

REPRESENTASI NASIONALISME MIKRO DI MEDIA SOSIAL: PERSOALAN BAGI INDONESIA SEBAGAI “IMAGINED COMMUNITY”

Karman¹, Somo Arifianto²

^{1,2} Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
Jl. Medan Merdeka Barat No. 9 Jakarta Pusat, Indonesia, 10110
No. HP: ¹082188397473, ²082112194485,
Email: ¹karman@kominform.go.id, ²arief2008@gmail.com

Naskah diterima pada tanggal 13 Oktober 2020, direvisi tanggal 19 Desember 2020, disetujui tanggal 25 Februari 2021

REPRESENTATION OF MICRO NATIONALISM IN SOCIAL MEDIA: A PROBLEM FOR INDONESIA AS “IMAGINED COMMUNITY”

Abstract. *Indonesia is a country diverse in many aspects. The Indonesian nation is united by nationalism even though they do not know each other. However, nationalism as an "imagined community" is challenged by the presence of micronationalism. This nationalism appears in many communities within the country, including cultural communities. One of the phenomena in Indonesia was the presence of the Keraton Agung Sejagat (KAS) kingdom. This article describes the meaning of the KAS micronationalism symbol as represented in their cultural parade. The research data was obtained from shared media (YouTube), which featured the KAS cultural parade. The data were analyzed using semiotic analysis, as Roland Barthes introduced. In conclusion, micronationalism's symbolic meaning shows not only unequal welfare but also the imagination that Indonesia is not united. The communities have their imaginations and depictions. The new communication technology supports achieving their goals and ideology, even though it is not following Indonesia's national interests. This study recommends increasing public literacy, not only media literacy but also cultural literacy in the archipelago, so that media use is in accordance with national interests and identities.*

Keywords: *representation, micronationalism, social media, imagined community, Keraton Agung Sejagat.*

Abstrak. Indonesia adalah negara yang memiliki keragaman dalam banyak aspek. Bangsa Indonesia dipersatukan oleh nasionalisme walaupun mereka tidak saling mengenal. Namun, nasionalisme sebagai “imagined community” mendapat tantangan dengan hadirnya nasionalisme mikro. Nasionalisme ini muncul pada banyak komunitas dalam satu negara, antara lain komunitas budaya. Salah satu fenomenanya di Indonesia adalah kehadiran kerajaan Keraton Agung Sejagat (KAS). Artikel ini mendeskripsikan makna simbol nasionalisme mikro KAS yang direpresentasikan pada kirab budaya mereka. Data penelitian diperoleh dari media berbagi (YouTube) yang menampilkan parade kirab budaya KAS. Data dianalisis menggunakan analisis semiotika seperti yang Roland Barthes perkenalkan. Kesimpulannya, makna simbolik nasionalisme mikro menunjukkan bukan hanya kesejahteraan yang tidak merata melainkan juga imajinasi bahwa Indonesia tidak bersifat tunggal. Komunitas KAS memiliki imajinasi dan gambaran tentang mereka sendiri. Teknologi komunikasi baru mendukung pencapaian tujuan dan ideologi mereka, walaupun tidak sesuai dengan kepentingan nasional Indonesia. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan literasi masyarakat, tidak hanya literasi media tapi literasi budaya di nusantara sehingga penggunaan media dapat sesuai dengan kepentingan dan identitas nasional.

Kata kunci: representasi, nasionalisme-mikro, media sosial, komunitas terbayang, Keraton Agung Sejagat.

DOI: 10.20422/jpk.v24i1.758

PENDAHULUAN

Sikap nasionalisme warga negara diwujudkan dalam bentuk loyalitas, kesetiaan, dan keterikatan kepada negara-bangsa melebihi ikatan dan loyalitas kepada kelompok. Di Indonesia, semangat untuk mempersatukan Indonesia sudah dipikirkan oleh banyak kalangan pemuda yang terlibat dalam pergerakan nasional seperti Budi Utomo atau Syarikat Islam. Mereka mengesampingkan perbedaan atas dasar suku dan agama untuk melawan penjajahan. Pengalaman dan kondisi bangsa Indonesia melawan penjajahan dan semangat mengisi kemerdekaan ini kemudian menjadi esensi dari nasionalisme. Artinya, nasionalisme sebagai identitas bangsa dibangun atas dasar sejarah, budaya, dan bahasa (Castells, 1997). Ini kemudian membuat mereka memiliki rasa bahwa mereka berada dalam komunitas yang sama, sebagai "imagined community". Bangsa Indonesia sebagai "imagined community" terdiri atas orang-orang yang memiliki perbedaan dalam banyak aspek: agama, aliran kepercayaan, suku, warna kulit, dan lain sebagainya. Namun, perbedaan tersebut dipersatukan dalam komunitas besar, yakni Indonesia, dan tercermin dalam semboyan "Bhineka Tunggal Ika". Walaupun memiliki perbedaan, mereka menganggap diri mereka masuk dalam komunitas yang sama kendatipun mereka tidak pernah bertemu (Anderson, 1983). Ini menyiratkan bahwa nasionalisme bukan semata persoalan kesamaan geografis sesama warga yang tinggal di wilayah Indonesia. Nasionalisme mencakup juga persoalan kesadaran menjadi bagian dari Indonesia sebagai "imagined community".

Akhir-akhir ini telah muncul fenomena nasionalisme sempit yang dipahami dalam konteks kerangka pandangan hidup atau ideologi tertentu; seperti wacana Islamisasi dalam konteks Indonesia (misalnya: wacana "NKRI Bersyariah") atau penafsiran Pancasila dalam konteks nilai Islam (Bourchier, 2019). Hal ini mencerminkan bahwa nasionalisme makro sebagai bangsa Indonesia memiliki antitesis dalam bentuk nasionalisme mikro.

Selain nasionalisme mikro atas dasar agama, hadir pula nasionalisme mikro

berdasarkan garis keturunan. Nasionalisme mikro atas dasar keturunan bertolak dari asumsi "keagungan keturunan". Salah satu bentuknya adalah munculnya fenomena kerajaan di Indonesia yang marak terjadi pada tahun 2019. Dalam konteks kesatuan dan kedaulatan negara Indonesia, kehadiran klaim negara kecil di dalam negara Indonesia bukanlah sesuatu yang legal. Ini karena Indonesia sudah memiliki kesepakatan dalam aspek-aspek penting dalam kehidupan bernegara: "Pancasila", "Bhineka Tunggal Ika", "Negara Kesatuan Republik Indonesia", "Undang-Undang Dasar 1945" bahkan teks Pembukaan UUD 1945 tersebut tidak dapat diubah. Dalam konteks internasional, Indonesia menjadi anggota *United Nations* dan menjadi anggota dari kerja sama bilateral dan multilateral. Ini menunjukkan bahwa legalitas Indonesia secara politik sudah diakui dunia.

