

PERAN MEDIA SOSIAL “FACEBOOK” DALAM MEMBENTUK SOLIDARITAS KELOMPOK PADA AKSI 411 DAN 212

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN SHAPING GROUP OF SOLIDARITY IN AKSI 411 AND 212

Anjang Priliantini¹ dan Damayanti²

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jakarta¹²
Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu 12450 Jakarta Selatan
anjangpriliantini6@gmail.com; +6281327175159¹
d.masduki@gmail.com; +62818141010²

Abstract

Aksi 411 and 212 backed by the contents of the speech of the Governor of Jakarta, Basuki Thajaja Purnama or Ahok in Kepulauan Seribu and exacerbated by Buni Yani's uploads on facebook that is considered potentially creating publics upheaval caused by this editing process on Ahok's video content. This case soon became the most popular issue in social media in 2016 according to a Digitroops survey. One of the reactions that emerged from this case was Aksi Damai 411 and 212 wich involve millions of participants from all over Indonesia.

Millions of participants involved in this action were motivated by a high sense of solidarity on the slogan "Bela Islam" against alleged blasphemy by Ahok, so they are willing to sacrifice materially and morally to come to Jakarta. This phenomenal action led by some prominent scholars such as Rizieq Shihab, Bachtiar Nasir, AA Gym, and Arifin Ilham. This quantitative study examines the role of facebook social media in shaping the solidarity of Aksi Damai 411 and 212's participants, so that Agenda Setting Theory and Contagion Theory are considered able to accommodate the purpose of this study. The results showed that the activities in facebook figures that led Aksi 411 and 212 has no effect to the formation of solidarity of action participants. Based on more in-depth research through interview method, it is known that the solidarity of participants of Aksi 411 and 212 are more influenced by private media, such as whatsapp group.

Keywords: Facebook, Social Solidarity, WhatsApp Group, Aksi Bela Islam

Abstrak

Aksi 411 dan 212 dilatarbelakangi oleh isi pidato Gubernur DKI Jakarta, Basuki Thjahaja Purnama atau Ahok di Kepulauan Seribu dan diperparah dengan unggahan Buni Yani di *facebook* yang dianggap berpotensi menciptakan pergolakan publik karena proses editannya pada konten video Ahok tersebut. Kasus ini segera menjadi isu terpopuler di media sosial pada tahun 2016 menurut survey Digitroops. Salah satu reaksi yang muncul dari kasus ini adalah Aksi Damai 411 dan 212 yang melibatkan hingga jutaan partisipan dari seluruh wilayah Indonesia.

Jutaan partisipan yang terlibat dalam aksi ini didorong oleh rasa solidaritas yang tinggi pada semboyan “Bela Islam” terhadap dugaan adanya upaya penistaan Al Quran oleh Ahok, sehingga mereka rela berkorban secara materil maupun moril untuk datang ke Jakarta. Aksi fenomenal ini dimotori oleh beberapa ulama kenamaan seperti Rizieq Shihab, Bachtiar Nasir, AA Gym, dan Arifin Ilham.

Penelitian kuantitatif ini menguji peran media sosial *facebook* dalam membentuk solidaritas para partisipan Aksi Damai 411 dan 212, sehingga *Agenda Setting Theory* dan *Contagion Theory* dinilai mampu mengakomodasi tujuan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas dalam *facebook* tokoh-tokoh yang memotori Aksi 411 dan 212 tidak memberi pengaruh pada pembentukan solidaritas partisipan aksi. Berdasarkan penelitian lebih mendalam melalui metode wawancara, diketahui bahwa solidaritas partisipan Aksi 411 dan 212 lebih dipengaruhi oleh media yang bersifat *private*, seperti WhatsApp Group.

Kata Kunci: Facebook, Solidaritas Sosial, Group WhatsApp, Aksi Bela Islam

PENDAHULUAN

Di penghujung 2016, perhatian masyarakat Indonesia tertuju pada aksi solidaritas umat Muslim yang dilakukan secara massal pada 4 November 2016 dan 2 Desember 2016. Aksi ini kemudian dikenal dengan istilah 411 dan 212. Latar belakang dari aksi ini adalah adanya perasaan tersinggung umat Islam terhadap isi pidato Gubernur DKI Jakarta, Basuki Thahaja Purnama atau Ahok dalam kunjungan kerjanya di Kepulauan Seribu pada 27 September 2016.

Portal berita online www.bbc.com pada 17 November 2016 mengutip pidato Ahok yang kontroversial tersebut “kan bisa saja dalam hati kecil Bapak Ibu, *nggak* pilih saya karena dibohongi (orang) pakai Surat Al Maidah 51 macam-macam itu. Itu hak Bapak Ibu. Kalau Bapak Ibu merasa *nggak* bisa pilih karena takut masuk neraka, dibodohin, begitu, oh *nggak* apa-apa, karena ini panggilan pribadi Bapak Ibu.”

Kemudian pada 6 Oktober 2016, Buni Yani mengunggah video rekaman pidato Ahok tersebut di akun *facebook*-nya dengan judul “Penistaan terhadap Agama?” Namun unggahan Buni Yani tersebut telah mengalami proses *editing* dengan menghilangkan kata ‘pakai’, sehingga ia menuliskan “karena dibohongi Surat Al Maidah 51” bukan “karena dibohongi pakai Surat Al Maidah 51”, sebagaimana aslinya (www.bbc.com). Unggahan ini kemudian dibagikan ke banyak pemilik akun *facebook* sehingga mulai muncul pergolakan dari kaum Muslim di Indonesia. Sebagai tindak lanjut dari pergolakan tersebut, Front Pembela Islam (FPI) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sumatera Selatan melaporkan Ahok ke polisi, disusul oleh organisasi masyarakat (ormas) lainnya.

