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah, dan non-pakar tafsir/Islam berbicara tentang klaim-klaim ilahiyah demi mendulang popularitas publik.

Praktik post-truth dalam lokus agama sulit untuk diidentifikasi sebagai post-truth karena sakralitas yang ada pada teks agama memancarkan citra 'kebenaran mutlak.' Sakralitas yang beresonansi dengan virtualitas media sosial menjadi konten yang lolos dari kecurigaan. Tuduhan post-truth terhadap konten agama sering berujung pada konflik akibat fanatisme pada salah satu figure penceramah.

Pada skema makro, praktik post-truth dalam lokus agama semakin bertenaga saat berkelindan dengan politik. Kelindan politik terhadap lokus agama di Indonesia memiliki akar sejarah yang panjang, namun saat ini kelindan tersebut berwujud politik populisme; sebuah gaya atau manuver politik yang bergerak dalam bingkai antagonistik antara 'rakyat yang murni' dan 'elit yang korup' (Mudde & Kaltwasser, 2017). Populisme menyediakan wahana yang akuntabel bagi upaya-upaya delegitimasi Pancasila dan sistem demokrasi.

Terminologi populisme Islam kemudian menjadi populer sejak peristiwa Pilkada DKI Jakarta tahun 2016 hingga pasca Pemilu Presiden tahun 2019. Pada periode ini, praktik post-truth di lokus agama meradang. Peradangan ini adalah hasil dari respon gerakan Islamisme terhadap tiga patologi: kekuatan global (sekularisme,

liberalism, globalisasi, pasar bebas dan lain-lain), korosi di tubuh pemerintah era presiden Yudhoyono, dan desentralisasi korupsi di daerah (Kimura, 2017).

Pada tataran mikro, kondisi tersebut dikomodifikasi oleh politisi struktural (anggota ataupun calon partai, eksekutif, legislatif) dan politisi non-struktural (pemimpin kelompok, pemuka agama, dll.) sebagai bahan diskursus komunikasi politik di ruang maya (Vedi R, 2018). Melalui komodifikasi ini, bingkai antagonistik antara 'rakyat yang murni' dan 'elit yang korup' beserta 'liyan yang merebut kedaulatan' tercipta.

Di tataran mikro, retorika post-truth sebagai komunikasi politik dipraktikkan. Tulisan ini secara spesifik membahas bagaimana politisi non-struktural menyandarkan kutukan, hasutan dan disrupsi islami-nya pada patologi sosial sebagai justifikasi dalam upaya-upaya delegitimasi Pancasila dan sistem demokrasi. Sampel-sampel retorika post-truth diambil dari *caption* Instagram milik Felix Siauw.

Ada beberapa alasan mengapa sampel-sampel retorika post-truth diambil dari Instagram milik Felix Siauw. Instagram merupakan pionir media sosial berbasis visual. Visualitas dan digitalisasi adalah orientasi utama bagi masyarakat era digital. Berbeda dengan generasi pra-digital yang berfokus pada koherensi dan korespondensi suatu tulisan. Generasi digital fokus pada estetika, kegerlapan dan ke-*Instagram-an* suatu konten. Bagi generasi pra-digital, tulisan yang ditulis oleh pakar yang otoritatif adalah sumber rujukan utama. Tetapi, bagi generasi digital, *caption* adalah rujukan utama dan otoritas ditentukan oleh seberapa harmonisnya *caption* dan gambar, jumlah *followers/like*.

Dua implikasinya bagi lokus agama; *pertama*, berkurangnya pemuka agama muda yang mau menuliskan gagasan keagamaannya secara teruji otoritas keilmuannya. *Kedua*, meningkatnya tren *streaming*, *caption*, gambar dan video kliping tentang agama. Dan *ketiga*, karena visualitas digital telah sedemikian mendarah-daging, maka prasyarat keilmuan (*expertise*) menjadi pendakwah agama semakin terkikis. Berkat visualitas digital, menjadi pendakwah cukup ditebus dengan prasyarat visualitas diri dan konten.

Felix Siauw dianggap representatif untuk dianalisa *caption*-nya karena; *pertama*, komitmennya untuk merestorasi praktik keislaman agar kembali kepada Al-Qur'an dan *sunnah* tanpa mempedulikan rantai *sanad* dan tradisi keilmuan Islam yang telah tersedimen selama kurang lebih 1400 tahun. *Kedua*, ia pernah mengakui bahwa kapasitas keparakannya lebih rendah dibanding pemuka agama lain (Weng, 2018). *Ketiga*, *followers* Instagram-nya yang berjumlah kurang lebih 4.100.000 (. (Instagram, 2019). *Keempat*, Felix Siauw sangat menekankan keindahan kata-kata dan visual untuk memikat audiens (Weng, 2018). Dan *kelima*, Felix Siauw tidak ragu untuk menggugat status-quo secara kontroversial melalui klaim agama. Dan *kelima*, Felix Siauw tidak ragu untuk menggugat status-quo secara kontroversial melalui klaim agama (Weng, 2018).

Sebelum masuk pada analisis retorika post-truth, komparasi singkat antara *age of literacy* dan *age of digital* perlu dilakukan untuk memahami karakter pemuka agama dulu dan sekarang. Selain itu, komparasi ini juga bertujuan untuk memahami dampak konvergensi media terhadap hubungan tren dakwah visual dengan kognisi manusia. Setelah

melakukan komparasi perubahan media, analisis *caption* ditempatkan pada bingkai populisme kanan sebagai konteks makro. Pada tataran mikro, *caption* akan dianalisa *logos*, *pathos* dan *ethos*-nya. Melalui analisa ini, masalah penggunaan klaim agamis dalam melegitimasi kepentingan politik dan masalah tumpang tindih dimensi transeden-digital yang menyebabkan kerinduan *pseudo*-ilahiyyah akan ditarik benang merahnya.

2. Kerangka Teori

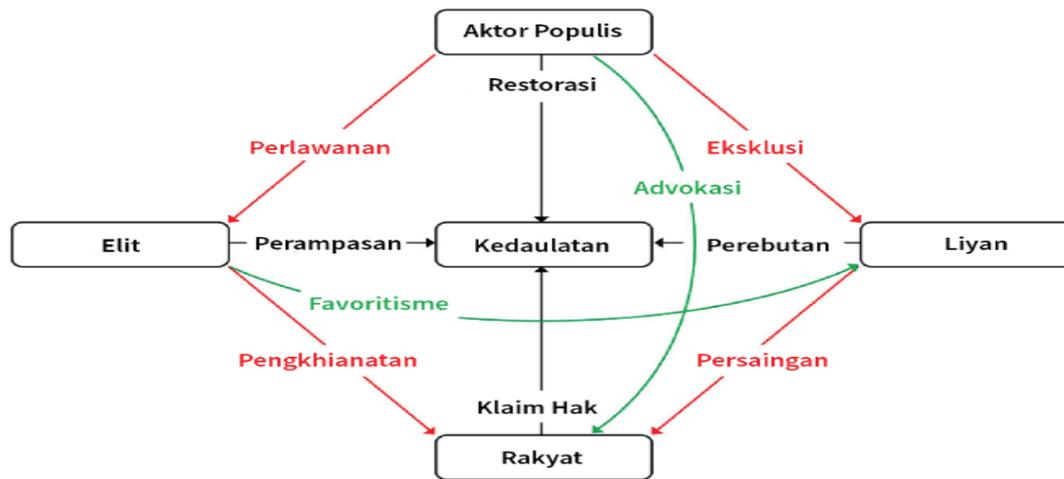
2.1. Islamic Populism

Populisme merujuk pada gaya, ideologi cair dan manuver politik yang bergerak pada bingkai antagonistik antara 'rakyat yang murni' dan 'elit yang korup' (Mudde & Kaltwasser, 2017). Untuk mendefinisikan 'rakyat yang murni,' populisme membutuhkan 'Si Liyan yang merebut kedaulatan.' Populisme berdiri pada *political opportunity structure* dan *discursive opportunity structure*. (Engesser, Nayla, & Larsson, 2017).

Political opportunity structure adalah bentuk sistem politik dan hubungan antar aktor politik yang ada di suatu negara. *Political opportunity structure* bisa berbentuk sosialisme, demokrasi, komunisme dan lain-lain. *Political opportunity structure* juga mencakup struktur relasi antar elemen yang memiliki kuasa. Baik itu kuasa struktural seperti eksekutif, legislative, yudikatif dan partai-partai, maupun kuasa non-struktural seperti ras atau agama apa yang paling dominan. Dari uraian *political opportunity structure* ini, aktor populis bisa lahir dari posisi struktural (calon presiden, elit partai, anggota legislatif, dan lain-lain) ataupun dari posisi non-struktural (pemimpin kelompok, pemuka agama, dan lain-lain) (Engesser, Nayla, & Larsson, 2017). Tiap-tiap posisi memiliki kekuasaan dan legitimasi yang

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-40.



Gambar 1. Model heuristik populisme (Engesser, 2017)

berbeda dalam membawakan diskursus tertentu.

Discursive opportunity structure merujuk pada kesempatan politik yang muncul karena dominasi atau relasi suatu diskursus. Dominasi atau relasi suatu diskursus mendefinisikan ke-siapa-an seseorang dan kelompok, karena salah satu faktor kohesi sosial adalah kesamaan pengetahuan/konsern (Engesser, Nayla, & Larsson, 2017). Dari dinamika ini, individu di posisi struktural ataupun non-struktural akan tersortir mana yang termasuk ‘elit yang korup’ (musuh rakyat) dan mana yang termasuk ‘Si pembela rakyat yang murni’ (aktor populis). Pada tataran kelompok, akan tersortir mana yang termasuk ‘rakyat yang murni’ dan mana yang termasuk ‘Si Liyan perebut kedaulatan.’ Dari dinamika ini juga muncul diskursus mana yang mampu mendisrupsi kesadaran rakyat, sehingga tindakan delegitimasi terhadap ideologi ataupun status-quo yang sedang berdaulat bisa dijustifikasi.