Berita fenomena lahirnya kerajaan di Indonesia ini menyebar luas. Ada tiga kerajaan yang muncul; KAS, Sunda Empire, dan King of the King. Kerajaan KAS terletak di Desa Pogung Jurutengah, Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo. Pendiri kerajaan tersebut mengklaim dirinya sebagai penerus kerajaan Majapahit terakhir. Aktor utama pendirian kerajaan KAS adalah Totok Santosa dan Dyah Gitarja alias Fanny (lihat Gambar 1). Mereka menobatkan diri sebagai raja dan permaisuri yang merupakan keturunan Wangsa Sanjaya dari kerajaan Majapahit terakhir. Mereka memberikan janji membebaskan masyarakat dari sistem perbudakan perbankan. Di saat isu KAS belum selesai, muncul kasus Sunda Empire di Bandung, Jawa Barat. Penganut Sunda Empire mengklaim bahwa kendali kejayaan dunia berpusat di Bandung. Pemimpinnya (Rangga Sasana) menganggap semua pemerintahan dunia akan berakhir pada tanggal 15 Agustus 2020. Sunda Empire dibangun dengan tujuan untuk menyejahterakan masyarakat (Indonesia Lawyers Club, 2020).

Adapun kerajaan King of the King yang terletak di Kota Tangerang, Banten, mengklaim memiliki kewenangan atas dua lembaga keuangan besar di dunia; Union Bank Switzerland dan Indonesia Mercusuar Dunia. Pemimpinnya (Dony Pedro) mengaku bahwa ia memiliki kekayaan 60 ribu triliun rupiah di

Union Bank Switzerland dan surat berharga peninggalan Soekarno. Mereka akan menggunakan uang tersebut untuk melunasi hutang Indonesia dan membagikannya kepada masyarakat (Kompas TV, 2020).

Fenomena munculnya kerajaan-keajaan kecil ini tidak hanya terjadi di Indonesia. Negara yang mengalami fenomena yang sama yaitu negara Australia. Beberapa literatur terkait dengan negara mikro antara lain: Astapova & Navumau (2018), de Castro & Kober (2019), Simpson (2016), Dominguez (2016), Hayward (Hayward, 2019), Hallerton & Hill (2019), Castellano Vidallé & Maldonado Suárez (2018), Mackinnon (Mackinnon, 2014), Chirindo (2018). Salah satu kerajaan yang lama berdiri adalah Kepangeranan Hutt River (Principality of Hutt River). Kepangeranan Hutt River didirikan oleh Leonard Casley George pada 21 April 1970 di Perth Utara, Australia. Kerajaan ini merupakan kerajaan tertua di Australia (Macbeth, 2010).

Penggagas ‘kerajaan baru’ tengah mengalami delusi keagungan masa lalu (Putsanra, 2020). Berdasarkan kasus-kasus sebelumnya, latar belakang berdirinya kerajaan baru ini cenderung sama. Kesamaan tersebut adalah munculnya kebahagiaan terhadap hal-hal tertentu (misalnya penghasilan, jabatan). Mereka menarik pungutan dari anggotanya untuk keperluan sebagai anggota kerajaan antara lain untuk membeli seragam kerajaan. Mereka menggunakan media sosial (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter) untuk mencapai tujuannya. Dengan memanfaatkan media sosial, konten mereka dapat tersebar luas. KAS mampu merepresentasikan simbol-simbol KAS sehingga mampu memberikan pengaruh, menarik perhatian dan mendapat empati dari pendukungnya di dunia maya dengan memainkan retorika berdasarkan pengetahuan sejarah.

Pertanyaan mengenai bagaimana mereka merepresentasikan simbol-simbol nasionalisme mikro di media sosial menarik untuk dijawab. Penulis bertujuan mendeskripsikan makna di balik representasi simbol mikro nasionalisme KAS. Studi ini memberikan kontribusi pada aspek sosial bahwa kesadaran sosial mengenai

nasionalisme yang dihayati dan dilegitimasi oleh negara Indonesia mendapat perlawanan dari nasionalisme-nasionalisme lain. Nasionalisme bangsa Indonesia sebagai “imagined community” tidak tunggal karena hadir pula imajinasi-imajinasi lain dari komunitas-komunitas yang ada di Indonesia. Teknologi dalam konteks imajinasi komunitas ini justru menjadi alat untuk mengartikulasikan imajinasi ini.

LANDASAN KONSEP

Hadirnya KAS menunjukkan gejala yang disebut dengan negara kecil atau *micro nation*. Nasionalisme yang bertolak dari negara mikro tersebut disebut sebagai nasionalisme mikro. Istilah nasionalisme mikro merujuk kepada nasionalisme terhadap negara kecil. Lawan kata dari nasionalisme mikro adalah nasionalisme makro yang merujuk kepada negara yang sudah mendapat persetujuan. Negara makro biasanya sudah menjadi anggota *United Nations* yang menandakan bahwa negara tersebut telah mendapat pengakuan internasional. Fenomena simbolik KAS ini berelasi dengan ideologi kapitalis dalam masyarakat modern, menunjukkan minoritas masyarakat yang kehilangan kepercayaan dari sosok panutannya. Ruang kosong tersebut mereka manfaatkan untuk mendapatkan nilai tertentu dengan cara manipulatif. Fenomena KAS sebagai fenomena nasionalisme mikro dijelaskan berdasarkan tiga konsep relevan: konsep ideologi (yang menjadi panduan orang berperilaku), bahasa (yang berfungsi sebagai materialisasi ideologi), dan media sosial (teknologi yang memiliki peran memediasi bahasa).

Tindakan seseorang dalam semua aspek mendapat pengaruh dari ideologi. Ideologi merupakan ide-ide yang terorganisasi menjadi pengetahuan tertentu, sistem pemikiran, sistem keyakinan, dan sistem simbol. Tindakan sosial, komunikasi, dan praktik politik berkaitan dengan ideologi. Ideologi dalam perspektif ini bisa bersifat positif (bahwa ideologi adalah sistem ide) dan juga bisa bersifat negatif. Ideologi menurut pandangan Marxis memiliki pengertian

negatif sebagai kesadaran palsu yang muncul dari sistem kapitalisme, terimplementasi dalam praktik-praktik produksi, distribusi dan konsumsi. Praktik yang dimaksud ini bukan hanya untuk benda-benda yang bersifat material. Posisi ideologi dalam masyarakat ditentukan oleh kekuatan ekonomi sebagai basis. Ideologi dengan demikian beroperasi dalam pikiran, perasaan yang diekspresikan antara lain dalam tulisan yang disebar oleh media (Rusadi, 2015). Penerus Marx memperluas cakupan barang yang dimaksud juga pada aspek produksi, distribusi, dan konsumsi barang-barang yang tidak terlihat, tanda, bahasa, dan pengetahuan (Bourdieu, 1991; Zukerfeld, 2017; Baudrillard, 1998).

Dalam aktivitas komunikasi dihasilkan pesan dalam bentuk indeks, ikon, dan simbol. Ini memberikan implikasi metodologis bahwa pesan komunikasi dapat menjadi tempat untuk menggali ideologi. Ideologi itu sendiri dapat ditemukan di tiga tempat: bahasa teks dan representasi, kelembagaan, serta pikiran di kepala. Lokus ideologi tersebut pada subjek kajian media yang pertama adalah kajian pada teks yang merepresentasikan ideologi media atau ideologi masyarakat dalam media. Lokus kedua fokus pada proses produksi yang ada dalam media dan interaksi para awaknya. Lokus ketiga fokus pada kajian mengenai khalayak media sebagai pembaca (Rusadi, 2015).