Kasus Ahok ini menjadi isu terpopuler di media sosial menurut survei yang dilakukan oleh Digitroops, disusul kemudian isu Panama Papers, Amnesti Pajak, Prestasi Timnas Sepak Bola, dan Jessica dan Kopi Sianida (Burhani, 2016). Metode yang dilakukan dalam survei ini adalah dengan melihat jumlah atau frekuensi percakapan yang terjadi di media sosial, serta pengaruhnya pada media-media besar dan proses-proses pengambilan keputusan, baik di level lokal hingga nasional (Burhani, 2016). Beberapa alasan kasus Ahok ini berada di

peringkat teratas isu terpopuler 2016 antara lain: (1) kasus Ahok dan doa bersama dengan segala variannya mencapai total 279.852.000 entri dalam mesin pencari Google, dan total berita mencapai 5.730 judul; (2) *trending topic* di *twitter* dalam 25 *hashtag* dan kata kunci; (3) satu kali (1x) menjadi tema khusus di acara Mata Najwa; (4) dua kali (2x) menjadi tema pada acara Indonesia Lawyer’s Club (ILC); (5) menjadi tema perdebatan di *facebook* dalam tiga (3) bulan terakhir (Burhani, 2016).

Atas dasar tuntutan agar Ahok segera dipidana dan dipenjarakan, maka terjadilah unjuk rasa anti-Ahok (disebut juga Aksi 411) yang melibatkan sedikitnya 75.000 hingga 100.000 orang. Nama-nama yang terlibat dalam aksi ini antara lain pendiri FPI, Rizieq Shihab, dan sejumlah anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) seperti Fahri Hamzah dan Fadli Zon (www.bbc.com). Aksi yang sebelumnya kondusif berubah menjadi anarkis menjelang petang.

Setelah aksi 411, sejumlah ormas Islam kembali melakukan aksi lanjutan yang disebut Aksi Super Damai 212, sebab berlangsung pada 2 Desember 2016. Jumlah peserta aksi 212 diyakini lebih banyak dibanding aksi sebelumnya. Menurut perhitungan ahli Matematika, Raden Ridwan Hasan Saputra, diperkirakan jumlah peserta Aksi Super Damai 212 mencapai 5.513.212 orang (Raharjo, 2016). Aksi yang diawali dengan salat Jumat berjamaah bersama Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla ini kembali dimotori oleh Rizieq Shihab. Selain karena Rizieq Shihab didaulat untuk menjadi khotib dalam salat Jumat, beberapa media juga menyoroti aksinya dalam mengambil alih panggung yang beberapa saat sebelumnya digunakan oleh Presiden untuk menyampaikan ucapan terima kasih pada pengunjung rasa yang melakukan aksi dengan tertib.

Aksi 411 dan 212 telah menjadi sejarah bangsa Indonesia. Di balik aksi yang fenomenal tersebut, muncul nama-nama yang menjadi penggerak massa. Di antaranya Rizieq Shihab, Bachtiar Nasir, AA Gym, Arifin Ilham, dan beberapa ulama lainnya. Namun, dari sekian nama yang muncul dalam aksi damai tersebut, nama Rizieq Shihab atau Habib Rizieq Shihab dinobatkan sebagai penggerak utama (Hasib,

2016). Bahkan Habib Rizieq Shihab dianugerahi gelar *Men of The Year 2016* oleh ormas Muslim Tionghoa Indonesia (MUSTI) dan Komunitas Tionghoa Anti Korupsi (KomTak) atas keberhasilannya memimpin jutaan orang dalam aksi ‘Bela Islam’ 411 dan 212 (Rapsanjani, 2016).

Dalam menyelenggarakan sebuah aksi massal yang melibatkan jutaan umat Muslim dari seluruh penjuru Indonesia, diperlukan rasa solidaritas yang tinggi. Sehingga, rasa solidaritas tersebut mampu mendorong sikap rela berkorban atas waktu, biaya, tenaga, dan pikiran, demi satu tujuan yang sama dalam sebuah kelompok, dalam hal ini mewakili kaum Muslim. Tentu, rasa solidaritas tidak dibangun ketika aksi 411 dan 212 dilaksanakan. Dalam aksi 411 dan 212, solidaritas dibentuk sejak pidato Ahok di Kepulauan Seribu beredar luas di masyarakat Hal ini karena pidato yang dianggap menistakan Islam merupakan dasar dilakukannya aksi damai 411 dan 212.

Solidaritas kelompok, dalam hal ini umat Muslim di Indonesia, utamanya dibentuk melalui media sosial. Hasib (2016) menyatakan, “Fenomena Aksi 411 dan 212 juga menemukan fakta, umat Islam yang telah didzalimi media massa (baik koran dan televisi) akhirnya lebih memilih sumber informasi langsung melalui jejaring sosial. *Facebook*, *twitter*, dan *whatsapp* menjadi rujukan utama dan tercepat mencari dan menemukan informasi.”

Media sosial dinilai mampu menyebarkan informasi secara masif dan segera (*realtime*) kepada seluruh pengikut atau *follower*-nya. *Facebook* merupakan media sosial yang menjadi rujukan utama umat Muslim (Hasib, 2016). Umat Islam bahkan membentuk ‘*jamaah facebookiyah*’ sebagai sarana untuk menggerakkan wacana, opini, dan ‘perang suara hati’ yang tidak terwakili oleh media *mainstream* dan televisi di Indonesia yang mayoritas hanya dikuasai pemilik modal (Hasib, 2016).

Facebook dinobatkan sebagai media sosial terpopuler di Indonesia berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jakpat berjudul “Indonesia Social Media Trend Q3 2016”, dengan perolehan 84,6%, diikuti *instagram* 66,7%, dan

twitter 28% (www.dailysocial.com). Selain itu, menurut survei Digitroops, kasus Ahok yang menjadi fokus dalam penelitian ini telah menjadi tema perdebatan di *facebook* dalam tiga (3) bulan terakhir sejak pidato Ahok di Kepulauan Seribu pada 27 September 2016 (Burhani, 2016). Atas dasar tersebut, penelitian ini memanfaatkan media sosial *facebook* sebagai objek penelitian dalam menilai pembentukan rasa solidaritas di antara kaum Muslim di Indonesia. Penelitian ini pada awalnya telah memilih akun *facebook* milik Habib Rizieq Shihab sebagai objek penelitian. Namun, seperti diketahui, akun tersebut kini telah diblokir oleh pihak Facebook. Oleh karena itu, objek penelitian menggunakan akun *facebook opinion leader* lain, yaitu Bachtiar Nasir, Arifin Ilham, AA Gym, dan GNPF MUI.