Seiring dengan perkembangan zaman, praktik komunikasi antara aktor populis dan rakyat berubah. Era digital telah mengganti gaya komunikasi berbasis mimbar, koran ataupun pamphlet dengan gaya komunikasi

daring yang bersifat langsung dan *real-time*. Selain itu, sifat komunikasi daring yang bisa digunakan dan ditujukan oleh/kepada siapapun turut membebaskan penggunaannya dari sensor jurnalistik ataupun editor. Perkembangan ini disebut sebagai *online opportunity structure*, konsep yang meliputi faktor inheren yang ada pada media daring seperti potensi intertekstualitas konten, pembangunan figure diri secara daring dan kontigensi makna.

Populisme bagi negara otoritarian adalah kemajuan, namun bagi negara demokrasi adalah kemunduran. Penandaan ‘rakyat yang murni’ dan ‘Si Liyan perebut kedaulatan’ bergantung pada *political* dan *discursive opportunity structure*. Dalam konteks Indonesia, ‘rakyat yang murni’ ditandai dengan penanda ‘*ummah*’ dan ‘Si Liyan perebut kedaulatan’ ditandai dengan penanda ‘*kafir, non-muslim, Cina*.’ Hal ini menjelaskan sifat cair populisme.

Online opportunity structure membebaskan aktor populis untuk mengirim pesan apapun. Kebebasan daring mendorong aktor populis untuk menyiarkan pesan tanpa kepedulian etika. Di lain sisi, aktor populis cenderung melakukan simplifikasi, eksploitasi

emosional dan membingkai masalah secara hitam-putih. Hal ini dapat diidentifikasi melalui kontennya yang memiliki karakteristik klaim sebagai berikut: menekankan kedaulatan rakyat, memposisikan diri sebagai advokat rakyat, anti-elit, menyalahkan liyan, menggugah kerinduan tokoh atau kondisi di masa lalu. Karakteristik ini menimbulkan masalah. Post-truth memang bukan unsur inheren populisme, tetapi karena perkembangan zaman, populisme identik berjalan beriringan.

2.2 Retorika Post-Truth

Retorika telah lama digunakan sejak zaman kaum sofis kuno hingga spin-doctor di era postmodern untuk menggapai kepentingan tertentu dengan memainkan emosi audiens. Retorika selalu terikat dengan konteks keadaan suatu wilayah dan masa. Retorika telah sejak lama dianggap sebagai upaya penalaran relatif (*relativist reasoning*). Bentuknya tidak hanya sebatas komunikasi verbal diatas mimbar atau di podium debat, namun juga meliputi tulisan di media massa, siaran di radio dan televisi, dan status-status di media sosial. Saat retorika berpadu dengan politik, maka retorika tidak bisa dijadikan sebagai acuan mutlak dalam mencari 'benar dan salah' (Turnbull, 2017) Bila sains menentukan fakta empiris, dan filsafat metafisik menentukan kebenaran universal, maka tidak ada yang tersisa bagi retorika selain mendandani fakta dan realita menjadi kata-kata yang indah dan persuasif (McComiskey, 2017).

Dalam lokus politik, retorika bisa menempatkan audiens pada titik kontingensi. Di titik kontingensi, audiens dihadapkan pada serangkaian probabilitas pemaknaan dan intertektualitas konten. Kondisi ini semakin kompleks berkat media sosial

yang menawarkan probabilitas yang tak terbatas. Munculnya probabilitas yang tak terbatas disebabkan oleh konfigurasi personal yang dilakukan oleh algoritma, rekomendasi dari kerabat, dan lautan informasi.

Meskipun retorika sering diasosiasikan sebagai alat komunikasi politik yang terkesan tidak beretika, tetapi pada dasarnya, asersi yang mengandung fakta, realita dan kebenaran universal (rangkaiannya epistemologis) adalah faktor inheren yang seharusnya tidak didiskon (McComiskey, 2017). Pendiskreditan terhadap rangkaian epistemologis mengubah retorika yang beretika menjadi retorika post-truth. Dalam ilmu bahasa, post-truth adalah sebuah kondisi ketika bahasa tidak lagi merujuk pada fakta, realita dan kebenaran universal (McComiskey, 2017). Retorika post-truth memiliki empat karakteristik yang saling berkaitan satu sama lain: *logos*, *ethos*, *pathos* dan *bullshit*.

Bagi retorika, *logos* adalah elemen yang harus diutamakan sebelum *ethos* dan *pathos*. *Logos*, atau alur logika premis, menjaga keselarasan bagaimana sebuah susunan premis ditempatkan, dan menjaga koherensi, korespondensi dan korelasi antara premis dan realita. Menurut Ilan Zvi Baron, argumen yang baik bukanlah argumen yang didukung oleh banyak fakta, yang sederhana, atau yang alur logika-nya kokoh. Argumen yang baik adalah argumen yang disusun oleh seseorang yang memahami premis metodologis: yakni memahami konteks dan tujuan teori (bila retorikanya mengutip teori tertentu) dan memahami bagaimana proses produksi pengetahuan terjadi (Baron, 2018). Bagi retorika post-truth, hanya ada dua nasib bagi *logos*. Nasib *pertama*, *logos* digunakan sebagai instrumen untuk menjustifikasi

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-40.

kebenaran sepihak. Penggunaannya bisa meliputi: adu *logos* dari dua kosmos yang berbeda (umpamanya kosmos Islam versus kosmos agama selain Islam), dan *pseudo-rational*, yakni penyalahgunaan korespondensi, koherensi dan korelasi premis terhadap realita. Dan nasib yang *kedua*, *logos* dikesampingkan dan tidak dipedulikan sama sekali karena *logos* sengaja dikubur oleh *ethos* dan *pathos* pasca-kebenaran (McComiskey, 2017).

Ethos (kredibilitas) berkaitan secara inheren dengan kepribadian seseorang. Pengertian *ethos* pasca-kebenaran terangkum dalam sebuah pertanyaan berikut “bila *ethos* dan kepribadian saling berkaitan, dan kredibilitas didasarkan pada respon audiens terhadap si pembicara, lantas apa yang akan terjadi pada *ethos* bila si pembicara selalu akting, dan selalu menampilkan kepribadian apapun yang dianggap efektif untuk menaklukkan situasi retorik tertentu?” *Ethos* pasca-kebenaran adalah pertunjukan kredibilitas yang tidak mempedulikan apakah kredibilitasnya asli atau palsu. *Ethos* pasca-kebenaran menggelapkan *logos*, dan *pathos* pasca-kebenaran memupuk kegelapannya.

Pathos pada umumnya dipahami sebagai kemahiran dalam memikat emosi audiens. *Pathos* dipraktikkan dengan menggunakan pilihan diksi tertentu, majas, metafora ataupun gestur tertentu yang ekspresif. Dengan kata lain, *pathos* adalah upaya seorang retor untuk mengontrol kepercayaan audiens melalui tampilan emosi. Di tataran *pathos* pasca-kebenaran, upaya-upaya tersebut dilakukan dengan cara-cara yang tidak etis, seperti: *name-calling*, satir, mengutip berita bohong, penggunaan metafora yang *fallacy*, penggunaan diksi-diksi hiperbolik, dan lain-lain.

Karakter retorika post-truth lainnya adalah *bullshit*: misrepresentasi yang menipu, kebohongan pendek, melalui kata-kata atau tindakan yang megah dari pikiran, perasaan ataupun sikap seseorang (Frankfurt, 2005). *Bullshit* tidak sama dengan berbohong. Orang yang melakukan *bullshit* tidak peduli dengan kebenaran atau kebohongan, tapi pembohong peduli. Di zaman pra-post-truth, audiens masih memiliki kepedulian pada fakta, realita dan kebenaran. *Bullshit* dikatakan berhasil bila: *pertama*, audiens mempercayai *bullshit* sebagai kebenaran. *Kedua*, audiens salah paham tentang motivasi si *bullshiter*. Berbeda dengan zaman pra-post-truth, bagi era post-truth, kepedulian audiens terhadap fakta, realita dan kebenaran telah hilang. Tidak hanya itu, tapi juga *bullshit* telah menjadi norma publik karena orang-orang mencari informasi hanya untuk mendukung kepercayaan pribadinya (McComiskey, 2017).

3. Diseminasi Agama: Dulu dan Sekarang

Signifikansi proses diseminasi agama melalui media digital sering dipahami hanya sebatas pada permasalahan hoaks, pelintiran dan demagog. Padahal, signifikansi yang paling esensial dari diseminasi agama melalui media digital adalah masalah tekstualitas agama, habitus kognisi dan gerhana kepakaran (eclipse of expertise). Masalah tekstualitas agama mencakup tentang bagaimana transformasi konten agama mempengaruhi kognisi audiens. Sedangkan masalah habitus kognisi mencakup tentang bagaimana kognisi audiens terdikte oleh grammar teknologi digital dalam memahami agama. Sementara itu, Masalah kepakaran mencakup tentang parameter dan kredibilitas keilmuan seorang

pendakwah. Untuk mengetahui signifikansi tersebut, komparasi antara age of literacy dan digital age perlu dilakukan.