Ideologi memerlukan 'kendaraan' yang menjalankan fungsi sebagai mediasi. Kendaraan dimaksud adalah bahasa (Jordan-Haladyn, 2014; Bakhtin, 1986; Vološinov, 1973). Bakhtin mengatakan bahwa bahasa adalah materialisasi ideologi. Ilmuwan Rusia tersebut mendapat dukungan dari beberapa sarjana ahli dalam bidang wacana seperti Fairclough (1995, 2003, 2006), Graham (1999, 2002, 2006), dan Phillips (2003). Kedua orang ini berpandangan bahwa kritik ekonomi politik Marx adalah kritik bahasa. Bahasa adalah kesadaran praktis. Bahasa dan kesadaran sosial tidak bisa dipisahkan antara satu dengan lainnya. Ide tidak hadir secara terpisah dari bahasa (Marx, 1973). Secara inheren, teks bersifat ideologis karena ia merepresentasikan sistem-sistem keyakinan dan kekuasaan, secara aktif menafsirkan dan menguraikan identitas dan hubungan, serta membantu

membangun dan memelihara struktur-struktur ketidaksetaraan sosial (Ibrahim, 2015).

Bahasa memerlukan mediatisasi makna. Entitas yang memiliki peran melakukan mediatisasi makna tersebut adalah teknologi komunikasi. Di era global, semua aktor berlomba-lomba menggunakan media sosial untuk memengaruhi opini publik dan mempertahankan eksistensinya. Beberapa hasil survei menunjukkan media sosial berpengaruh terhadap pembentukan opini publik, perilaku masyarakat, dan posisinya telah menggeser media konvensional sebelumnya (lihat kajian *agenda setting*, antara lain: Sharon, 2016). Ketika membentuk opini publik, media sosial tidak hanya memproduksi konten positif, tetapi juga konten bohong, atau konten palsu yang bisa menggerus opini publik lainnya. Seharusnya media sosial memiliki tanggung jawab sosial, agar bisa memenuhi hak publik untuk tahu dengan memberikan informasi edukatif kepada publik, termasuk aktor pendiri KAS yang kita diskusikan ini.

Pengelolaan opini publik yang baik di media sosial berpeluang memenangi pertarungan informasi politik di dunia maya. Bahkan menurut McKinsey dalam Bugin & Chui (2010), hasil risetnya memperlihatkan banyak perusahaan memperoleh keuntungan ketika menggunakan media sosial. Media sosial mampu meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi, kolaborasi, dan aksesibilitas informasi (Xu, 2016). Media sosial memberikan kesempatan banyak orang untuk saling membangun komunikasi, bertukar pikiran, dan nilai-nilai lainnya (Belch & Belch, 2014). Meski banyak di antara organisasi tidak mempertimbangkan kesesuaian, mereka menggunakan media sosial dalam rangka meningkatkan kelancaran organisasinya (Wu, Cegielsk & Hall, 2012).

Kemampuan individu maupun kelompok dalam penggunaan media sosial belum sepenuhnya menjadi bagian penting dalam meningkatkan strategi organisasi tetapi hanya dilihat sebagai kinerja rutin organisasi itu sendiri (Felipe, Roldán & Leal-Rodríguez, 2016). Penggunaan media sosial masih dilihat hanya dari aspek hubungan komunikasi, belum mendalami sebaran konten sebagai wujud perubahan sosial di komunitasnya (Meske &

Stieglitz, 2013). Sementara, media sosial mempunyai potensi besar dalam hal edukasi dan diseminasi informasi agar dapat dipahami masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif sehingga penelitian menekankan pada aspek pemaknaan di balik simbol dalam acara “kirab budaya”. Oleh karena itu, peneliti tidak berambisi mencari penyeragaman atau generalisasi. Teks apa pun memiliki beragam interpretasi. Penelitian ini merujuk pada paradigma kritis model studi kultural. Salah satu pendekatan dalam studi kultural adalah prisma. Pendekatan prisma ini memberikan pemahaman bahwa interpretasi terhadap realitas bergantung kepada sudut pandang seseorang dalam melihat realitas itu. Sudut pandang yang berbeda akan menghasilkan pemahaman terhadap realitas yang berbeda. Karena itulah cara pandang seperti ini digambarkan seperti prisma. Semangat dari pendekatan prisma ini adalah pluralitas realitas yang tergantung pada subjektivitas individu.

Secara ontologi, pendekatan ini melihat realitas sebagai sesuatu yang cair, dinamis. Penelitian ini memahami bahwa realitas nasionalisme mikro yang dalam tulisan ini KAS hadir dari proses yang ditentukan oleh banyak faktor, konteks, dan dinamika sosial politik dalam satu, antara lain: faktor budaya, sejarah, identitas, ekonomi, dan politik nasional maupun lokal. Dialektika ini kemudian memunculkan nasionalisme mikro yang bertentangan dengan nasionalisme makro yang mendapat legitimasi dari negara Indonesia.

Secara epistemologi, peneliti berkeyakinan bahwa pada hakikatnya penulis tengah membangun realitas. Maksud membangun realitas ini adalah apa yang dihasilkan dalam kajian ini adalah juga realitas yang dihasilkan oleh peneliti yang memiliki potensi besar menciptakan makna yang berbeda. Ini karena setiap orang adalah agen yang menciptakan makna (*meaning maker*). Peneliti menempatkan penelitian di antara realitas-realitas. Peneliti tidak memutuskan

interpretasi mana yang paling benar. Tetapi, peneliti bertujuan menyelidiki beberapa interpretasi yang dapat menguliti kepentingan-kepentingan yang kompleks dari sebuah teks. Sebagai prisma, hasil penelitian ini telah menjadi bagian dari sejarah, terkait dengan situasi sosial penulis. Metafora prisma atau kristal menunjukkan bahwa pendekatan ini tidak hanya menggambarkan eksternalitas tetapi juga membias melalui dirinya sendiri. Metafora kristal menunjukkan, realitas berubah mengikuti perubahan metodologi atau perspektif. Secara aksiologi, paradigma ini ingin menunjukkan bahwa realitas nasionalisme itu banyak, tidak tunggal (Sauko, 2003).

Peneliti mengumpulkan data sekunder dalam bentuk berita dan representasi KAS di media berbagi (YouTube). Sumber sekunder lainnya adalah media massa dan portal berita yang membahas fenomena KAS. Peneliti tidak mendapatkan sumber primer karena keterbatasan akses ke subjek penelitian. Namun, jejak konstruksi makna mereka tercermin dalam teks yang dianalisis karena teks dan media memiliki fungsi memediasi makna yang diciptakan orang lain. Unit analisis dalam kajian ini adalah acara kirab yang diadakan oleh KAS dan tersebar di media sosial. Publikasi acara kirab KAS yang masih dapat diakses sebagai objek penelitian berjudul “Full Prosesi Kirab Kerajaan Agung Sejagat” (Glodak Tv, 2020). Kirab adalah acara di mana mereka menggunakan bermacam tanda untuk merepresentasikan ideologi mereka. Dalam konteks ini, KAS dipandang sebagai konstruksi sebuah simbol yang memiliki makna tertentu. Makna yang muncul di permukaan merupakan sebuah pesan bagi pengambil keputusan, baik di skala regional maupun nasional.