Penelitian terkait solidaritas kelompok atau kohesi sosial pernah dilakukan oleh Daniel J. Brass (1995) dengan judul *A Social Network Perspective on Human Resources Management*. Penelitian ini berhasil merumuskan faktor-faktor pembentuk keterikatan atau solidaritas antar anggota kelompok namun dalam konteks interaksi jaringan sosial yang nyata, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ingin mengkaji peran interaksi jaringan sosial melalui media sosial (*virtual*).

Penelitian terkait lainnya dilakukan oleh Rauf Ridzuan, Jusang Bolong, Siti Zobidah Omah, Mohd Nizam Osman, Al Mansor, dan Shafinar Ismail (2014) dengan judul *Social Media as an Agent of Social Solidarity in Malaysia*. Penelitian ini menggunakan empat elemen untuk melihat peran media sosial dalam membentuk solidaritas sosial, yaitu interaksi, keterlibatan, kualitas, dan keintiman. Penelitian ini mengkaji peran media sosial sebagai agen solidaritas antar kelompok etnis, dengan kata lain menumbuhkan toleransi atau saling pengertian antar etnis. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan ingin mengkaji peran media sosial dalam menumbuhkan solidaritas antar anggota dalam suatu kelompok, sehingga tercipta ikatan dan rasa saling memiliki (*sense of belonging*). Dapat disimpulkan, penelitian ini telah mengambil fokus yang berbeda dengan penelitian sebelumnya sehingga diharapkan mampu menambah khazanah ilmu pengetahuan, utamanya kajian media.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana peran media sosial *facebook* dalam membentuk solidaritas peserta Aksi 411 dan 212?” Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial *facebook* sebagai agen pembentuk solidaritas peserta Aksi 411 dan 212.

Untuk mengetahui peran *facebook* dalam membentuk solidaritas partisipan, kita perlu memiliki pemahaman mengenai solidaritas kelompok terlebih dahulu. Setidaknya ada empat cara untuk mengidentifikasi pengertian solidaritas, yaitu ikatan afektif yang menyatukan anggota kelompok solidaritas, norma yang mendefinisikan kewajiban kelompok, pola aktivitas yang dilakukan secara kolektif berorientasi pada karakter kelompok, dan pola interaksi yang mengikat dalam kelompok. Hal ini ditegaskan pula oleh Brass (1995) yang menyatakan, “*The relational cohesion approach clusters actors based on their ties to each other.*” Dalam solidaritas kelompok, hubungan intra-kelompok lebih padat dan intim dibandingkan dengan anggota di luar kelompok.

Media sosial kini mulai dimanfaatkan untuk berperan sebagai agen solidaritas kelompok. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa dewasa ini dunia telah memasuki era digital, yang ditandai dengan hadirnya teknologi informasi dan komunikasi yang akan terus berkembang dengan pesat. Dalam proses massifikasi informasi, teknologi berperan dalam mengubah pola komunikasi yang sebelumnya dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi pola komunikasi yang tanpa batas. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi kini memungkinkan masyarakat mencari dan memanfaatkan sumber-sumber informasi untuk memenuhi kebutuhannya secara *realtime* melalui sambungan internet.

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga Telekomunikasi Internasional (ITU), hampir setengah dari penduduk dunia, yaitu sekitar 3,2 miliar penduduk dari total 7,2 miliar penduduk, akan terhubung dengan internet pada akhir 2015 (www.bbc.com). Di Indonesia, jumlah pengguna internet juga selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya. Survei terkini yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkap bahwa lebih dari separuh

penduduk Indonesia, yaitu 132,7 juta dari total 256,2 juta orang, telah terhubung ke internet (Widiartanto, 2016). Jumlah ini meningkat jika dibandingkan dengan hasil survei yang dilakukan oleh e-Marketer pada 2014, yaitu mencapai 83,7 juta orang (Hidayat, 2014).

Menariknya, hasil survei ITU mengenai jumlah pengguna internet dunia (3,2 miliar orang) telah melampaui prediksi e-Marketer yang hanya mencapai 3 miliar orang pada 2015 (Hidayat, 2014). Dan perkiraan e-Marketer mengenai jumlah pengguna internet dunia pada 2018, yaitu 3,6 miliar orang (Hidayat, 2014) juga diprediksi akan meleset. Di Indonesia juga demikian, e-Marketer memperkirakan *netter* Indonesia akan mencapai 112 juta orang pada 2017 (Hidayat, 2014). Namun kenyataannya, akhir 2016 saja jumlah pengguna internet Indonesia telah jauh meninggalkan angka tersebut. Hal ini menunjukkan pertumbuhan konsumsi internet, baik di dunia maupun Indonesia sangat cepat.

Internet, sebagai konsekuensi dari era digital, telah membawa kita pada konsep *Global Village* yang dicetuskan pertama kali oleh Marshall McLuhan. Konsep ini menganalogikan dunia sebagai sebuah desa, dimana arus informasi bergerak cepat (*realtime*) dan massal ke seluruh penduduk dunia. Kemudian, seiring dengan kebutuhan atas gaya hidup atau *lifestyle*, dewasa ini muncul media sosial (*social media*) yang difasilitasi oleh jaringan internet. Media sosial yang ada hingga saat ini cukup beragam. Beberapa di antaranya yaitu *facebook*, *twitter*, *instagram*, *Friendster*, *google+*, *tumblr*, *linked*, dan sebagainya.

Media sosial didefinisikan sebagai “*a communication medium that is devoted to or describe by interaction between members of the medium*” (Kalamas, Mitchell, and Lester, 2009). Perkembangan komunikasi membawa para ahli mengarahkan perhatiannya pada dampak sosial media dalam gerakan sosial. Gerakan sosial diimplementasikan dalam berbagai bentuk dan berbagai tingkatan dalam rangka mengubah masyarakat. Studi terbaru menemukan bahwa media sosial sebagai alat untuk membentuk agenda gerakan sosial dan membantu tindakan kolektif, baik online maupun offline dalam tingkat lokal maupun global. Yang paling menarik, sosial media mampu menghubungkan

masyarakat umum dan mengorganisasi mereka dengan sedikit bahkan tanpa biaya sedikit pun (Lopez, 2014).