Age of literacy, atau era ketika mesin cetak (printing press), dan kegiatan tulis-menulis serta tradisi oral menjadi satu-satunya media komunikasi. Di era ini, kegiatan berdebat, mengomentari, menyusun dan menyusuri gagasan adalah kegiatan yang lumrah dilakukan oleh masyarakat. Meskipun age of literacy juga mendapat kritik dari beberapa kisah mitologi, yang mengatakan bahwa 'tulisan' hanya akan membuat orang menjadi malas untuk mengandalkan pikirannya, dan 'tulisan' juga dinilai berbahaya karena 'tulisan' menyajikan informasi yang lepas dari konteks asalnya (Postman, 1992). Tapi meskipun mendapat kritik, masyarakat *age of literacy* dikenal dengan karakter pikiran yang analitik: teliti dalam hal koherensi, korespondensi dan korelasi; dan juga dikenal memiliki kemampuan manajemen pengetahuan yang rapih (Postman, *Amusing Ourselves to Death*, 1985). Di barat, era ini dapat dikatakan merentang sejak mitos penciptaan tulisan muncul hingga sebelum ditemukannya telegraf. Secara prinsip, era ini berlaku bagi semua peradaban di belahan dunia manapun.

Berkaitan dengan diseminasi konten agama di Indonesia, sample generasi pemuka agama yang cukup representatif untuk analisa ini adalah mereka yang berdakwah pada kisaran akhir abad 18 hingga awal abad 20. Pada periode ini, ada beberapa konsensus tak tertulis bagi para pemuka agama dan masyarakat, yaitu: *pertama*, agama harus ditransmisikan melalui tatap muka antara pendidik dan santri. *Kedua*, agama diajarkan dalam bentuk paket yang tidak terdikotomi dengan ilmu non-agama.

Pengajaran paket ini meliputi rumpun ilmu bahasa: *nahwu* (gramatika), *shorof* (perubahan kata) dan *balaghob* (retorik). Rumpun ilmu filsafat dan metafisik: *mantiq* (logika), *tauhid* (ketuhanan), ushul fiqh (prinsip pengambilan hukum). Rumpun ilmu keislaman: tafsir hadist dan Al-Qur'an, *tajwid*, *fiqh* (hukum) dan *tasawuf*. *Ketiga*, adanya komitmen kesinambungan rantai keilmuan dan rantai spiritual dengan 'yang terdahulu'. *Keempat*, pengakuan paling fundamental terhadap kapasitas keilmuan seorang santri diukur berdasarkan beberapa parameter: penguasaan ilmu bahasa dalam membaca kitab, dan penguasaan tajwid dalam membaca Al-Qur'an. Pengakuan terhadap kapasitas keilmuan seorang santri juga dilakukan melalui '*peer-review*' dan pemberian ijazah. *Kelima*, adanya tradisi mengomentari dan menyrahi kitab.

Pada tataran ini, ibarat dua sisi koin, tekstualitas agama yang mencakup dimensi rantai kesinambungan dengan 'yang terdahulu,' dan yang mencakup dimensi tekstualitas materil adalah dua sisi yang tidak terpisahkan. Di masa *age of literacy*, hanya ada dua subjek yang berinteraksi dengan tektualitas/konten agama: guru dan santri. Si guru mentransmisikan horizon pemahamannya ke pikiran si santri, dan si santri kemudian mencerpnya berdasarkan horizon pengetahuan yang ia miliki. Dalam proses transmisi ini, kedua subjek akan terlibat pada proses dinamika antara kesinambungan 'rantai keilmuan terdahulu' dan refleksi atas realita yang mereka saksikan sekarang.

Sedangkan di era digital, subjek yang berinteraksi dalam proses transmisi ilmu tidak lagi dua, tapi tiga. Hal ini disebabkan oleh prosesnya yang termediasi. Subjek ketiga ini adalah algoritma. Ketika si guru mengunggah

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-40.

pemahamannya, pemahamannya akan berubah menjadi informasi yang lepas dari ‘rantai keilmuan terdahulu.’ Rantai yang terlepas adalah rantai transeden dan rantai kesinambungan konteks pemahaman terdahulu. Padahal, dua rantai ini adalah rantai yang bertubuh pada si guru. Dengan kata lain, unggahan si guru adalah bentuk reproduksi pengetahuan yang tidak lagi bertubuh pada horizon pemahamannya. Keterputusan konten dengan horizon pemahaman si guru kemudian diambil alih oleh algoritma.

Algoritma mengambil alih horizon pemahaman dengan cara menyediakan konten-konten yang telah terpersonifikasi. Bentuk konten yang merentang mulai dari teks, suara, gambar dan video ini menyediakan konstruk mental-model pra-pemahaman. Berkaitan dengan hal ini, berbeda dengan *age of literacy* yang sebatas khawatir terhadap lepasnya informasi dari konteks, di era digital, informasi justru mengalami dekontekstualisasi. Artinya, proses transmisi ilmu dari ruang digital ke si santri memiliki konteks yang bergantung pada personifikasi hasil rangkitan algoritma, dan tidak semapan proses transmisi tradisional.

Selain itu, di era digital, horizon pemahaman si santri juga mengalami pelebaran. Horizon pemahaman si santri tidak lagi sebatas apa yang terindeks di dalam pikirannya dan tidak lagi sebatas percepatan indranya. Tetapi di era digital, horizon pemahaman si santri juga mencakup semesta konten yang telah diorganisir oleh algoritma sebagai dunia hybrid. Kekhawatiran *age of literacy*, bahwa ‘tulisan’ akan menggantikan fungsi ingatan manusia,

Sifat agama yang mencakup yang rasional dan suprarasional, namun tidak

diperlakukan secara irrasional, mengalir pada tiap pengejawantahan konsensus ini. Konsensus-konsensus tak tertulis tersebut dipraktikkan di bawah semangat bermadzhab. Konsensus-konsensus tak tertulis ini menandakan bahwa diseminasi agama di era literasi sangat menjunjung tinggi nilai kepakaran, nilai kredibilitas dan kekokohan tekstualitas. Umpamanya konsensus kesatu—tentang diseminasi secara tatap muka—, yang merupakan bentuk komitmen para guru agama terhadap kosmos Islam yang menganggap bahwa ilmu itu suci, maka si pengajar dan si murid dituntut harus dalam keadaan suci ketika hendak melakukan transmisi ilmu. Selain itu, mengingat sifat ‘tulisan’ yang *contextless*, maka konsensus kesatu dan kedua, adalah bentuk komitmen untuk menjaga kekokohan tekstualitas agama dan menghindari misinterpretasi/malinterpretasi ilmu yang ditransmisikan.

Pada tataran ini, ibarat dua sisi koin, tekstualitas agama yang mencakup dimensi rantai kesinambungan dengan ‘yang terdahulu,’ dan yang mencakup dimensi tekstualitas materil adalah dua sisi yang tidak terpisahkan. Di masa *age of literacy*, hanya ada dua subjek yang berinteraksi dengan tektualitas/konten agama: guru dan santri. Si guru mentransmisikan horizon pemahamannya ke pikiran si santri, dan si santri kemudian mencerapnya berdasarkan horizon pengetahuan yang ia miliki. Dalam proses transmisi ini, kedua subjek akan terlibat pada proses dinamika antara kesinambungan ‘rantai keilmuan terdahulu’ dan refleksi atas realita yang mereka saksikan sekarang.

Sedangkan di era digital, subjek yang berinteraksi dalam proses transmisi ilmu tidak lagi dua, tapi tiga. Hal ini disebabkan oleh prosesnya yang

termediasi. Subjek ketiga ini adalah algoritma. Ketika si guru mengunggah pemahamannya, pemahamannya akan berubah menjadi informasi yang lepas dari ‘rantai keilmuan terdahulu.’ Rantai yang terlepas adalah rantai transeden dan rantai kesinambungan konteks pemahaman terdahulu. Padahal, dua rantai ini adalah rantai yang bertubuh pada si guru. Dengan kata lain, unggahan si guru adalah bentuk reproduksi pengetahuan yang tidak lagi bertubuh pada horizon pemahamannya. Keterputusan konten dengan horizon pemahaman si guru kemudian diambil alih oleh algoritma.

Algoritma mengambil alih horizon pemahaman dengan cara menyediakan konten-konten yang telah terpersonifikasi. Bentuk konten yang merentang mulai dari teks, suara, gambar dan video ini menyediakan konstruk mental-model pra-pemahaman. Berkaitan dengan hal ini, berbeda dengan *age of literacy* yang sebatas khawatir terhadap lepasnya informasi dari konteks, di era digital, informasi justru mengalami dekontekstualisasi. Artinya, proses transmisi ilmu dari ruang digital ke si santri memiliki konteks yang bergantung pada personifikasi hasil rangkitan algoritma, dan tidak semapan proses transmisi tradisional.

Selain itu, di era digital, horizon pemahaman si santri juga mengalami pelebaran. Horizon pemahaman si santri tidak lagi sebatas apa yang terindeks di dalam pikirannya dan tidak lagi sebatas percepatan indranya. Tetapi di era digital, horizon pemahaman si santri juga mencakup semesta konten yang telah diorganisir oleh algoritma sebagai dunia hybrid. Kekhawatiran *age of literacy*, bahwa ‘tulisan’ akan menggantikan fungsi ingatan manusia, telah berevolusi (Postman, 1992). Media digital dengan

perangkat dan piranti cerdasnya tidak hanya menawarkan fungsi pengganti ingatan manusia, tapi juga menawarkan fungsi pengganti kemampuan berpikir. Algoritma memperlebar horizon pemahaman dengan menyediakan ‘dunia’ yang terfragmentasi dan dengan menyediakan ‘jasa’ layanan berpikir. Pada lingkup yang lebih luas, kondisi ini bisa dipahami melalui tagline “bagaimana teknologi meretas pikiran kita” (Rutkowski & Saunders, 2019).