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik semiotika. Semiotika dalam bidang komunikasi memiliki fokus pada bagaimana tanda/symbol yang bersangkutan merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan berbagai kondisi yang lain di luarnya (Littlejohn & Foss, 2011). Kajian ini menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai panduan dalam melakukan analisis teks. Konsep pemikiran Barthes yang operasional ini dikenal dengan tatanan

pertandaan. Semiotika bertujuan untuk mengetahui makna dalam simbol, menafsirkannya sehingga mengetahui bagaimana konstruksi pesan.

Pemaknaan tidak terlepas dari nilai ideologis kultural yang menjadi ranah pemikiran masyarakat yang menciptakan simbol. Kode kultural yang menjadi konstruksi makna dalam sebuah simbol menjadi aspek penting untuk mengetahui konstruksi pesan dalam simbol tersebut. Konstruksi makna yang terbentuk inilah kemudian menjadi dasar terbentuknya ideologi dalam sebuah simbol itu. Semiotika mempelajari sistem, aturan, konvensi yang memungkinkan tanda-tanda/symbol tersebut mempunyai makna (Kriyantono, 2008). Semiotika menekankan interaksi teks budaya dengan pengalaman personal dan kultural pengguna teks, antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami sekaligus diharapkan penggunanya. Hal ini terlihat dalam gagasan Barthes yang memperkenalkan konsep mitologi atau mitos (Kriyantono, 2008).

Barthes memperkenalkan lima panduan dalam melakukan analisis terhadap teks. Analisis teks menurut Barthes merujuk pada analisis pada lima kode. Kode yang dimaksud adalah: *the hermeneutic code* (HER); *the semic code* (SEM); *the symbolic code* (SYM); *the proairetic code* (ACT); *the cultural code* (REF) (Makaryk, 1993). Masing-masing kode tersebut dalam konteks Bahasa Indonesia diterjemahkan dengan: kode hermeneutik (kode teka-teki), (2) kode semik (makna konotatif), (3) kode simbolik, (4) kode proaretik (logika tindakan), (5) kode gnomik (kode kultural). Kode hermeneutik berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan jawaban yang muncul dalam teks. Kode semik merupakan kode yang memanfaatkan isyarat, petunjuk, dari penanda-penanda tertentu. Kode simbolik merupakan kode "pengelompokkan" karena kemunculannya yang berulang-ulang dan teratur. Kode proaretik melengkapi teks dan mengimplikasi

suatu logika perilaku manusia. Kode gnomik menjadi acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui dan dikodifikasi oleh budaya (Lustyantie, 2012).

Penelitian ini berfokus pada bagaimana tanda dalam teks menunjukkan makna konotasi. Makna apa yang diproduksi dalam teks. Konotasi dalam pemikiran khas Barthes dikenal dengan konsep "mitos" (*myth*). Konotasi (mitos) menurut Barthes bersifat *discontinue*, "berserakan", dan pengetahuan tentang hal itu terbentuk dari tradisi budaya. Jika dalam pemikiran bahwa tanda menunjukkan petanda, maka dalam pemikiran Barthes tanda menunjukkan penanda yang lain.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Untuk memperkenalkan kepada masyarakat dan media, acara kirab KAS diadakan di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Dalam acara seremonial ini, mereka menampilkan foto-foto dan video sejumlah pria berseragam prajurit keraton yang sedang menabuh drum dan meniup seruling. Tiga orang pria membawa panji-panji dan bendera kebesaran keraton. Mereka mengenakan kostum berwarna hitam dan memakai atribut mirip polisi. Pengawal di barisan belakang terdiri dari beberapa pria berkostum warna merah muda dan membawa tombak diikuti para penari wanita. Sementara itu, Totok Santosa terlihat menunggang kuda, berbaju warna merah hati dengan berbagai macam lencana kebesaran layaknya seorang raja. Dia berlenggak-lenggok mengikuti gerak kuda (Glodak Tv, 2020). Pendiri KAS, di Desa Pogung Jurutengah, Kec. Bayan, Purworejo, Jawa Tengah adalah pemuka pendapat di lingkungannya (Gambar 1). Sebagian besar pengikut KAS terdiri dari kalangan masyarakat berusia lanjut (lihat Gambar 2, 3, dan 4).



Sumber: (TribunNews, 2020)

Gambar 1. Raja (Totok Santoso) dan Ratu (Dyah Gitarja alias Fanny) KAS



Sumber: Tangkapan layar dari video "Full Prosesi Kirab Kerajaan Agung Sejagat" (Glodak Tv, 2020)

Gambar 2. "Pengikut/Pengawal Raja dan Ratu KAS"



Sumber: Tangkapan layar dari video "Full Prosesi Kirab Kerajaan Agung Sejagat" (Glodak Tv, 2020)

Gambar 3. "Raja KAS (Totok Santoso) Di Atas Kuda Hitam dalam Acara Kirab"



Sumber: Tangkapan layar dari video "Full Prosesi Kirab Kerajaan Agung Sejagat" (Glodak Tv, 2020)
Gambar 4. "Ratu KAS (Dyah Gitarja) Di Atas Kuda Warna Putih dalam Acara Kirab"

Pola pikir manusia merupakan cerminan akal budi yang mendasari terbentuknya pemahaman tentang makna. Sehingga, kehidupan manusia tidak pernah terlepas dari makna, persepsi, dan interpretasi. Realitas KAS di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah itu merupakan simbol semiotika dalam aktivitas komunikasi. Mereka adalah kelompok yang mengalami *post-power syndrome*. Dengan gejala seperti ini mereka akan hidup dalam bayang-bayang kebesaran masa lalunya. Kebesaran masa lalu ini mencakup banyak hal: jabatan, paras yang rupawan, atau kecerdasan. Dalam konteks ini, mereka yang menjadi pengurus KAS hidup dalam bayang-bayang bahwa mereka adalah keturunan dari bangsa yang dikagumi, yaitu Wangsa Sanjaya. Mereka seakan-akan tidak bisa memandang realitas yang ada saat ini. Selain itu, mereka juga tidak mendapat informasi yang cukup karena terpinggirkan oleh tekanan sosial dan ekonomi kelompok mapan di sekitarnya.

Padahal, melalui telepon pintar yang mereka miliki, hampir semua kebutuhan informasi bisa diakses. Mereka adalah tipe kelompok yang mudah terpengaruh dengan harapan masa depan palsu yang Totok Santoso janjikan. Pendiri KAS memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para pengikutnya. Aktor pendiri dan pengikutnya mengklaim bahwa kesepakatan itu diyakini secara universal oleh aktor pendiri dan pengikutnya. Sebagai pengikut, mereka tidak berdaya, baik secara sosial dan ekonomi. Mereka menjadi korban sistem ekonomi

politik, dan budaya teknologi kapitalistik. Sebagai kelompok marginal di desa tersebut, mereka menyambut ajakan Totok Santoso, pendiri KAS yang menawarkan harapan kehidupan lebih baik. Padahal, tawaran itu hanya menjanjikan simbol-simbol semu. Mereka ditawarkan mitos tentang "keperkasaan", cerita konspirasi, perjuangan, dan heroisme yang berakhir pada pembentukan ideologi baru. Aktor pendiri KAS tersebut memanfaatkan potensi pengikutnya untuk mendapatkan nilai ekonomi dan sosial, melalui pembentukan ideologi baru itu.