Al-Hawamdeh dan Hart (2002) menyatakan, “*The usage of new communication technology such as social media can enable people to socialize, changing opinion, sharing problem and interest, etc.*” Lebih lanjut, penelitian Fenton (2007) dalam Ridzuan *et al* (2014) juga menyatakan bahwa media baru potensial dalam memediasi solidaritas. Lebih dari itu, media adalah alat komunikasi paling *powerful*. Sosial media memiliki peran dalam masyarakat demokratis sebagai media komunikasi.

Penelitian ini akan melihat bagaimana aktivitas media sosial Facebook dapat memberi efek bagi penggunanya, dalam hal ini berkaitan dengan terbentuknya solidaritas kelompok. Penelitian ini membutuhkan dua teori sebagai dasar berpikir dan analisis. Teori pertama adalah Teori Agenda Setting yang mewakili asumsi bahwa aktivitas media sosial Facebook mampu memberi efek bagi para pengikutnya. Teori Agenda Setting berpendapat bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa maka media tersebut akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya sebagai hal yang penting. Dalam penelitian ini, aktivitas Facebook *opinion leader*, seperti Bachtiar Nasir, Arifin Ilham, AA Gym, dan GNPF MUI berupaya memengaruhi pengikutnya untuk melihat pidato Ahok yang diduga menista Islam merupakan masalah yang serius dan penting.

Teori kedua adalah teori penularan (*contagion*) yang mewakili asumsi bahwa efek aktivitas media sosial Facebook mampu memfasilitasi terbentuknya solidaritas kelompok. Teori Contagion berusaha untuk menjelaskan jaringan sebagai saluran untuk menularkan sikap dan perilaku. Kontak disediakan oleh jaringan komunikasi dalam teori penularan. Jaringan komunikasi ini berfungsi sebagai mekanisme yang mengekspos orang-orang, kelompok, dan organisasi untuk informasi, pesan sikap dan perilaku orang lain (Burt, 1980 dalam Monge and Contractor, 2003). Hal tersebut dapat meningkatkan kemungkinan bahwa anggota jaringan akan mengembangkan keyakinan, asumsi, dan sikap yang sama dengan jaringan mereka. Teori

penularan mencari hubungan antara anggota organisasi dan jaringan mereka. Pengetahuan, sikap, dan perilaku anggota organisasi terkait dengan informasi, sikap, dan perilaku orang lain dalam jaringan yang menghubungkan mereka.

Penelitian ini berfokus pada faktor pembentuk solidaritas dalam kelompok melalui media sosial. Faktor-faktor yang akan digunakan merujuk pada gagasan Reza Pishghadam *et al* (2011). Faktor pembentuk solidaritas kelompok ini juga digunakan dalam penelitian Ridzuan *et al* (2014) yaitu *interaction, involvement, quality, dan intimacy*. Meski telah disebutkan pada Latar Belakang, bahwa penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Ridzuan *et al* berbeda fokus penelitian (solidaritas sosial). Namun dengan mempertimbangkan kesamaan media yang digunakan, yaitu media sosial, maka diputuskan untuk tetap mengacu pada empat elemen yang sama.

1. Interaksi (*interaction*)

Faktor ini merujuk pada hubungan komunikasi di antara dua orang atau lebih serta mendapat tanggapan atau *feedback*. Melalui interaksi dengan orang-orang dari berbagai kalangan di media sosial, mereka dapat menemui persamaan sikap, pendapat, dan nilai-nilai (Edelmann, 1993). Media sosial adalah satu-satunya media yang memberikan kesempatan bagi khalayak ramai secara global untuk terus terhubung satu dengan lainnya (Kushairi, 1997 dalam Ridzuan *et al*, 2014). Seperti dinyatakan oleh Cheong, 2011 dalam Ridzuan *et al*, 2014) bahwa media sosial dapat meningkatkan akses dan interaksi dengan semua orang. Suatu kelompok atau suatu masyarakat yang bersatu, salah satunya ditandai dengan adanya tingkat interaksi yang tinggi (Kearns dan Forrest, 2000).

2. Keterlibatan (*involvement*)

Merujuk pada perbuatan atau proses mengambil bagian dari sesuatu. Adanya persamaan antaranggota dalam suatu kelompok dinilai akan semakin meningkatkan keterlibatan di media sosial. Pada tahap ini, pengguna terdorong untuk mempelajari atau mengenal lebih lanjut mengenai orang lain (DeVito, 2009). Keterlibatan dapat tercipta ketika orang-orang saling terhubung dengan teman-

teman atau keluarga, di antaranya dengan menambahkan mereka sebagai teman, mengikuti atau menandai (*tagging*) mereka dalam sebuah foto.

