



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : Frans Sahala Moshes Rinto
Nim : 55214120067
Judul : **WACANA NASIONALISME DI MEDIA SOSIAL**
(Analisis Wacana Kritis Foucault Dalam #KamiTidakTakut di Twitter)
Bibliografi : 170 Halaman + 5 Bab + 46 Buku + 13 Jurnal (Tahun 1964 – 2016)

ABSTRAK

Teknologi informasi dewasa ini telah menjalar ke penjuru dunia, menerobos batas geografis, beralih menjadi semacam tongkat komando yang mampu memposisikan kembali pola pikir, tata kelakuan dan sikap mental dalam masyarakat. 14 Januari 2016, Jalan Sarinah di Jakarta di serang bom bunuh diri teroris ISIS. #KamiTidakTakut di media sosial Twitter muncul dengan mudah dan murah sebagai pembangkit nasionalisme memerangi terorisme sekaligus mencapai peringkat *trending topics*. Penelitian ini menguji refleksi nasionalisme seperti apa yang ada dalam #KamiTidakTakut tersebut.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini selain menggunakan teori relasi kekuasaan/pengetahuan Foucault, juga menggunakan teori-teori relevan lain demi mendapatkan kedalaman kajian seperti deterministik teknologi, ekonomi politik media, hegemoni dan narasi keindonesian Soekarno sebagai pondasi nasionalisme kebangsaan.

Tipe penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode penelitian analisis wacana kritis Foucault yang meliputi formasi diskursif kekuasaan (*power*), pengetahuan (*knowledge*) dan wacana (*discourse*) dengan penekanan aspek arkeologi dan geneologi. Unit analisis adalah ujaran (*tweets*) yang menggunakan #KamiTidakTakut pada bentuk-bentuk teks dan konteks serta kaitannya dengan wacana nasionalisme yang digunakan oleh *netizen* di media sosial Twitter seperti ekspresi bahasa, gambar, serta unsur-unsur pendukung lainnya. Selanjutnya disingkap melalui kajian resisten dan pengungkapan makna laten berupa ideologi media sosial.

Hasil penelitian melalui analisa formasi diskursif #KamiTidakTakut serta resistensinya; terdapat kepatuhan (panoptisme) melalui pengelompokan identitas sosial kolektif, nasionalisme. Namun wacana nasionalisme dalam #KamiTidakTakut hanyalah wujud simulasi aktivitas keseharian pengguna media sosial. Pengguna Twitter yang partisipan terhegemoni dan diposisikan sebagai objek laten media sosial, yaitu ideologi kapitalisme. Aktivitas partisipan dalam jejaring sosial seperti mengunggah *video*, *audio* atau artikel tidak ubahnya seperti pekerja atau buruh yang tidak dibayar (*free labor*). Pemilik media sosial mendapat keuntungan dari data dan iklan yang masuk. Para pengguna tidak menyadari bahwa apa yang dilakukan merupakan bagian dari kepentingan ekonomi elit media.



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : Frans Sahala Moshes Rinto
Nim : 55214120067
Judul : **WACANA NASIONALISME DI MEDIA SOSIAL**
(Analisis Wacana Kritis Foucault Dalam #KamiTidakTakut di Twitter)
Bibliografi : 170 Halaman + 5 Bab + 46 Buku + 13 Jurnal (Tahun 1964 – 2016)

ABSTRACT

Information technology today has spread all over the world, breaking through geographical boundaries, turning into a kind of command rod that is able to reposition the mindset, behavior and mental attitude in society. January 14th, 2016, Jalan Sarinah in Jakarta is attacked by ISIS terrorist suicide bombing. #KamiTidakTakut (we are not afraid) on social media Twitter comes up with ease and cheap as a nationalism generator fighting terrorism while achieving trending topics ranking. This study examines the reflection of nationalism as it is in #KamiTidakTakut.

The literature review in this research besides using Foucault's theory of power/knowledge relation, also uses other relevant theories to gain depth of study such as deterministic technology, media political economy, hegemony and Soekarno's narration of Indonesian nationalism.

The type of research used is qualitative with Foucault's critical discourse analysis research which includes discursive formation of power, knowledge and discourse with emphasis on archeology and geneology. Unit analysis is the tweets that use #KamiTidakTakut on text forms and context and its relation to the discourse of nationalism used by netizens in Twitter social media such as expression of language, image, and other supporting elements. Further disclosed through the study of resistance and disclosure of latent meaning in the form of social media ideology.

The results of research through the analysis of discursive formation #KamiTidakTakut and resistance; there is compliance (panoptism) through the grouping of collective social identity, nationalism. But the discourse of nationalism in #KamiTidakTakut is just a form of simulation of daily activities of social media users. Twitter users who participate had hegemonied and positioned as a latent object of social media, the ideology of capitalism. Participant activities in social networks such as uploading videos, audio or articles are like workers or unpaid laborers. Owners of social media benefit from data and incoming ads. Users are unaware that what they do is part of the elite's economic interests.