Proses konstruksi ideologi terjadi melalui cerita halusinasi untuk melegitimasi dan menarik empati pengikutnya. Cerita halusinasi ini mampu memberikan pengaruh kepada sikap dan perilaku sebagian masyarakat desa tersebut. Ini memberikan dampak pada pengikutnya dalam bentuk sikap frustrasi terhadap kondisi sosial ekonomi serta mematikan rasionalitas. Masyarakat tidak berpikir kritis. Fenomena ini lazim disebut sebagai era pasca kebenaran (*post-truth*): konstruksi kebenaran yang menyentuh sentimen identitas mayoritas pendukungnya. Mereka memilih konten di media sosial yang sering memutarbalikkan fakta.

Konotasi muncul karena adanya konstruksi budaya sehingga ada sebuah pergeseran makna meskipun tetap dilekatkan pada KAS sebagai simbolik. Ini disebut sebagai mitos (Barthes, 1971). Mitos terbentuk ketika suatu konotasi menjadi pemikiran populer di masyarakat. Mitos KAS itu telah terbentuk atas tanda atau simbol tersebut. KAS

sebagai simbol komunikasi dapat diinterpretasikan sebagai sarana untuk mencari ketenaran bagi pendirinya. Hal itu mereka lakukan di balik hingar bingarnya komunikasi politik yang sedang carut-marut pasca pemilihan kepala daerah serentak dan Pemilihan Presiden 2019.

Melalui simbol KAS itu, mereka menyosialisasikan narasi tentang kesejahteraan masyarakat sekitar yang kurang mendapat perhatian pemerintah setempat. Ini menunjukkan bahwa mereka telah berencana untuk mengonstruksi makna simbolik itu melalui interaksi sosial di sekitar KAS itu berdiri. Narasi makna itu dapat pula dibangun untuk mengalihkan perhatian masyarakat dan media sosial yang selama ini mendominasi opini publik. Konstruksi pesan melalui simbol oleh KAS tersebut tidak terjadi secara kebetulan, tetapi direncanakan. Ini menunjukkan adanya pergeseran pemikiran bagi aktor pelakunya terhadap motif pemaknaannya. Saat artikel ini ditulis, raja dan ratu KAS; Totok Santoso (43) dan Fani Aminadia (42) mendapat vonis hukuman dari Pengadilan Negeri Purworejo, Jawa Tengah. Keduanya dinyatakan bersalah karena dianggap telah menyebar berita bohong dengan mengaku sebagai raja dan ratu KAS (Heksantoro, 2020). Media sosial yang dimiliki juga sudah tidak aktif lagi.

Lepas dari hal tersebut, munculnya KAS merupakan sebuah fenomena diskursif yang belum pernah terpecahkan. Indonesia sebagai negara demokrasi, baru saja menyelenggarakan Pemilihan Kepala Daerah serentak, dan Pemilihan Presiden Tahun 2019. Baik sebelum, pada saat, dan setelah hajatan nasional itu konten pemberitaan media cenderung carut-marut tanpa arah. Tidak bisa dijustifikasi apakah sistem politik Indonesia yang melebihi batas ambang demokrasi, atau media yang melewati batas kebebasan yang diberikan negara, dan lainnya. Namun, sebagian besar konten pemberitaan media termasuk pesan media sosial sudah tidak sehat, karena sebagian di antaranya melanggar etika publikasi, maupun norma sosial di masyarakat. Misalnya berita bohong, berita yang mengandung nilai kekerasan, fitnah, penghinaan, dan lainnya. Implikasinya opini publik menjadi terbelah. Walaupun akhirnya

bisa teratasi, opini di media masih belum bergeser. Hingga akhirnya muncullah para aktor pendiri kerajaan baru salah satunya KAS. Entah disengaja atau tidak, fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji lebih mendalam. Para aktor pendiri kerajaan baru, termasuk KAS dapat mencuri momen yang tepat untuk menarik perhatian publik di tengah kejenuhan politik, dan carut-marut opini publik yang dikonstruksi media. Seolah-olah mereka membuat politik tandingan dengan cara menggiring opini publik di media daring dan media sosial agar berpihak kepadanya. Faktanya meski hanya sebentar tujuan mereka untuk mengalihkan opini publik itu cenderung berhasil.

Lantas apa sebenarnya makna simbolik dari KAS tersebut? Beberapa tokoh media menganalisis bahwa secara simbolis KAS dapat dimaknai sebagai kritik komunikasi terhadap eksistensi pemerintahan Kabinet Indonesia Maju 2019 yang baru terbentuk. Maknanya, apakah pemerintahan yang baru terbentuk dua periode itu memperhatikan nasib kelompok masyarakat kecil di tengah kacaunya pemberitaan media selama ini. KAS sebagai simbol komunikasi sosial yang ditransformasikan melalui media oleh aktor pendirinya agar mendapat empati dan apresiasi masyarakat luas. Secara kultural KAS sebenarnya bisa dikomodifikasi menjadi industri pariwisata yang bersifat legal. Namun, motifnya dibelokkan oleh pendirinya. Jika motifnya untuk memperkaya khazanah budaya sejarah Indonesia masa lalu, prospek menjadi industri wisata akan lebih ideal dan tidak seperti sekarang. Meski sama-sama bermotif ekonomi, tetapi lebih elegan dan legal, bahkan bukan tidak mungkin mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah dan pusat.

Pasca reformasi 1998, media cetak dan media elektronik digital mengalami perubahan yang sangat drastis. Industri media terkooptasi sistem kapitalis yang memosisikan kekuatan pasar yang menjadi pendorongnya. Hal itu diperkuat hadirnya jaringan internet dan *platform* media sosial. Melalui media sosial, kebebasan masyarakat untuk beropini berpotensi ke arah lepas kendali. Di platform media sosial, orang bebas memproduksi dan mereproduksi semua konten, simbol, tanda, gambar, dan lainnya. Adapun pesan yang

diunggah mempunyai nilai informasi dan mempunyai pangsa pasar.

Fenomena inilah mengapa berdirinya KAS menjadi daya tarik media termasuk media sosial. Fenomena tersebut mengandung keunikan tersendiri bukan masalah faktor kebenaran, legalitas, atau tidaknya. Jika konten itu digarap dan dikomodifikasi dengan baik akan memiliki nilai ekonomi bagi media yang bersangkutan. Bukan hanya sampai di situ, KAS juga akan dikenal publik jika menggunakan *platform* media sosial secara masif. Keduanya mempunyai hubungan saling menguntungkan, itulah yang mendasari mengapa berbagai media mengonstruksinya agar menjadi opini publik. Hal itu terbukti ketika KAS muncul langsung mendapat liputan media. Makna simbolik yang dikonstruksi dari KAS dapat dianggap sebagai kritik sosial terhadap kebijakan pemerintah dalam penanganan kesejahteraan masyarakat marginal, yang dalam hal ini direpresentasikan oleh pengikut KAS dan masyarakat lain di sekitarnya.