3. Kualitas (*quality*)
Faktor ini merujuk pada tingkat kenikmatan, kenyamanan, dan kesehatan dalam kehidupan seseorang. Kualitas dalam media sosial dapat membuat hubungan antar pribadi saling bergantung satu dengan lainnya, artinya tindakan seseorang akan berdampak pada orang lain (DeVito, 2009). Kualitas dan frekuensi dalam berhubungan dengan rekan-rekan dapat meningkatkan kualitas sikap sebuah kelompok (Tropp dan Pettigew, 2005). Menurut Sabbagh (2003), orang-orang dengan karakter yang baik atau memiliki hubungan yang sangat baik dengan teman-teman mampu meningkatkan tercapainya solidaritas yang kuat dalam kelompok. Hargie *et al* (2003) dalam Ridzuan *et al* (2014) menyatakan bahwa adanya kesamaan nilai dan minat dengan teman-teman di media sosial mampu meningkatkan kualitas pertemanan mereka.
4. Keintiman (*intimacy*)
Keintiman atau keakraban mengacu pada hal-hal yang dikatakan atau dilakukan oleh orang-orang yang memiliki hubungan dekat dengan orang lain. Merupakan suatu keadaan dimana seseorang dapat jujur dan terbuka ketika berbicara mengenai dirinya, dapat mengekspresikan pikiran dan perasaan yang tidak mampu diungkapkan pada orang atau hubungan yang lain (DeVito, 2009). Konsep memberi dan menerima seperti kasih sayang, hormat-menghormati, dan sikap tidak mementingkan diri sendiri berkontribusi pada terbentuknya solidaritas yang kuat (Sabbagh, 2003). Seperti dikatakan pula oleh Wellman dan Gulia (1999) bahwa media sosial dapat memberikan dukungan sosial dan emosional, sumber informasi, dan kesatuan/ kepaduan (solidaritas) dengan orang lain. Melalui tahap ini, komunikasi menjadi lebih personal dan mudah (Gudykunst dan Nishida, 1984).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan pendekatan paradigma positivisme. Tipe penelitiannya adalah survei, dimana penelitian survei menurut Malhotra (2004) adalah metode untuk mendapatkan informasi secara spesifik mengenai perilaku, maksud, pengetahuan, motivasi, karakteristik demografis, atau gaya hidup responden. Penelitian ini akan menggali mengenai motivasi dalam penggunaan sosial media yang mampu memengaruhi perilaku atau sikap solider pada Aksi Bela Islam 411 dan 212.

Populasi dalam penelitian ini adalah simpatisan Aksi Damai 411 atau 212 dan mengikuti akun *facebook* salah satu atau beberapa *opinion leader*, yaitu Ustad Arifin Ilham, Ustad AA Gym, Ustad Bachtiar Nasir, atau akun resmi GNPf MUI. Seperti diketahui, jumlah simpatisan yang terlibat dalam Aksi Damai 411 dan 212 tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

Karena populasi dalam penelitian ini pun tidak diketahui dengan pasti, maka digunakan teknik penentuan jumlah sampel untuk populasi tak terhingga, seperti yang digunakan dalam penelitian Setiawan (2011), sebagai berikut:

$$N = \frac{Z^2}{4(moe)^2} = \frac{1,96}{4(0,1)^2} = 96,6$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikansi 5% (1,96)

moe = Margin of error maksimal, adalah tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih bisa ditoleransi yaitu 10%

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel yang baik minimal sebesar 96,6 yang dibulatkan menjadi 97 sampel. Namun demikian, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 orang responden.

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data berupa kuesioner terstruktur, yang merupakan ciri khas dari metode survei. Dalam kuesioner terstruktur, Malhotra mengatakan bahwa kuesioner formal disiapkan dan pertanyaan diajukan dalam urutan yang telah disusun sebelumnya (2004:197).

Analisis data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Distribusi frekuensi
Pada tahap ini, analisis dilakukan untuk melihat distribusi frekuensi serta gambaran deskriptif dari variabel-variabel yang berkaitan dengan karakteristik responden atau subjek yang diamati. Variabel-variabel yang disajikan dalam bentuk tabel frekuensi adalah usia, domisili, pendidikan, pekerjaan, jumlah pendapatan per bulan, media sosial yang dimiliki, frekuensi menggunakan media sosial, media sosial favorit, media yang menjadi sumber informasi terkait Aksi Damai, akun facebook *opinion leader* yang diikuti.
2. Analisis regresi linier sederhana
Penelitian ini akan mengetahui pengaruh faktor-faktor dalam media sosial atau Social Networking Site (SNS) pada solidaritas kelompok. Pengujian melalui regresi linier sederhana dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana dalam penelitian ini berarti pengaruh faktor-faktor dalam SNS pada solidaritas kelompok simpatisan Aksi Damai 411 dan 212.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- Ho : Tidak ada pengaruh antara faktor-faktor dalam media sosial terhadap pembentukan solidaritas kelompok pada Aksi Damai 411 dan 212.
- Ha : Ada pengaruh antara faktor-faktor dalam media sosial terhadap pembentukan solidaritas kelompok pada Aksi Damai 411 dan 212.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Demografi

Responden yang terlibat dalam penelitian ini didominasi dengan kelompok usia 33-37 tahun, yaitu 46%, sisanya tersebar merata di beberapa kelompok usia. Pendidikan terakhir responden mayoritas berada di jenjang strata 1, yaitu sebanyak 64%. Mayoritas responden (31%) bekerja sebagai wiraswasta dengan pendapatan lebih dari Rp 5.000.000,00 setiap bulannya.

Seluruh responden dalam penelitian ini memiliki media sosial facebook, sebab hal ini menjadi salah satu syarat atau kriteria penentuan responden yaitu memiliki akun facebook dan mengikuti (*follow*) akun facebook *opinion leader*, seperti Ustad Arifin Ilham, Ustad AA Gym, Ustad Bachtiar Nasir, atau akun resmi GNPF MUI. Namun demikian, jumlah yang cukup besar (72%) responden mengisi kuesioner pada kolom 'media sosial lainnya'. Hal ini mendorong peneliti untuk menggali lebih dalam melalui wawancara tidak terstruktur pada responden. Hampir seluruh responden mengaku bahwa media sosial lainnya yang dimiliki adalah WhatsApp, WhatsApp Group, dan Blackberry Messenger. Responden mengkategorikan WhatsApp, WhatsApp Group, dan Blackberry Messaging dalam media sosial. Namun jika dilihat dari karakteristiknya, ketiganya lebih tepat masuk ke dalam kategori *instant messaging*.

Menariknya, responden mengaku paling sering mengakses media sosial lainnya yang tidak disebutkan dalam pilihan jawaban pada kuesioner, yaitu 38%. Kemudian baru diikuti oleh instagram (31%) dan facebook (30%) sebagai media sosial yang paling sering diakses. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden lebih sering mengakses WhatsApp, WhatsApp Group, dan Blackberry Messenger daripada instagram dan facebook. Untuk mengakses media sosial dan *instant messaging*-nya, mayoritas responden (76%) memanfaatkan *smartphone*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden lebih banyak mengakses *instant messaging*, seperti WhatsApp, WhatsApp Group, dan Blackberry Messaging, dibanding facebook.