Di masa *age of literacy*, proses transmisi ilmu agama dikawal oleh keketatan ilmu bahasa, logika, ilmu perubahan kata, etika, dan lain-lain. Karena tidak melibatkan entitas masinal, maka kegiatan membandingkan, menguraikan dan menganalisa tokoh/pemikiran/hasil telaah terdahulu adalah bagian inheren dari proses transmisi tradisional. Dengan demikian, sifat agama yang mencakup apa yang rasional dan suprarasional—namun tidak berarti irrasional—benar-benar dijunjung tinggi. Oleh sebab itu, tekstualitas agama di masa *age of literacy* jauh lebih kokoh dibanding di era digital.

Berbeda dengan *age of literacy*, transmisi ilmu agama di era digital, selain mengalami tambahan horizon pemahaman masinal, transmisi ilmu agama juga tidak memiliki pengawalan. Pada titik ini, proses transmisi ilmu agama berbasis digital menempatkan si santri pada penawaran probabilitas makna yang tidak terbatas. Sifat agama yang mencakup apa yang rasional dan suprarasional—namun tidak berarti irrasional—harus disesuaikan dengan *grammar* dunia digital yang bersifat multimedia.

Dari situ, ambiguitas antara puitika multimedia dan transedentalitas agama, lahir (Boorstin, 1992).

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-40.

Ambiguitas ini umpamanya dapat dipahami melalui pertanyaan: apakah efek cahaya hasil *photoshop* cukup representatif untuk mewakili transedentalitas asli? Atau, apakah menulis ayat agama di kolom komentar adalah sama transeden-nya dengan mengucapkan ayat agama di dunia nyata? Atau, apakah nilai transeden wajah seorang ahli agama masih tetap berlaku bila wajahnya muncul di *explore-feeds* Instagram? yang notabene-nya harus bersebelahan dengan gambar entertainer, selebgram, pelatih fitness dan lain-lain.

Ambiguitas tersebut membuka peluang bagi *non-credential preacher* untuk ikut mendiseminasi ilmu agama. *Non-credential preacher* bisa sesederhana menambal kekurangan kemampuan metodologisnya dan menutup kesakralan nilai transeden agama dengan puitika multimedia. Pseudo-pakar bisa berubah menjadi ‘pakar’ dengan bantuan puitika multimedia yang didukung oleh *multimodality-social media*. Multimodality-social media adalah entitas-entitas penyusun media sosial, seperti: kolom komentar, tombol like, tombol inbox, tombol bagikan, layout halaman beranda, emotikon, stiker, filter, augmented stiker, dan lain-lain. Di *multimodality-social media*, voting penentuan pakar atau tidaknya seseorang, difasilitasi. Sebagaimana yang akui oleh Felix Siau “Setiap orang bisa melakukan dakwah. Dakwah itu semudah memberikan *like*” (Weng, 2018). Puitika multimedia akan lebih bertenaga jika bersanding dengan kemampuan memilih dalil/ayat/hadist tertentu dan dengan orientasi politik tertentu. Dengan demikian, Konsekuensinya, masalah konvergensi tekstualitas agama tidak hanya melahirkan ambiguitas antara puitika multimedia dan transedentalitas agama.

Tapi juga memantik ambiguitas antara kebenaran berbasis metodologi dan kebenaran berbasis puitika emosi.

4. Retorika Post-Truth Felix Siau

Salah satu perbedaan signifikan antara retorika post-truth berbasis Instagram dan retorika tradisional adalah: struktur konteksnya. Bagi retorika tradisional, konteks berbentuk linear. Artinya, si pembicara dan si audiens berada pada satu horizon mental tertentu yang sama. Sedangkan bagi retorika post-truth, konteks justru berbentuk seperti lapisan bawang, dan bersifat dinamis. Artinya, tiap-tiap lapisan itu memiliki dinamikanya masing-masing dan memiliki kekuatan konstruk mentalnya masing. Tidak hanya si pembicara dan audiens secara umum yang berada di horizon mental yang berbeda, tapi juga tiap-tiap audiens berada pada horizon mental yang berbeda satu sama lain.

Gambar 2 diolah berdasarkan prinsip dunia digital yang mendekontekstualisasi informasi. Lapisan A adalah dunia nyata *an sich*. Lapisan B merujuk pada kumpulan gambar di *explore feeds* Instagram yang berperan sebagai ‘konteks’ sintesis hasil konstruksi algoritma tersusun dari preferensi *image grammar* si pemilik akun (*color tone*, perspektif pengambilan gambar, gestur *motion*, dan lain-lain). Di lapisan C, *image grammar* berperan sebagai pedoman mental model audiens dalam memahami informasi yang disampaikan oleh si pemilik akun (*rbetor*). Ada dua kemungkinan relasi dari tiga lapisan itu. *Pertama*, lapisan B dan C lebih dominan mewarnai pemahaman audiens terhadap informasi dan status-quo. Atau *kedua*, sebaliknya.

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siau. *Islamic Insights Journal*. 2019; Vol. 1(2): PP 21-41.

<i>Tujuan</i>	<i>Deskripsi</i>	<i>Historical Place</i>	<i>Colossality</i>	<i>Pious Groupie</i>	<i>Casualness</i>
Penguatan ketokohan diri	Meningkatkan kredibilitas	•	•	•	
	Penguatan <i>ethos</i>	•	•		
	Penegasan posisi diri		•	•	
	Penegasan segmentasi audiens				•
	<i>Youth friendly</i>				•
Menggugah imajinasi komunal	Penyubur kerinduan masa lalu	•	•		
	Optimisme/Pesimisme masa depan	•	•	•	

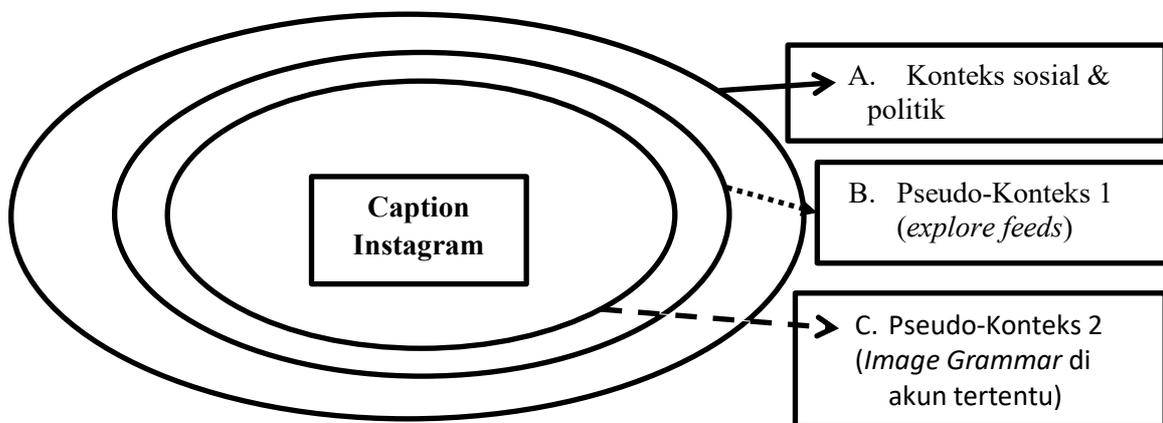
Table 1. Image Grammar Felix Siau

Bila merujuk pada hasil-hasil riset tentang tren dakwah visual (Meyer, 2010), dan merujuk pada tren kohesi sosial berbasis kesamaan emosi (Kalpokas, 2019), maka, yang umumnya terjadi saat ini adalah relasi yang pertama. Berkaitan dengan hal ini, *ethos* post-truth dibentuk oleh *rhetor* melalui fabrikasi di tiga lapisan itu. Retorika post-truth yang kental visualitas beririsan dengan bagaimana aktor populis membangun ‘ke-tokoh-an’ dirinya dan beririsan dengan bagaimana ‘pesan’ yang mengandung kekuatan disrupsi disebarkan.

Dari pemaparan singkat di atas,

utama visualitas, yakni: membangun pseudo-context dan membangun ethos. Praktik konstruksi pseudo-context dan fabrikasi ethos bisa dipahami lebih jauh melalui pembedahan *image grammar* Felix Siau. Penulis memetakan bahwa ada empat *grammar* utama yang diekshibisi Felix Siau: (1) *historical place*, (2) *pious groupie*, (3) *casualness*, dan (4) *colossality*. Empat *grammar* tersebut memiliki fungsinya masing-masing (lihat table 1).

Pertama, *historical place*, atau tempat bersejarah. Instagram Felix Siau banyak memuat tempat-tempat bersejarah, mulai dari Masjid Kauman Kraton Yogyakarta, hingga Hagia Sofia



Gambar 2 Model lapisan konteks di Instagram

dapat disimpulkan bahwa ada dua fungsi di Istanbul, Turki. Ada beberapa sudut

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siau. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-40.

estetika yang digunakan Felix Siauw dalam mengabadikan tempat bersejarah, yakni: landscape sebagai latar dibelakang dirinya, panoramic, dan frog eye-angle. Namun, selain itu, Felix Siauw juga melakukan rekonstruksi visual dengan membuat kartun berlatar tempat/kisah bersejarah. Penggunaan sudut estetika tersebut berfungsi untuk memperkuat ‘tokoh diri’ sebagai subjek utama dalam kesinambungan antara masa lalu, masa kini dan masa depan. Gambar-gambar historis memberikan konteks bagi audiens untuk memahami caption yang ditulis oleh Felix Siauw.