Sedangkan motif ekonomi yang dipilih bisa jadi mengesampingkan aspek legal formal yang sudah direncanakan dengan matang sebelumnya oleh kreator pendiri KAS dengan motif tertentu. Hal ini bisa ditelisik dari pemilihan media sosial sebagai strategi komunikasinya. Dengan publikasi yang masif dan tersebar, terbentuklah opini publik baik di media sosial maupun di masyarakat secara luas. Di mana dengan modal opini publik tersebut akan menambah kepercayaan para pendukung, media, dan masyarakat sekitarnya. Strategi komunikasi ini mungkin mereka gunakan untuk memperlancar target tujuan aktor pendiri KAS, untuk mengembangkan kekuasaan dan memperoleh keuntungan ekonomi seperti yang telah diperkirakan sebelumnya. Momentum itu mereka pilih ketika opini pemerintah dan para aktor politik sedang terbelah pasca Pilkada serentak dan Pemilihan Presiden 2019 yang lalu. Namun, sebelum mereka menuntaskan rencananya KAS dibubarkan karena dianggap melanggar hukum. Sedangkan para aktor utamanya dimintai pertanggungjawaban secara hukum atas perbuatannya.

Diskusi

Motif yang melatarbelakangi berdirinya KAS ini adalah ekonomi, yakni memperoleh keuntungan pribadi dengan cara melakukan penipuan. Korban penipuan pendiri kerajaan ini adalah para anggotanya sendiri dan masyarakat sekitar. Hal ini dapat ditelusuri dari janji, harapan perbaikan kesejahteraan penghasilan, dan fasilitas lain yang ditawarkan kepada anggota pengikutnya sebagai jaminan masa depannya. Motif semacam ini sudah tidak asing lagi di Indonesia. Pelbagai perusahaan jasa dan industri kerap didirikan kemudian melenceng dengan melakukan praktik penipuan, antara lain: agen perjalanan ibadah haji dan umrah (misalnya: kasus penipuan kepada jamaah ibadah umrah PT First Travel), pengembang perumahan (misalnya: kasus penipuan berlabel syariah yang dilakukan oleh PT Kampoeng Kurma; kasus penipuan dalam proyek perumahan syariah *Multazam Islamic Residence*). Perbedaan dengan penggagas KAS ini ialah KAS menyamakan kegiatannya seolah-olah bermaksud ingin melestarikan cagar budaya di wilayah tersebut. Namun, KAS hanya berfungsi sebagai alat untuk mengelabui masyarakat. Para pendukung hanya diperlakukan sebagai kaki tangan yang harus menyokong apa pun kebijakan politik aktor pendirinya. Pemerasan terselubung juga dialami oleh pendukung yang terjebak menjadi anggotanya. Perilaku aktor KAS itu dilandasi oleh kekuasaan yang mendorong penggunaan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Kerajaan-kerajaan palsu yang baru berdiri termasuk KAS menjalankan modus penipuan dengan memanfaatkan ikatan emosional. Korbannya dijanjikan memperoleh keuntungan materi dengan memanipulasi kearifan lokal yang ada di masyarakat sekitar. Mereka tidak memiliki pengetahuan cukup tentang sejarah nasional di Jawa, khususnya di Jawa Tengah. Kondisi itulah yang mendorong masyarakat pendukungnya mudah tertipu hingga kemudian menyetorkan sejumlah uang di luar kewajaran. Misalnya untuk membeli pakaian seragam, kostum acara ritual, dan lainnya. Pendirian KAS hanya dimaksudkan untuk memperkaya diri pemiliknya, tidak untuk membantu kepentingan anggota dan masyarakat sekitar. Aktor pendiri KAS

berperan sangat dominan untuk menguasai dan menikmati keuntungannya. Sebaliknya, para pengikutnya hanya mendengar, mempercayai, namun tidak mempunyai keberanian untuk menggugat. Pengikutnya secara tidak langsung telah masuk perangkap kekuasaan aktor pendiri KAS. Hal ini terjadi karena para pengikutnya telah mengeluarkan uang untuk pendaftaran, pembelian kostum, dan lain sebagainya yang jumlahnya tidak sedikit.

Isu selanjutnya terkait dengan penggunaan media sosial. KAS mampu merebut perhatian berbagai media elektronik, termasuk televisi dan portal berita daring. KAS juga berhasil menjadi topik yang tren di media sosial. Mereka membuat video blog berisi aktivitas KAS yang dimodifikasi menggunakan teknik sinematografi dan disebarluaskan melalui media berbasis internet seperti Youtube, dan jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Strategi ini berhubungan dengan kecenderungan masyarakat global saat ini di mana pola kehidupannya sudah tidak bisa terpisahkan dari media digital (internet, media social, dan lain sebagainya). Media digital membantu mereka dalam aktivitas komunikasi satu sama lainnya baik secara lokal dan global. Meski realitasnya masih ada kesenjangan akses media di antara wilayah urban, perdesaan, dan daerah yang terpencil (Balitbang SDM Kemkominfo RI, 2018).

Masyarakat perdesaan mengalami kesulitan akses informasi dari internet. Berbeda dengan kondisi masyarakat urban dalam memperoleh informasi melalui internet. Survei *We are Social* mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia sebanyak 175,4 juta orang (64% total penduduk). Ini mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 25 juta orang (17%) (We-are-social, 2020). Data tersebut menunjukkan bahwa komunikasi melalui jejaring internet sudah menjadi pilihan hampir semua lapisan masyarakat. Masyarakat Indonesia rata-rata berkomunikasi menggunakan telepon pintar berjejaringan internet.

Pengguna internet tidak hanya generasi milenial tetapi juga generasi *baby boomers* (terlahir antara tahun 1946-1964) yang belajar memanfaatkan internet untuk komunikasi. Intensifnya penggunaan media daring tersebut

seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan tuntutan kebutuhan informasi yang lebih cepat, tepat, dan akurat. Data yang paling mutakhir adalah masifnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat yang semakin meningkat setiap tahunnya. Ini dapat dilihat dari laporan dari asosiasi pengguna internet. Pada tahun 2019-2020 pengguna internet di Indonesia sebesar 196.714.070,3. Penetrasi internet pada tahun 2019 sebesar 73,7%. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya (2018), ada penambahan pengguna internet sebesar 25.537.353,5 atau sebesar 8,9% (APJII, 2021). Survei APJII pada tahun 2018 mengenai pengguna internet di Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet sebesar 171.17 juta orang dari populasi penduduk Indonesia sebesar 264 juta jiwa. Segmen usia yang menjadi pengguna internet dominan adalah kelompok usia 15-19 tahun atau yang dikenal dengan kelompok milenial (APJII, 2019). Kecenderungan peningkatan pengguna internet di Indonesia selalu menunjukkan gejala peningkatan (APJII, 2016, 2019, 2021). Fenomena ini menggambarkan jika internet dan media sosial sebagai media komunikasi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat Indonesia, baik masyarakat urban maupun masyarakat perdesaan.