Analisis Uji Kuesioner

Uji validitas terhadap kuesioner menyatakan bahwa item-item pernyataan yang valid dengan signifikansi 5% adalah 29 pernyataan. Skor masing-masing pernyataan yang valid adalah lebih besar dari r tabel untuk df98 yaitu 0,1966. Sedangkan uji realibilitas terhadap pernyataan dalam kuesioner penelitian ini menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur, yaitu 0,769. Uji normalitas juga menunjukkan distribusi yang normal untuk

semua item pernyataan tersebut. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji validitas dan realibilitas maka instrument dalam penelitian ini dinyatakan memiliki keandalan dan dapat digunakan untuk mengukur faktor-faktor dalam media sosial (Social Networking Site/SNS) terhadap pembentukan sikap solidaritas partisipan Aksi Bela Islam 411 dan 212.

Hasil uji normalitas pada seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini diketahui memiliki distribusi yang normal, sebab nilai K-S hitung $0,113 < 0,134$ (nilai K-S tabel) untuk Variabel X dan $0,003 < 0,134$ (nilai K-S tabel) untuk Variabel Y. Kemudian, karena penelitian ini menggunakan analisis regresi, maka disyaratkan untuk menguji linearitas antarvariabelnya terlebih dahulu. Kriteria uji linearitas adalah dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Dari hasil uji linearitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi adalah 0,312. Sehingga nilai signifikansi $> 0,05$. Dengan demikian, terdapat hubungan yang linear antara dua variabel tersebut, sehingga dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antarvariabel dalam penelitian dengan menggunakan analisis regresi.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan Y, maka dilakukan uji korelasi. Uji korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Spearman*, karena data yang digunakan berjenis ordinal. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa variabel X yaitu faktor-faktor dalam Facebook (Social Networking Site/SNS) tidak memiliki nilai korelasi positif dengan variabel Y yaitu sikap solidaritas partisipan Aksi Damai 411 dan 212. Sebab nilai signifikansi dari uji korelasi antarvariabel adalah 0,870, dimana $> 0,05$.

Jika uji korelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y, maka analisis regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel X dan variabel Y.

Untuk menjawab hipotesis dapat dilihat melalui uji ANOVA yang tersaji dalam Tabel 1. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut.

Ho diterima jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
 Ha diterima jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai F hitung adalah 0,184 dengan tingkat signifikansi 0,669, sedangkan F tabel $\alpha 5\%$ untuk nilai regression 1 dan nilai residual 98 adalah 3,94. Oleh karena tingkat signifikansinya $0,669 > 0,05$ dan $F \text{ hitung} (0,184) < F \text{ tabel} (3,94)$ maka dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor-faktor dalam media sosial (Social Networking Site/SNS)(X) tidak berpengaruh terhadap variabel pembentukan solidaritas kelompok (Y) pada partisipan Aksi Bela Islam 411 dan 212.

Aksi Bela Islam 411 dan 212 melibatkan hingga jutaan partisipan yang datang dari seluruh penjuru Indonesia. Hal ini menunjukkan sikap solidaritas yang tinggi dari partisipannya. Seperti dinyatakan oleh Hasib (2016) bahwa solidaritas partisipan Aksi 411 dan 212 dibentuk oleh media sosial, seperti facebook, twitter, dan WhatsApp sebagai rujukan utama dan tercepat. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa selain dari facebook, ada media lain yang juga memiliki peran penting bagi penyebaran informasi dan pembentukan solidaritas antarpartisipan. Media tersebut adalah WhatsApp Group dan Blackberry Messenger Group.

Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara, WhatsApp, Line, dan Blackberry Messenger termasuk dalam aplikasi *chating* (Ihsanuddin, 2016). Dalam sensus media global BI Intelligence, tiga *platform* pesan terfavorit adalah WhatsApp, Line, dan WeChat (Putrisekar, 2013). Hal ini juga ditegaskan oleh praktisi media sosial, Nukman Luthfie, yang

Tabel 1. Uji Koefisien Determinan dan Uji F untuk X terhadap Y

Model	df	F	Sig.	R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate
Regression	1	.184	.669	.043	.002	.008	4.014
Residual	98						
Total	99						

Sumber: Diolah oleh Peneliti

mengatakan bahwa, “Media sosial itu menghubungkan kita dengan orang lain dan komunikasinya tidak hanya dua arah tapi juga multi arah. *Nah* kalau WhatsApp dan Telegram itu sebenarnya berbasis *messaging* yang hanya mengirimkan pesan.”(Indrawan, 2017).

Penelitian ini menemukan bahwa WhatsApp lebih berperan daripada Facebook dalam membentuk solidaritas partisipan Aksi 411 dan 212. Beberapa alasan yang dikemukakan oleh partisipan mengenai kurang efektifnya Facebook dalam membentuk solidaritas kelompok salah satunya adalah Facebook bersifat kurang personal.

Pada dasarnya, cuitan atau *posting-an* seseorang dalam facebook dapat dilihat secara terbuka oleh pengguna lainnya tanpa melihat latar belakang atau unsur lainnya. Padahal konten yang dibagikan oleh partisipan Aksi 411 dan 212 memuat unsur sensitif, yaitu agama dan keyakinan, sehingga tidak semua mampu menerimanya. Hal ini ditegaskan oleh Ritu Ladage (2013),

“While Facebook let’s you put up everything right out there, mediums like WeChat and WhatsApp are more personal. All your chats are private unless on a group and there’s no fear of accidentally posting something which can go ‘public’ if you forget to tweak security settings’.

Alasan kedua partisipan Aksi 411 dan 212 kurang memanfaatkan Facebook untuk membangun solidaritas kelompok adalah masalah keamanan. Sistem pada aplikasi Facebook dikenal sulit untuk di-*hack*, namun baru-baru ini Anand Prakash mampu menemukan kelemahan yang sangat fatal dalam sistem keamanan Facebook (Heriyanto, 2016).