Neil Postman dalam bukunya yang berjudul *Amusing Ourselves to Death* (1985) mengatakan bahwa gambar telah menggeser posisi fakta. Fakta yang tadinya an sich, kini harus bergeser ke posisi yang rancu. Karena pada satu sisi, gambar seakan mengandung fakta, tapi di lain sisi, gambar juga memberikan konteks—atau lebih tepatnya pseudo-context—pada tulisan (caption), yang di saat yang sama juga seakan menuturkan fakta. Namun karena posisi caption yang lebih inferior dibanding gambar, maka fakta terdistorsi.

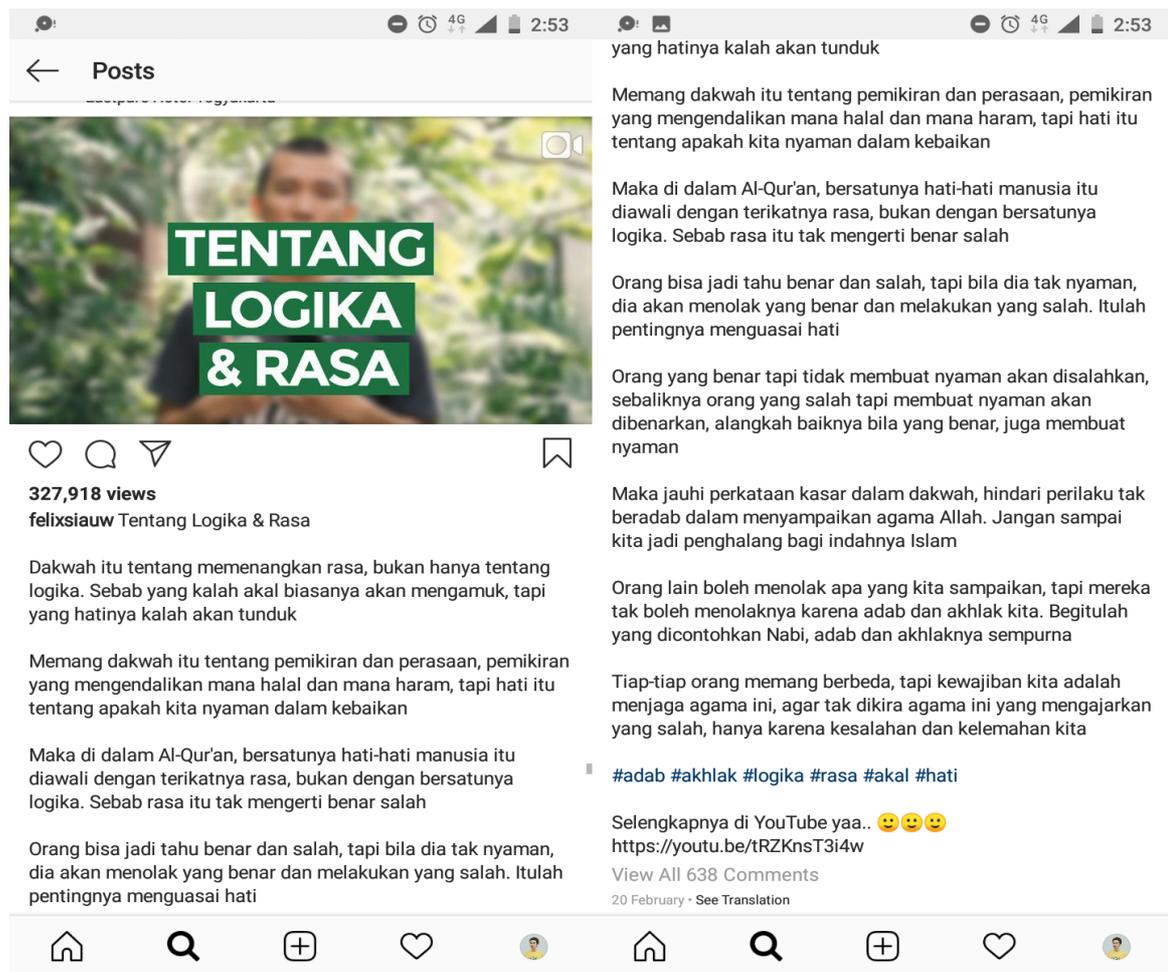
Ada dua cara Felix Siauw dalam mengakumulasi kredibilitas sebagai spokesperson sejarah Islam, yakni: pertama melalui ekshibisi visual perjalanan jauh ke tempat bersejarah, dan kedua, melalui eksplanasi caption. Melalui eksposisi historis—baik visual maupun naratif—yang ia tampilkan, kurangnya kredensial dalam menceritakan seluk-beluk sejarah Islam bisa tertolong dengan visualitas sejarah. Persaingan pasar antar penceramah yang bertumpu pada kredensi keilmuan dapat dimenangkan Felix Siauw dengan mengganti prinsip “lama-nya pergulatan studi sejarah Islam” dengan prinsip “seberapa jauh jarak yang rela

ditempuh.” Dari kredensi sebagai spokesperson yang telah ia menangkan, maka di saat yang sama pula, ethos pun terbangun. Selain itu, lokus historical place juga menjadi titik pivot untuk memiliki karakteristik populisme yang cenderung menggugah kerinduan masa lalu dan menggugah imaji komunal.

Kedua, colossality, atau ke-kolosal-an. Instagram Felix Siauw juga memuat gambar-gambar kolosal kerumunan muslim, baik itu di Monas, Stadion atau di pelataran tempat tertentu dengan atribut-atribut Islam yang bertebaran. Sudut estetika yang digunakan biasanya berupa bird-eye, panoramic dengan titik fokus one-person, dan above-head view. Berkaitan dengan hal ini, kacamata semiotik juga mungkin akan menghitung atribut-atribut lain seperti mikrofon, pose tubuh, warna putih yang dominan, arah pandangan massa, color-tone, dan hierarki antar objek (Felix Siauw, orang lain, dan benda-benda sekitar) sebagai elemen-elemen pembentuk konteks dalam memahami caption. Kacamata semiotik akan mengarahkan atribut-atribut tersebut pada representasi kekuatan Islam, prospek kejayaan masa depan, dan penegasan posisi Felix Siauw sebagai sumber yang otoritatif.

Ethos Felix Siauw sebagai religious spokesperson yang kredensial, selain terselamatkan oleh komitmen berkunjung ke objek sejarah, juga diperkuat dengan colossality. Pada tataran ini, Felix Siauw menyangga keparakannya pada kecenderungan ad populum.

Ketiga, pious groufie. Berbeda dengan colossality yang elemen-elemen pembentuk konteksnya terdiri dari



Gambar 3. Caption 20 Februari 2019

manusia dan non-manusia (benda, cahaya, warna, dll.), pious groupie memberikan konteks bagi caption melalui hierarki antar persona. Penegasan posisi Felix Siauw sebagai pemuka agama bergantung pada tinggi-rendahnya hierarki hubungan dirinya dengan orang lain. Hierarki yang ditampilkan pious groupie juga mendefinisikan posisi dan peran sosial Felix Siauw. Dari pious groupie, audiens mendapatkan referensi untuk memahami 'ke-siapa-an' Felix Siauw. Selain itu, audiens juga mendapatkan gambaran tentang afiliasi kelompok dan penanda 'in-group/out-group.'

Keempat, casualness, atau ke-kasual-an, ke-santai-an. Casualness tersirat pada gambar-gambar kartun, tipografi, dan

kegiatan-kegiatan yang sedikit—atau bahkan tidak—berkaitan dengan agama, umpamanya: skateboard, basket, touring, traveling, ngafe, dan lain-lain. Casualness menarik bagi audiens kalangan muda. Casualness yang diimplementasikan Felix Siauw berhasil mendekonstruksi 'citra' agama yang mulanya sakral, serius, ilahiyah, ketat, kolot dan kompleks menjadi santai, muda, instan dan pasti. Di masa age of literacy, agama diekstrak melalui artikulasi keketakan berbahasa dan logika yang ekstensif. Tapi ekstraksi agama yang ditawarkan oleh casualness mengartikulasikan pentingnya kemampuan desain grafis dan content writing yang instan.