PENUTUP

Simpulan

Merujuk pada pembahasan dalam studi ini dapat disimpulkan sebagai berikut; pertama, makna simbolik yang dikonstruksi oleh KAS adalah sebagai kritik terhadap kebijakan pemerintah dalam penanganan kesejahteraan masyarakat kelas bawah yang direpresentasikan oleh pengikut KAS dan masyarakat miskin di sekitarnya. Di samping itu, pendiri KAS menggunakan momentum carut-marut isu politik nasional di media untuk mengalihkan opini publik dan memperkuat eksistensinya. Kedua, latar belakang berdirinya KAS didorong oleh motif ekonomi. Dalam konteks ini aktor KAS memiliki otoritas kekuasaan penuh untuk melakukan kebijakannya demi memperkuat eksistensinya. Akibatnya, kondisi para pengikutnya menjadi

semakin terjepit dan terjebak otoritas kekuasaan pendiri KAS. Mereka hanya dijanjikan harapan semu dalam bentuk imajinasi untuk mengelabuinya. Ketiga, *platform* media sosial dipilih karena memiliki jaringan luas yang bisa menjadi strategi komunikasi dalam upaya menaikkan kredibilitas eksistensinya, baik secara nasional dan internasional agar cepat dikenal publik secara luas.

Makna lain munculnya fenomena kerajaan-kerajaan baru ini yaitu bahwa fenomena ini menunjukkan gejala pudarnya bangsa sebagai *imagined community*. Namun, pudarnya *imagined community* dan kehadiran teknologi yang memungkinkan individu atau kelompok untuk mengekspresikan identitas memberikan andil bagi lahirnya nasionalisme yang tidak resmi. Nasionalisme tidak resmi hadir tidak untuk memperkuat ikatan bangsa Indonesia tetapi memperkuat ikatan primordialisme seperti ikatan berbasis suku, ras/etnik, agama, dan sebagainya. Ini kemudian menyebabkan munculnya nasionalisme mikro. Baik nasionalisme berbasis budaya, maupun nasionalisme agama yang bermakna nasionalisme dalam konteks budaya atau agama tertentu. Inti dari nasionalisme tidak resmi ini ialah menempatkan kecintaan terhadap elemen budaya (ras, etnik, dan sebagainya.) melebihi kecintaan terhadap *nation-state*.

Pembangunan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terkadang menimbulkan dampak yang tidak sejalan dengan tujuan pembangunan di Indonesia. Teknologi komunikasi dimanfaatkan untuk mendukung tujuan penggunaannya dan mendukung penyebaran imajinasi. Namun konstruksi imajinasi tersebut sering kali tidak paralel dengan kepentingan nasional. Hal tersebut kemudian melahirkan nasionalisme mikro, baik atas dasar budaya maupun agama. Harapan untuk mempersatukan Indonesia melalui pembangunan infrastruktur TIK harus diikuti dengan upaya peningkatan nasionalisme sebagai satu kesatuan bangsa Indonesia. Jika tidak, nasionalisme mikro akan tumbuh subur dengan munculnya penyimpangan pemanfaatan teknologi komunikasi. Perbedaan yang ada dalam struktur masyarakat (*bhinneka*) menjadi

masalah untuk menghadirkan kesatuan bangsa (*ke-ika-an*). Indonesia dapat terhubung oleh infrastruktur TIK namun terputus dalam aspek budaya. Indonesia juga mendapatkan tantangan sebab dengan adanya teknologi ini justru dapat memberdayakan aktor sosial untuk melakukan proses agensi sesuai dengan kepentingan mereka, termasuk eksternalisasi pandangan mereka terhadap konsep negara-bangsa.

Saran

Meskipun Indonesia sudah berada di era keterbukaan informasi ternyata sebagian masyarakat belum dapat berpikir kritis, terbuka dan rasional. Ini menjadi dasar untuk terus melakukan peningkatan literasi, bukan hanya literasi media dan literasi informasi melainkan juga literasi budaya. Temuan dalam kajian ini menunjukkan bahwa masyarakat pendukung KAS tidak cukup memiliki literasi budaya mereka sendiri (budaya Jawa) yang dalam konteks nasional merupakan wawasan nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, B. (1983) Introduction and The Origins of National Consciousness. In: *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. New York, Verso. pp. 1–48.
- APJII (2016) *Infografis, Penetrasi Dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2016*. [Online]. 2016. Available from: <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>.
- APJII (2019) *Laporan Survei Nasional Penetrasi Pengguna Internet 2018*. [Online]. Available from: <https://apjii.or.id/survei2018>.
- APJII (2021) *Laporan Survei Nasional Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020*. [Online]. Available from: <https://apjii.or.id/survei>.
- Astapova, A. & Navumau, V. (2018) Veyshnorria: A fake country in the midst of real information warfare. *Journal of American Folklore*. [Online]. Available from: doi:10.5406/jamerfolk.131.522.0435.
- Bakhtin, M.M. (1986) *Speech Gere and Other Late Essays*. 1st edition. Caryl Emerson & Micael Holquit (eds.). Texas, University of Texas Press.