Selain masalah keamanan pada sistem, Facebook juga lemah dalam melindungi konten yang dibagikan oleh para penggunanya. Hal ini diungkapkan oleh Ladage (2013), bahwa:

“While it is still not advisable to share personal thing over Facebook considering the privacy glitches and fears of hacks, there’s no such issue over WhatsApp. Unless an over-adventurous hacker decides to hack the complete database of WhatsApp and go through each and every account, we guess your data is relatively secure as compared to Facebook.”

Alasan selanjutnya terkait kecepatan pengguna Facebook dalam merespon unggahan.

Seseorang harus menunggu hingga pengikutnya (*followers*) terhubung dengan internet (online) untuk dapat melihat unggahannya. Selain itu, kelemahan lain adalah tidak adanya notifikasi atau tanda yang melaporkan siapa sajakah yang telah menerima dan membaca unggahan di dalam akun Facebook.

Merujuk pada pengertian media sosial menurut Ahlqvist dkk (2008) dalam Sulianta (2015), adalah interaksi sosial antara manusia dalam memproduksi, berbagi, dan bertukar informasi, dalam hal ini mencakup gagasan dan berbagai konten dalam komunitas virtual. Pengertian ini menggarisbawahi adanya komunitas virtual sebagai syarat sebuah media sosial, dimana komunitas adalah kumpulan manusia yang saling terhubung atas kesamaan tertentu. Hal inilah yang tidak dimiliki oleh WhatsApp dan Blackberry Messenger, sebab hanya menghubungkan atau mewadahi interaksi antara dua manusia saja. Sehingga WhatsApp dan Blackberry Messenger dapat dikatakan bersifat *private*.

Meski demikian, WhatsApp dan Blackberry Messenger saat ini juga memiliki fitur yang memungkinkan adanya upaya untuk berbagi informasi tidak hanya antar dua manusia saja, yaitu melalui fitur *update status* yang memungkinkan pemilik akun untuk mengunggah foto, video, maupun ide/gagasan yang dapat diketahui oleh seluruh akun yang ada dalam daftar kontakannya. Hal ini membuat kategori WhatsApp dan BlackBerry Messenger yang hanya merupakan aplikasi *chatting* menjadi bias, sebab dalam WhatsApp dan Blackberry Messenger juga terdapat komunitas meski jangkauannya lebih sempit dibanding media sosial lain, seperti facebook, twitter, atau instagram. Sama halnya dengan WhatsApp Group yang dinilai lebih efektif dalam penyebaran informasi sehingga dapat membentuk solidaritas kelompok Aksi Damai 411 dan 212.

WhatsApp Group pada dasarnya adalah kelompok atau komunitas virtual yang terbentuk dengan latar belakang kesamaan tertentu. Keanggotaan dalam WhatsApp Group lebih terbatas, yaitu hanya sebatas pada orang-orang yang diundang (*invited*) oleh admin grup. Dengan demikian, sifat WhatsApp Group bersifat *private*.

Karena bersifat *private*, orang-orang yang tergabung dalam grup cenderung lebih bebas dalam menyebarkan informasi. Meski demikian, penyebaran informasi melalui WhatsApp Group juga tetap dibatasi oleh beberapa hal mendasar, yaitu tidak menyebarkan berita bohong (*hoax*). Sebab meski pada dasarnya bersifat lebih *private* dibanding media sosial lainnya, WhatsApp Group tetap merupakan media ruang terbuka publik yang dilindungi oleh UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

WhatsApp Group terbukti efektif bagi penyebaran informasi pada kelompok Bela Islam di seluruh Indonesia, melalui unggahan konten berupa kata-kata, gambar, video, cuplikan berita, dan sebagainya yang dapat meningkatkan semangat Bela Islam, dan pada akhirnya membentuk solidaritas kelompok Bela Islam.

Keanggotaan dalam WhatsApp Group yang dibatasi oleh kesamaan nilai terhadap semangat bela Islam menjadikan mereka merasa lebih bebas menyuarakan gagasannya melalui konten yang dibagikan dalam WhatsApp Group tersebut. Hal ini tentu berbeda dengan media sosial yang bersifat lebih terbuka. Dalam media sosial, tidak semua konten dapat diterima oleh pengguna media (*netizen*), sehingga partisipan Aksi Bela Islam harus lebih berhati-hati dalam membagikan konten atau informasi. Atas dasar hal tersebut, partisipan Aksi Bela Islam lebih memilih media *chatting* seperti WhatsApp Group dibandingkan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan sebagainya sebagai media pembentuk solidaritas kelompok pada Aksi 411 dan 212.

KESIMPULAN

Media sosial, terutama *facebook* kurang efektif dalam membentuk solidaritas partisipan pada Aksi Bela Islam 411 dan 212. Hal ini disebabkan karena beberapa kelemahan *facebook*, antara lain terkait masalah *privacy*, keamanan, dan jangka waktu partisipan lain dalam menerima konten yang dibagikan.

Partisipan Aksi Bela Islam 411 dan 212 lebih memilih menggunakan media *chatting* terutama WhatsApp Group sebagai pengganti media sosial. Sebab, sifat WhatsApp Group yang lebih *private* mampu menjadikan partisipan

leluasa dalam berbagi konten yang mampu membakar semangat bela Islam anggotanya. Selain itu, keanggotaan dalam WhatsApp Group juga dapat dikendalikan dengan membatasi para anggota yang diundang (*invited*) berdasarkan kesamaan nilai dan sudut pandang.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hawamdeh, S. dan Hart T.L. (2002). *Information and Knowledge Society*. Singapore: McGraw Hill.
- DeVito, J.A. (2009). *Human Communication: The Basic Course*. Boston: Pearson Education
- Edelmann, R.J. (1993). *Interpersonal Conflicts at Work*. London: The British Psychological Society
- Malhotra. (2004). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Edisi Keempat*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Monge, Peter R. and Noshir S. Contractor. (2003). *Theories of Communication Network*. New York: Oxford University Press
- Sulianta, Feri. (2015). *Keajaiban Media Sosial: Fantastis Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wellman, B. and Gulia M. (1999). *Net-surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities*. Boulder, Colorado: Westview Press
- Brass, Daniel J. (1995). *A Social Network Perspective on Human Resources Management*. *Journal. Research in Personnel and Human Resources Management*, Vol. 13, pg. 39-79, ISBN: 1-55938-943-5
- Gudykunst, W.B. and Nishida T. (1984). *Individual and Cultural Influences on Uncertainty Reduction*. *Communication Monographs* Vol. 51, pg. 23-36
- Kalamas, M., T. Mitchell, and D. Lester. (2009). *Modeling Social Media Use: Bridging the Communication Gap in Higher Education*. *Journal of Advertising Education*, Vol. 13, No. 1, pg. 44-57