Casualness juga menjadi ekspresi identitas beragama masyarakat kota yang

Cite this as:

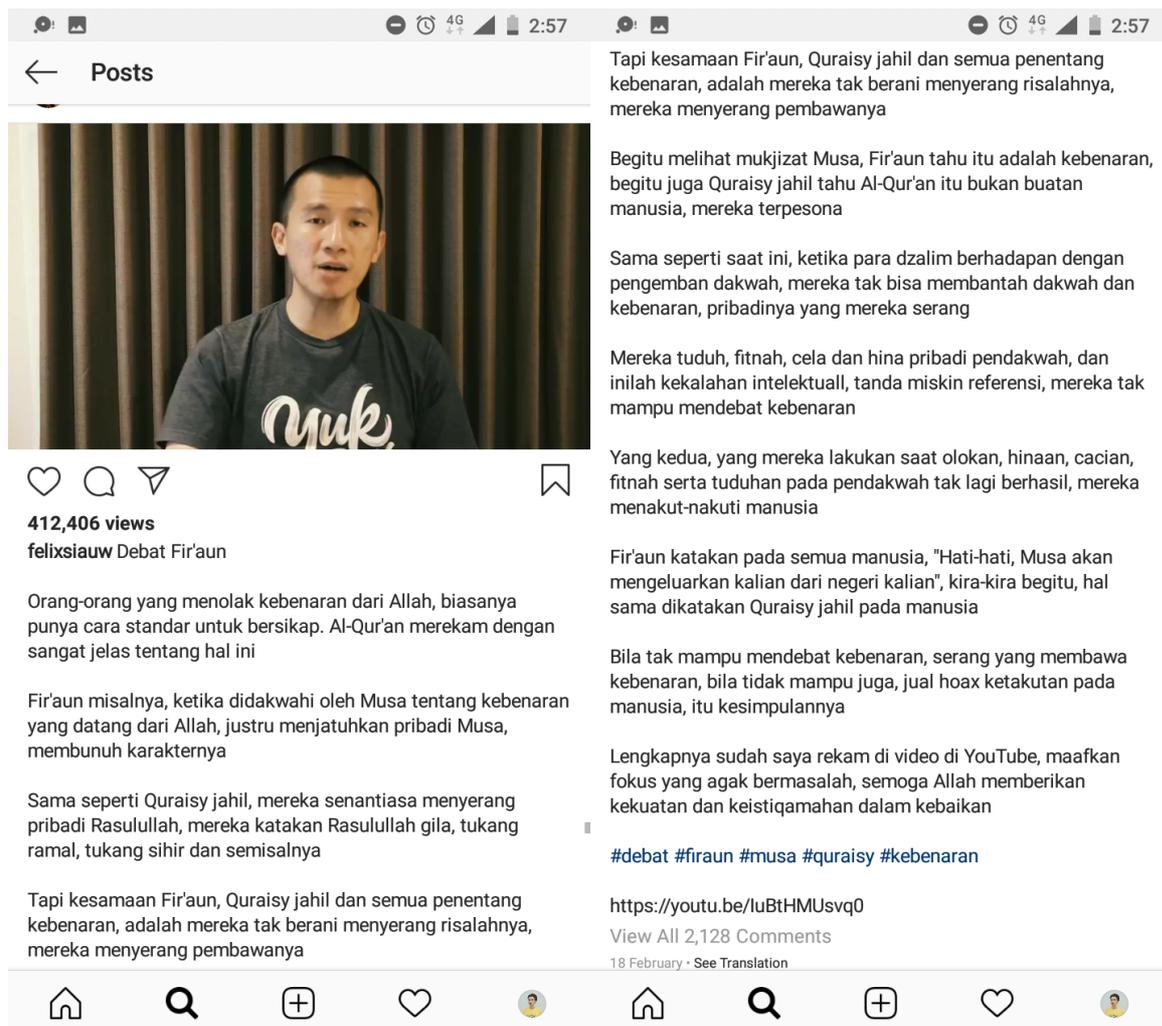
Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-40.

kental dengan belitan status ekonomi dan status sosial. Ekspresi yang demikian, mengubah agama yang pada mulanya 'tidak pasti' menjadi penuh kepastian transaksional dan kental reward & punishment. Melalui casualness juga, Felix Siauw menyesuaikan diri agar bisa masuk pada imaji terdalam anak-anak muda yang identik berpusar pada kekhawatiran tentang ketidakpastian landscape demografi, marital, dan ketidakpastian wajah masa depan.

Keindahan visual adalah 'dunia lain' yang tampak mewakili dunia nyata. Namun pada dasarnya tidak mewakili sama sekali, karena keindahan visual dan dunia nyata, senjang. Jika dibandingkan

dengan keindahan visual, dunia nyata terlalu 'tawar.' Sehingga dunia nyata kurang begitu menarik untuk dijadikan sumber konteks. Nasib dunia nyata di era digital tidak kurang sebagai 'kambing hitam' atas imajinasi utopia atau distopia yang dibangun oleh keindahan visual.

Di Instagram, grammar keindahan visual mengendapkan emosi pada baris-baris caption. Caption, yang idealnya digerakkan oleh logos dan etika, berubah menjadi digerakkan oleh pathos dan ethos. Di dunia non-digital, ruang tempat si rhetor dan audiens berada memberikan konstruk pra-pemahaman, dan kata-kata verbal mengejawantahkannya. Sedangkan di era digital, Gambar memberikan konstruk



Gambar 4. Caption tanggal 18 Februari 2019

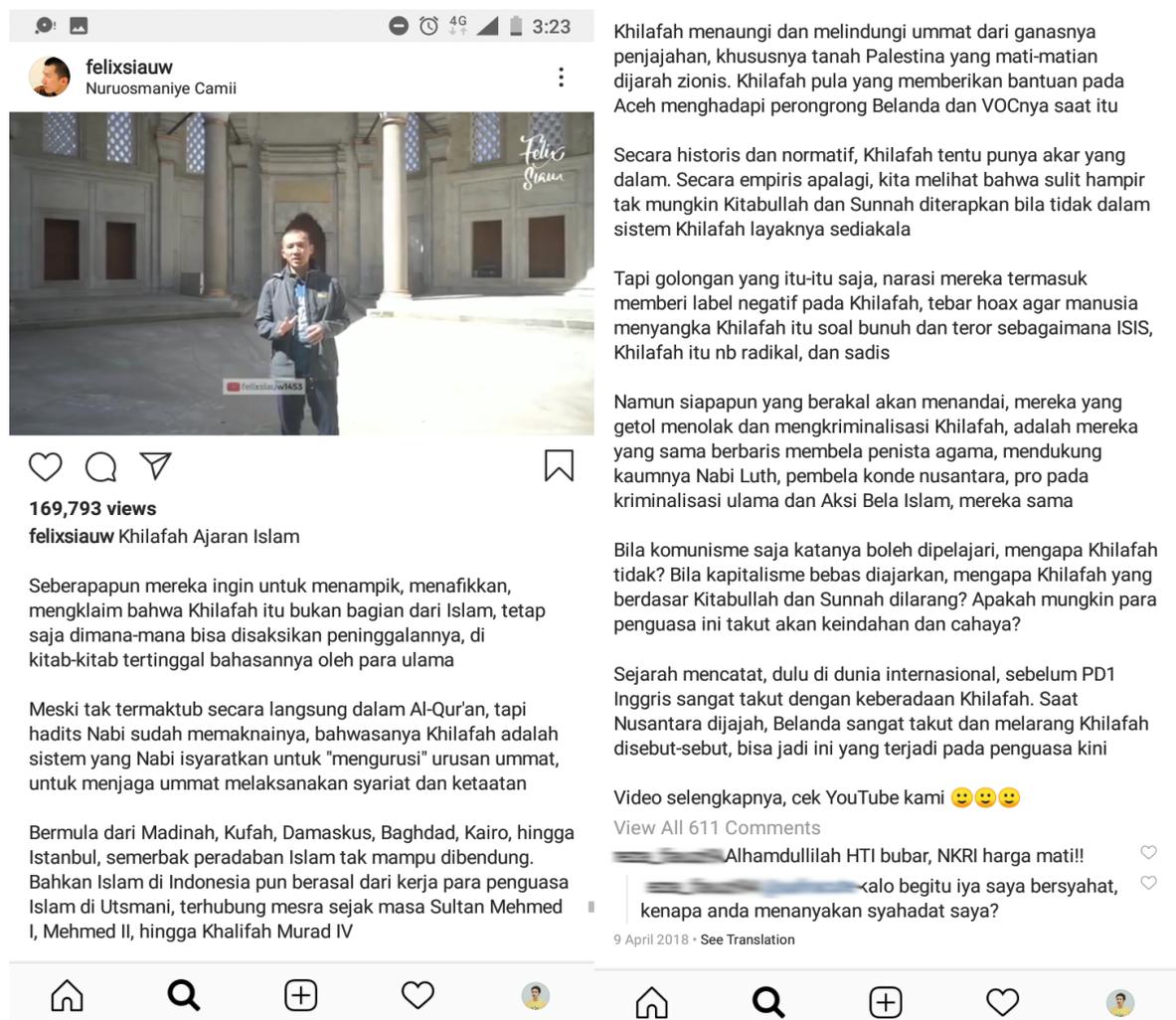
Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-41.

pra-pemahaman, sedangkan caption mengejawantahkannya. Temuan di caption Felix Siauw mengungkapkan bahwa di wilayah caption juga-lah karakter-karakter populis menyublim dan beririsan dengan retorika post-truth.