- Balitbang SDM Kemenkominfo RI (2018) *Indikator TIK dan Dampaknya terhadap Aspek Sosial dan Budaya*.
- Barthes, R. (1971) *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa*. Jakarta, Jalasutra.
- Baudrillard, J. (1998) *The Consumer Society: Myths and Structures*. London, Sage Publications.
- Belch, G. & Belch, M. (2014) The role of New and Traditional Media in the Rapidly Changing Marketing Communications Environment. *International Journal of Strategic Innovative Marketing*. [Online] 1, 130–136. Available from: doi:10.15556/IJSIM.01.03.001.
- Bourchier, D.M. (2019) Two Decades of Ideological Contestation in Indonesia: From Democratic Cosmopolitanism to Religious Nationalism. *Journal of Contemporary Asia*. [Online] 49 (5), 713–733. Available from: doi:10.1080/00472336.2019.1590620.
- Bourdieu (1991) *Language and Symbolic Power*. 1st edition. Matthew Raymond, Gino., Adamson (ed.). Cambridge-UK, Polity Press.
- Bugin, J. & Chui, M. (2010) The Rise of The Networked Enterprise: Web 2.0 Finds its Payday. *McKinsey Quarterly*. [Online]. Available from: <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/the-rise-of-the-networked-enterprise-web-20-finds-its-payday>.
- Castellano Vidallé, A. & Maldonado Suárez, C. (2018) New sealand. Google Micronation. *I2 Innovación e Investigación en Arquitectura y Territorio*. [Online] Available from: doi:10.14198/i2.2018.6.2.06.
- Castells, M. (1997) *The Information Age: Economy, Society And Culture Volume II, The Power of Identity*. Blackwell, Oxford.
- de Castro, V.B. & Kober, R. (2019) The royal Republic of Ladonia: A micronation built of driftwood, concrete and bytes. *Shima*. [Online] Available from: doi:10.21463/shima.13.1.10.
- Chirindo, K. (2018) Micronations and Postnational Rhetorics. *Women's Studies in Communication*. [Online] 41 (4), 383–393. Available from: doi:10.1080/07491409.2018.1551686.
- Dominguez, T. (2016) How Powerful Is Liberland? *Seeker*. [Online] Available from: <https://www.seeker.com/videos/how-powerful-is-liberland>.
- Fairclough, N. (2003) *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London and New York, Routledge.
- Fairclough, N. (1995) *Critical Discourse Analysis*. London, Longman.
- Fairclough, N. (2006) Semiosis, ideology and mediation: A dialectical view. In: Inger Lassen, Jeanne Strunck, & Torben Vestergaard (eds.). *Mediating Ideology in Text and Image: Ten critical studies*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company. pp. 32–48.
- Felipe, C.M.C., Roldán, J. J.L. & Leal-Rodríguez, A.L.A.L. (2016) An explanatory and predictive model for organizational agility. *Journal of Business Research*. [Online] 69 (10), 4624–4631. Available from: doi:10.1016/j.jbusres.2016.04.014.
- Glodak Tv (2020) *Full Prosesi Kirab Kerajaan Agung Sejagat*. [Online]. 2020. Available from: <https://youtu.be/4iiXoufjnVU>.
- Graham, P. (2006) *Hypercapitalism: New media, language, and social perceptions of value*. Peter Lang (ed.). New York, NY; Baltimore.
- GRAHAM, P. (1999) Critical Systems Theory. *Communication Research*. [Online] 26 (4), 482–507. Available from: doi:10.1177/009365099026004006.
- GRAHAM, P. (2002) Predication and propagation: A method for analyzing evaluative meanings in technology policy. *Text - Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*. [Online] 22 (2), 227–268. Available from: doi:10.1515/text.2002.009.
- Hallerton, S. & Hill, M. (2019) Soundtracking a micronation: Neurobash's engagement with Ladonia. *Shima*. [Online] Available from: doi:10.21463/shima.13.1.11.
- Hayward, P. (2019) Oecusse and the Sultanate of Occussi-Ambeno: Pranksterism, Misrepresentation and Micronationality. *Small States & Territories*. [Online] Available from: <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/49774>.
- Heksantoro, R. (2020) *Tok! Raja-Ratu Keraton Agung Sejagat Divonis 4 dan 1,5 Tahun*. [Online]. 2020. Available from: <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5174025/tok-raja-ratu-keraton-agung-sejagat-divonis-4-dan-15-tahun>.
- Ibrahim, I.S. (2015) *Representasi Kemiskinan di Media: Kajian Pemosisian Sosial tentang Pemberitaan Kemiskinan di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar (2012-2013)*. Universitas Indonesia.

- Indonesia Lawyers Club (2020) *Simak Kembali Teori Konspirasi Sunda Empire: 15 Agustus 2020 semua negara wajib daftar ulang!* [Online]. 2020. Indonesia Lawyers Club. Available from: https://youtu.be/s9Fmg-n5v_s.
- Jordan-Haladyn, M. (2014) *Dialogic materialism: Bakhtin, embodiment, and moving image art*. New York, Peter Lang Publishing, Inc.
- Kompas TV (2020) [FULL] *Pengakuan Mengejutkan Soal King of The King Miiiki 60 Ribu Triliun*. [Online]. 2020. Available from: <https://youtu.be/5168ztpsCvk>.
- Kriyantono, R. (2008) *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, S.W. & Foss, K.A. (2011) *Theories of Human Communication*. 10th edition. Long Grove, Illinois, Waveland Press, Inc.
- Lustyantie, N. (2012) *Pendekatan Semiotik Model Roland Barthes Dalam Karya Sastra Prancis*. [Online]. 2012. Available from: <http://pps.unj.ac.id/publikasi/dosen/ninuk.lustyantie/16.pdf>.
- Macbeth, A. (2010) *A man's Hutt is his castle*. [Online]. 2010. Available from: <https://www.smh.com.au/national/a-mans-hutt-is-his-castle-20100423-tjbp.html>.
- Mackinnon, L. (2014) 'Give me fish, not federalism' Outer Baldonia and Performances of Micronationality. *The International Journal of Research into Island Cultures*. 8 (2), 105–119.
- Makaryk, I.R. (1993) *Encyclopedia of contemporary literary theory*. Toronto, Canada, University of Toronto Press.
- Marx, K. (1973) *Grundrisse-Foundations of the Critique of Political Economy*. Martin Nicolaus (ed.). London, Penguin Books.
- Meske, C. & Stieglitz, S. (2013) Adoption and Use of Social Media in Small and Medium-Sized Enterprises. In: *Working Conference on Practice-Driven Research on Enterprise Transformation*. 2013 pp. 61–75.
- Phillips, G. (2003) critical discourse analysis evaluative meaning interdisciplinarity as the critical turn. In: G Weiss & Ruth Wodak (eds.). *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity*. London, Palgrave Macmillan. p.
- Putsanra, D.V. (2020) *Alasan Sunda Empire dan Keraton Sejagat Bisa Muncul di Indonesia*. [Online]. 2020. Available from: <https://tirto.id/alasan-sunda-empire-dan-keraton-sejagat-bisa-muncul-di-indonesia-euhh>.
- Rusadi, U. (2015) *Kajian Media: Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode*. 1st edition. Depok, Rajawali Pers.
- Sauko, P. (2003) *Doing Research in Cultural Studies*. London, SAGE Publication Inc.
- Sharon, M. (2016) An expanded perspective on network agenda setting between tradisional media and Twitter political discussion groups in 'everyday talk'. In: Lei Guo & Maxwell McCombs (eds.). *The power of information network: New directions for agenda setting*. 1st edition. New York, Routledge. pp. 66–87.
- Simpson, I. (2016) Operation Atlantis: A case-study in libertarian island micronationality. *Shima: The International Journal of Research into Island Cultures*. [Online] Available from: [doi:10.21463/shima.10.2.05](https://doi.org/10.21463/shima.10.2.05).
- TribunNews (2020) *Divonis Penjara 4 Tahun, Raja Keraton Agung Sejagat Pikir-pikir Banding*. [Online]. 2020. Available from: <https://www.tribunnews.com/regional/2020/09/16/divonis-penjara-4-tahun-raja-keraton-agung-sejagat-pikir-pikir-banding>.
- Vološinov, V.-N. (1973) *Marksizm i filosofija Jazyka / Marxism and the Philosophy of Language*. Ladislav Matejka & I.R Titunik (eds.). New York & London, Seminar Press, Inc.
- We-are-social (2020) *Digital 2020 April Global Statshot Report*. [Online]. 2020. Available from: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-april-global-statshot>.
- Wu, Y., Cegielsk, C. & Hall, D. (2012) An Information Processing Paradigm of IT Innovation Adoption. In: *The Southern Association for Information Systems Conference*. 2012 pp. 229–234.
- Xu, H. (2016) Benefits and Concerns of Using Social Media-Users' Perspective. In: *The Eleventh Midwest Association for Information Systems Conference*. 2016 Milwaukee Wisconsin. pp. 1–5.
- Zukerfeld, M. (2017) *Knowledge in the Digital Capitalism: An introduction to cognitive materialism*. London, University of Westminster Press.