- Kearns, A. and Forrest R. (2000). *Social Cohesion and Multi-level Urban Governance*. Urban Studies, Vol. 37, pg. 995-1017
- Lopez, Amanda Rohr. (2014). *The Impact of Social Media on Social Movements: The New Opportunity and Mobilizing Structure*. California: Creighton University
- Ridzuan, Abdul Rauf, et al. (2014). *Social Media as An Agent of Social Solidarity in Malaysia*. Jurnal. Dipaparkan pada Social Sciences Post Graduate International Seminar (SSPIS 2014) di USM, Penang. Tersedia dalam https://www.researchgate.net/publication/269821147_SOCIAL_MEDIA_AS_AN_AGENT_OF_SOCIAL_SOLIDARITY_IN_MALAYSIA diakses pada 6 Januari 2017 pukul 13.31
- Sabbagh, C. (2003). *The Dimension of Social Solidarity in Distrbutive Justice*. Journal of Social Science Information, Vol. 42, No. 2, page 255-276, DOI 10.1177/0539018403042002005
- Setiawan, Nugroho Ardhi. (2011). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Televisi Axis "Penjual Gorengan"*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro
- Tropp, L.R. and T.F. Pettigrew. (2005). *Relationships between Intergroup Contact and Prejudice among Minority and Majority Status Group*. Psychological Science, Vol. 16, No. 12, pg. 951-957
- BBC Indonesia. (2015, 27 Mei). *Hampir Separuh Warga Dunia Terhubung Internet Akhir 2015*. Diakses pada 4 Januari 2017 pukul 12.36 dari http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2015/05/150526_majalah_internet
- Burhani, Ruslan. (2016). *Survei: Lima Isu Terpopuler 2016 di Media Sosial*. Artikel. Berita Online www.antaraneews.com, Edisi 22 Desember 2016. Tersedia dalam <http://www.antaraneews.com/berita/602997/survei-lima-isu-terpopuler-2016-di-media-sosial> Diakses pada 31 Desember 2016 pukul 13.34
- Eka, Randi. (2016). *Facebook Masih Mendominasi Penggunaan Media Sosial di Kuartal Ketiga 2016*. Berita Online. Tersedia dalam <https://dailysocial.id/post/facebook-masih-mendominasi-penggunaan-media-sosial-di-kuartal-ketiga-2016> Diakses pada 31 Desember 2016 pukul 13.24
- Hasib, Ahmad Kholili. (2016). *Aksi 212 dan 5 Fenomena Lahirnya Generasi Baru Islam Indonesia*. Artikel. Tersedia dalam <http://www.hidayatullah.com/artikel/ghazwul-fikr/read/2016/12/08/107231/aksi-212-dan-5-fenomena-lahirnya-generasi-baru-islam-indonesia.html> Diakses pada 31 Desember 2016 pukul 13.21
- Heriyanto, Trisno. (2016). *Hacker Beberkan Cara Mudah Membajak Akun Facebook*. Artikel. Berita Online. www.m.cnnindonesia.com Edisi 10 Maret 2016. Tersedia dalam <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20160310110158-185-116481/hacker-beberkan-cara-mudah-membajak-akun-facebook> Diakses pada 19 Mei 2018 pukul 16.58
- Hidayat, Wicak. (2014). *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. Artikel. Kementerian Komunikasi dan Informasi, Edisi 24 November 2014. Tersedia dalam https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media Diakses pada 4 Januari 2017 pukul 12.35
- Ihsanuddin. (2016). *Selain Media Sosial, Pemerintah juga Pantau Aplikasi "Chatting"*. Artikel. Berita Online www.kompas.com edisi 29 Desember 2016. Tersedia dalam

- <http://nasional.kompas.com/read/2016/12/29/17353471/selain.media.sosial.pemerintah.juga.pantau.aplikasi.chatting>. Diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 11.25
- Indrawan, Aditya Fajar. (2017). *Praktisi: Telegram Bukan Medsos*. Artikel. Berita Online www.detik.com Edisi 16 Juli 2017. Tersedia dalam <https://news.detik.com/berita/d-3562123/praktisi-telegram-bukan-medsos> Diakses pada 26 Oktober 2017 pukul 10.12
- Ladage, Rutu. (2013). *Reasons Why We Prefer Whatsapp Over FB*. Artikel. Berita Online www.m.indiatimes.com Edisi 12 November 2013. Tersedia dalam <https://m.indiatimes.com/technology/internet/top-5-reasons-why-we-prefer-whatsapp-over-facebook-111350.html> Diakses pada 18 Mei 2018 pukul 09.22
- Putrisekar.(2013). *Fakta Jejaring Sosial Terbesar di Dunia*. Artikel. Berita Online www.marketing.co.id edisi 31 Oktober 2013. Tersedia dalam <http://www.marketing.co.id/fakta-jejaring-sosial-terbesar-di-dunia/> Diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 11.28
- Raharjo, Budi. (2016). *Menghitung Jumlah Peserta Aksi 212*. Artikel. Republik Online, Edisi 5 Desember 2016. Tersedia dalam <http://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/16/12/05/ohou27415-menghitung-jumlah-peserta-aksi-212> Diakses pada 4 Januari 2017 pukul 23.00
- Rapsanjani, Faizal. (2016). *Dua Ormas Tionghoa Nobatkan Rizieq sebagai Man of The Year*. Artikel. Edisi 20 Desember 2016. Tersedia dalam <http://aceh.tribunnews.com/2016/12/20/dua-ormas-tionghoa-nobatkan-habib-rizieq-sebagai-man-of-the-year-2016> Diakses pada 5 Januari 2017 pukul 14.55