Caption tanggal 20 Februari 2019 (lihat Gambar 3) adalah *definitive account* tentang post-truth itu sendiri. Hal lain yang menjadi catatan atas caption tanggal 20 Februari 2019 adalah, bahwa caption ini boleh disebut sebagai alarm bagi pegiat *Islamic studies* tentang orientasi mengonsumsi agama. Di masa *age of literacy*, secara kuantitas, permintaan terhadap agama memang tidak sebanyak

hari ini. Tapi pemenuhan atas permintaan tersebut disajikan melalui kredensi yang ketat. Sedangkan di era digital, permintaan terhadap agama membludak. Tapi penyajian agama yang melalui kredensi yang ketat, sepertinya memakan waktu terlalu lama sehingga tidak cukup bisa memenuhi permintaan tersebut. Achmad Munjid menandai margin ini sebagai *Islamic blackmarket* (Munjid, 2018) yakni ketika pemuka agama tanpa kredensi muncul ke permukaan untuk memenuhi permintaan yang tidak terpenuhi. Caption tanggal 20 Februari 2019 adalah alarm, bahwa: seiring dengan jumlah pakar agama yang semakin tergerus oleh pseudo-pakar, apakah pengertian



Gambar 5. Caption Tanggal 9 April 2018

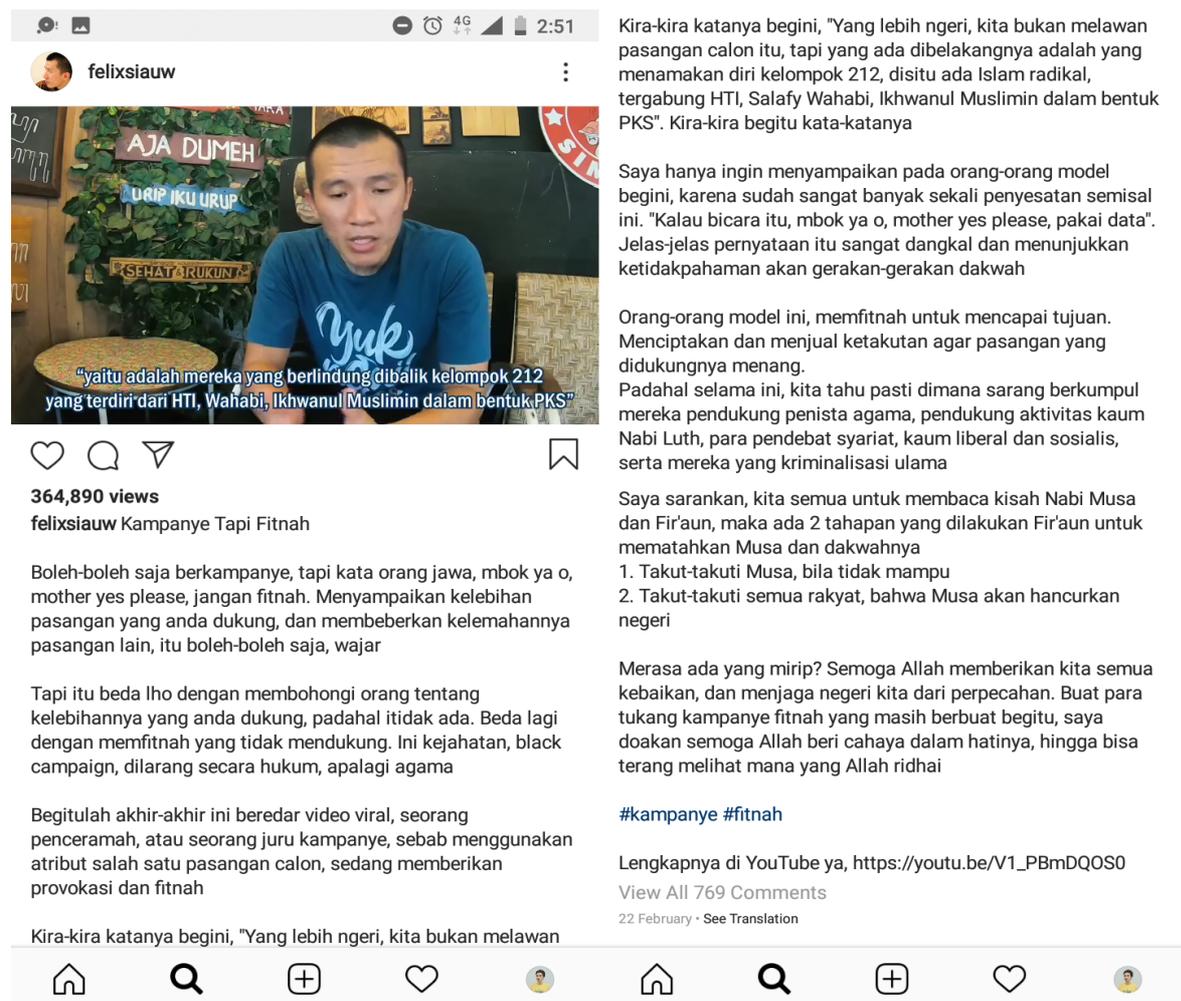
Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-40.

tentang agama yang holistik, kompleks, dan perlu diekstrak secara hati-hati juga tergerus oleh pemahaman agama yang puitik, emosional dan dramatik? Dan apakah agama yang puitik, emosional dan dramatik ini telah menjadi orientasi masyarakat di era post-truth? apa yang dituturkan Felix Siau di *caption* tanggal 20 Februari 2019 sejalan dengan hasil telaah Ignas Kalpokas—pengajar di Vytautas Magnus University—bahwa muatan emosi di dalam suatu konten adalah pengikat kohesi masyarakat (Kalpokas, 2019). Pada tahap yang lebih jauh, kohesi berbasis rasa membeku menjadi penanda *‘in-group/out-group*.

Populisme bekerja melalui empat penanda: *the people, the corrupt elite, the*

others, dan *the people’s advocate*. *Caption* tanggal 18 Februari 2019 (Lihat Gambar 4) dimulai dengan mencatut predikat kebenaran Tuhan untuk membentuk parameter antara mana yang benar dan salah. Parameter yang telah dibentuk kemudian diikuti dengan kisah sejarah antagonistik. Di bagian tengah, *caption* tanggal 18 Februari 2019 menjadikan kisah sejarah antagonistik sebagai metafora *the corrupt elite, the people’s advocate* dan *the others* yang merebut kedaulatan *the people*. Dalam metafora ini, *the people* tidak muncul melalui penyebutan secara spesifik (kaum muslim, umat, dll.), tapi muncul melalui penegasian terhadap *the corrupt elite* dan *the others*. Di saat yang sama, negasi yang dilakukan juga turut



Gambar 6. Caption tanggal 22 Februari 2019

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siau. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-41.

memperkuat mistifikasi ketokohan *the people's advocate*. *Caption* 18 Februari 2019 tidak hanya berperan sebagai pengukuhan diri sebagai 'jurubicara Tuhan,' tapi juga merangkap sebagai tindakan pengucilan terhadap si elit dan si liyan.

Selain untuk memberikan penanda pada bingkai populisme, metafora sejarah yang antagonistik juga memberikan audiens bingkai tentang bagaimana seharusnya status-quo di pahami. Berkaitan dengan hal ini, *caption* 18 Februari 2019 memiliki dua lapisan konteks: *pertama*, visual Felix Siauw dengan sudut pengambilan *torso*. *Kedua*, metafora sejarah yang antagonistik. Pertautan badan *badan caption* dan lapisan konteks yang pertama diikat oleh simpul visualitas *torso* dan simpul diksi-diksi asosiatif ilahiyah. Pertautan ini memberikan konteks ketokohan. Sedangkan lapisan konteks yang kedua (metafora sejarah yang antagonistik) memberikan audiens *template* logika tentang bagaimana status-quo seharusnya dipahami berdasarkan klipng sejarah. Yang bermasalah dari metafora sejarah yang antagonistik di *caption* tanggal 18 Februari 2019 adalah, penggunaannya yang diikuti oleh puitika-puitika pejoratif terhadap kondisi masyarakat umum. Penggunaan metafora yang demikian, seakan menegasi prinsip proses ekstraksi agama untuk tujuan konstruktif dengan mengedepankan etika penafsiran, dan seakan mengonfirmasi prinsip tebang-pilih ayat untuk tujuan tertentu (Syamsuddin, 2018).

Susunan preposisi di *caption* tanggal 18 Februari 2019—pemasangan parameter kebenaran ilahiyah > metafora sejarah yang antagonistik > padu-padan diksi populis dan puitika pejoratif—sekilas terlihat kokoh karena

dilatarbelakangi oleh parameter kebenaran ilahiyah dan metafora kisah terdahulu. Tapi, praktik pemasangan preposisi yang demikianlah yang perlu digaris-bawahi, karena preposisi argumen yang benar bukanlah argumen yang didukung oleh latarbelakang (entah itu teori, ayat, atau apapun.) yang kuat, bukan juga yang di topang oleh fakta-fakta empiris. Preposisi argument yang benar adalah preposisi yang dilatarbelakangi oleh kesadaran premis metodologis (Baron, 2018). Artinya, si *rhetor* menyadari tentang Batasan persesuaian dan pertidaksesuaian antar elemen penyusun argumen, dan si *rhetor* juga menyadari tentang arah konsekuensinya bila melatarbelakangi atau tidak melatarbelakangi premis argumennya dengan kesadaran premis metodologis.

Lebih jauh, pelecehan terhadap *logos* (*abuse of logic*) juga dieksposisi oleh *caption* tanggal 9 April 2018 (Gambar 5). *Caption* ini memuat kontradiksi antara hulu dan hilir. Di paragraf ke-dua, *caption* ini mengandung objektifitas semu. Pada satu sisi, *caption* ini menempatkan khilafah pada posisi ketidakpastian berbasis subjektifitas interpretasi Felix Siauw. Tapi di lain sisi, *caption* ini menutupi subjektifitasnya dengan nama Nabi Muhammad, sehingga objektifitas semu muncul. Sedangkan di paragraf ke-delapan, *caption* ini menarik kesimpulan bahwa khilafah adalah berdasar kitabullah dan sunnah nabi. Kontradiksi paragraph ke-dua dan ke-delapan mungkin akan menginspirasi Friedrich Nietzsche untuk menambah dialog tokoh Zarathustra-nya: "Bagaimana mungkin engkau sedemikian percaya diri bahwa Sang Nabi memaknai-nya demikian? padahal engkau dan Sang Nabi dipisah oleh waktu dan peradaban, dan engkau hanya memasuki Sang Nabi melalui alam subjektif-mu." Lebih jauh,

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-40.

Nietzsche mungkin juga akan menulis “apakah ini suara Sang Nabi? Atau suara sang profan?” di kolom komentar.

Abuse of logic dalam *caption* tanggal 9 April 2018 sulit dideteksi karena tertutup oleh gemerlap kepastian klaim ilahiyah, puitika historis antagonistik, *name-calling*, pengucilan liyan, dan gemerlap imaji utopia masa lalu sekaligus distopia masa kini. Pseudo-logika mudah ditemukan di *caption-caption* Felix Siauw. Pseudo-logika yang disusun setidaknya berangkat dari pola-pola berikut: (1) pernyataan khusus yang disimpulkan dengan pernyataan umum, (2) objektivitas yang disimpulkan dengan klaim subjektif, (3) subjektivitas yang ditutup dengan klaim ilahiyah, (4) menambal ke-abu-abuan fakta dengan interpretasi spekulatif, (5) metafora historis tanpa telaah konteks yang rigit. Lima pola-lola tersebut bisa saling berkombinasi satu sama lain.

Pathos post-truth yang dipraktikkan melalui *abuse of ethics* (pelecehan terhadap etika: *namecalling*, pengucilan terhadap liyan, satir, sarkas, dll.) memupuk emosi audiens dengan variabel ‘oleh siapa’ dan ‘kepada siapa.’ Dengan pupuk emosi yang demikian, keyakinan terhadap afiliasi tertentu semakin mengakar. Populisme memanfaatkan aspek tersebut. Benang-benang populisme dalam retorika post-truth dapat ditemukan contohnya pada *caption* tanggal 22 Februari 2019 (Gambar 6).

Ada tiga elemen yang dieksposisi *caption* tanggal 22 februari 2019: *pertama*, eksposisi *name-calling* dalam bingkai penegasian si liyan. *Kedua*, eksposisi kecemasan informasi. Dan *ketiga*, eksposisi metafora historis ilahiyah. Eksposisi yang pertama menegaskan bahwa ada kesadaran tentang *political*

opportunity structure dan *discursive opportunity* dalam penulisan *caption* ini. Penyebutan si liyan dengan predikat-predikat negatif tidak serta-merta bebas dari pertimbangan konstruk mental masyarakat pada masa itu—22 Februari 2019—, yang notabene-nya sedang mendekati puncak masa politik. Dengan kata lain, pertimbangan tersebut adalah wujud dari kesadaran terhadap *discursive opportunity structure*. Sedangkan bentuk preposisi tiap ide gagasan yang tersusun sedemikian rupa adalah representasi dari kesadaran *political opportunity structure*.

Felix Siauw tidak memiliki jabatan partai, jabatan pemerintahan ataupun posisi formal-struktural lainnya. Maka ia bukan seorang aktor politik struktural. Tapi setiap orang yang memiliki modal sosial—baik itu pemimpin kelompok, pemuka agama, ataupun tetua adat—bisa disebut sebagai aktor politik non-struktural. Vedi R.Hadiz mengafirmasi bahwa di masa menjelang Pemilu 2019, aktor-aktor politik struktural mendapat manfaat dari kerja-kerja yang dilakukan oleh aktor politik non-struktural (Vedi R, 2018). Dengan kata lain, *Caption* tanggal 22 Februari 2019 di tulis dengan kesadaran posisi diri Felix Siauw dalam *political opportunity structure*. *Caption* tanggal 22 Februari adalah salah satu contoh bentuk katalis wacana bagi masyarakat di masa eskalasi politik.

Eksposisi yang kedua yakni kecemasan informasi. Kecemasan informasi adalah kesenjangan antara apa yang telah dipahami dan apa yang seharusnya dipahami (Capurro, 2018). Kesenjangan ini yang membuat kegiatan reproduksi informasi tidak terkontrol dan mengarah pada patologi sosial. Pada skala individu, kesenjangan yang dialami seseorang mendorong dirinya untuk terus mencari dan mereproduksi

informasi. Pada skala antar individu, atau antar kelompok, kesenjangan tersebut mendorong terciptanya ‘masyarakat klarifikatif’ yang tidak final terhadap kematangan dalam berpendapat di ruang publik. Kondisi post-truth lahir dari pemenuhan kecemasan informasi yang tidak terkontrol. Adapun patologi sosial yang ditimbulkan oleh kecemasan informasi adalah, bergesernya fokus pembicaraan masyarakat: yang idealnya berfokus pada masalah dan penyelesaiannya, tapi akibat kecemasan informasi yang tidak terkontrol, malah bergeser menjadi fokus pada ‘ke-siapa-an’ orang/kelompok lain dan tindakan-tindakan predikatif secara sepihak.

5. Kesimpulan

Faktor pendorong post-truth dalam wacana keagamaan tidak hanya merentang pada spektrum berita bohong, pelintiran ayat dan praktik-praktik demagog. Tapi, lebih luas dari itu, spektrumnya merentang hingga ke hal-hal halus yang sulit disadari seperti *abuse of logic*, *abuse of ethics*, penggunaan visual, ketidakpakaran dan *grammar* media digital yang mempengaruhi *mind-set* pendakwah dan audiens.

Retorika post-truth pada dasarnya adalah cara komunikasi yang eksklusif karena membangun pembatas sirkulasi dialog dan tidak mendorong audiens untuk mengoptimalkan nalar konstruktif bagi kemaslahatan bersama. Sebaliknya, retorika post-truth mendorong kohesi kelompok masyarakat dengan identitas yang sama dan memperdalam audiens tenggelam dalam emosinya. *Caption-caption* Felix Siauw mencontohkan bahwa di era digital, proses ekstraksi dan penyebaran agama menjadi sangat cair dan rawan tersentuh oleh tujuan-tujuan yang tidak maslahat. Visualitas digital, puitika

multimedia, narasi sejarah yang utopia/distopia, *name-calling*, bingkai *in-group* dan *out-group* menjadi elemen-elemen baru yang mempengaruhi bisa atau tidak diterimanya suatu pesan agama di era post-truth.

Pancaran kebenaran mutlak yang dimiliki agama dan watak dunia digital yang cair adalah dua hal yang bercampur, dan disaat yang sama, juga dieksploitasi di era post-truth. Pada tataran ini, pengalaman ilahiyah yang dialami oleh audiens dari dunia digital dapat dicurigai apakah benar-benar organik, atau hasil konstruksi atau hasil fabrikasi? Pengalaman itu hanya bisa dicurigai tanpa bisa ditetapkan secara pasti. Tapi, hal yang pasti dari kondisi ini adalah peluang eksploitasi agama yang semakin terbuka lebar berkat ke-cairan tersebut.

Bibliography

- Baron, I. Z. (2018). *How To Save Politics in the Post-Truth Era*. Manchester : Manchester University Press.
- Boorstin, D. J. (1992). *The Image: A Guide to Pseudo Evens in America*. New York: Vintage Books.
- Capurro, R. (2018). *Homo Digitalis: Beitrage zur Ontologie, Anthropologie und Ethik der Digitalen Technik*. Wiesbaden: Springer.
- Engesser, S., Nayla, F., & Larsson, A. (2017). Populist Online Communication: Introduction to the Special Issue. *Information, Communication, & Society* (20:9), 1279-1292.

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-40.

- Frankfurt, H. G. (2005). *On Bulshit*. New Jersey: Princeton University Press.
- Instagram. (2019, Agustus 2019). *Akun Instagram Felix Siauw*. Diambil kembali dari Instagram.
- Kalpokas, I. (2019). *A Political Theory of Post-Truth*. Cham: : Palgrave Macmillan.
- Kimura, E. (2017, December 7). Populist Politics in Indonesia. *Asia Pacific Bulletin*.
- McComiskey, B. (2017). *Post-Truth Rhetoric and Composition*. Utah: Utah State University Press.
- Meyer, B. (2010). Aesthetic of Persuasion: Global Christianity and Pentecostalism's Sensational Forms. *South Atlantic Quarterly* 109 (4), 741 – 763.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Munjid, A. (2018, Juni 12). *High Demands for Symbols Drive 'Islamic' Black Market.* "The Jakarta Post". Diambil kembali dari <https://www.thejakartapost.com> : <https://www.thejakartapost.com/academia/2018/06/12/high-demand-for-symbols-drive-islamic-black-market.html>
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin Books.
- Postman, N. (1992). *Technology: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books.
- Rutkowski, A.-F., & Saunders, C. S. (2019). *Emotional and Cognitive Overload: The Dark Side of Information Technology*. Oxon: Routledge.
- Syamsuddin, S. (2018). *Hermeneutika dan Pengembangan Ulumul Qur'an*. Yogyakarta: Nawasea Press.
- Turnbull, N. (2017). Political Rhetoric and Its Relationship to Context: A New Theory of Rhetorical Situation, The Rhetorical and The Political. *Routledge: Critical Discourse Studies, Vol 14, No. 2*, 115-131.
- Vedi R, H. (2018, Juli 28). Wawancara Via Surel. (M. N. Haq, Pewawancara)
- Weng, H. W. (2018). The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siauw. *Routledge: Indonesia and the Malay World, Vol 46, No. 134*, 61-79.

Cite this as:

Muhammad Naziful Haq. Penggunaan Retorika Post-Truth dalam Populisme Islam: Studi Kasus Caption Instagram Felix Siauw. *Islamic Insights Journal*. 2019: Vol. 1(2): PP 21-41.