

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perang Rusia-Ukraina berlangsung sejak operasi militer khusus dilancarkan oleh Rusia terhadap Ukraina pada 24 Februari 2022. Invasi tersebut dilandasi oleh klaim Putin yang menyatakan bahwa Rusia berupaya melakukan demiliterisasi dan denazifikasi terhadap Ukraina serta mencegah pasukan Ukraina meneruskan genosida di wilayah-wilayah separatis pro-Rusia di Ukraina Timur (Treisman, 2022). Pernyataan Putin tersebut kemudian disebarkan secara masif sebagai bentuk propaganda kepada masyarakat luas melalui kanal media Rusia seperti Russia Today yang tujuannya mengokohkan legitimasi operasi militer Rusia kepada audiens yang tidak berbahasa Rusia (Polegkyi, 2023). Disinformasi yang sama juga disebarkan lewat akun-akun media sosial pro-Rusia milik Kedutaan Besar Rusia, *influencer*, dan diaspora Rusia (Iaschenko, 2023). Propaganda yang demikian merupakan salah satu dari banyaknya teknik *firehouse of falsehood* (bisa berupa disinformasi, berita palsu, *troll*, teori konspirasi) yang digunakan oleh Kremlin untuk melandasi operasi militernya di Ukraina (Kelley, 2024)

Contoh lainnya, pada bulan Maret 2022 lalu, tiga minggu setelah Rusia melancarkan operasi militer khusus ke Ukraina, muncul sebuah video di mana Presiden Ukraina Volodymyr Zelensky menyerah secara terbuka dan menganjurkan warganya untuk meletakkan senjata. Kemunculan video

tersebut kemudian disinyalir sebagai ulah Kremlin dan simpatisannya untuk menyebarkan disinformasi melalui video *deepfake* dan melemahkan moral warga Ukraina (Linehan et al., 2023). Tak lama kemudian, Kementerian Pertahanan Ukraina merilis video berisi pernyataan dari Zelensky yang asli sebagai bentuk klarifikasi dan penegasan bahwa Ukraina tidak akan tunduk pada Rusia. Video *deepfake* yang dibuat bisa dilihat sebagai upaya pihak Rusia untuk membentuk opini publik global dengan memotret Zelensky sebagai pemimpin negara yang inkompeten dan lugu.

Kasus perang informasi yang dilakukan oleh Rusia terhadap Ukraina menunjukkan tantangan yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi terhadap diplomasi dan propaganda. Kampanye disinformasi dan propaganda secara digital makin mudah menyebar dan mengaburkan batas antara diplomasi dan propaganda. Selain itu, kampanye informasi yang masif dapat mengancam kontrol yang dipegang oleh sebuah rezim dan berpotensi memicu konflik domestik (Bloodgood & Masson, 2018). Inilah yang disebut oleh Bjola (2019) sebagai sisi gelap dari diplomasi digital di mana teknologi yang sama untuk membangun relasi dengan pihak lain dapat dijadikan senjata untuk mengacak-acak ekosistem informasi melalui penyebaran disinformasi dan propaganda yang merusak tatanan sosial dan politik dalam masyarakat. Dalam konflik kontemporer, perang informasi telah berkembang dengan munculnya media sosial yang memperluas skala untuk melakukan permusuhan, mempercepat tempo perubahan informasi, serta mendemokratisasi partisipasi (Vogel & Musamba, 2024). Perkembangan ini menunjukkan bahwa diplomasi digital

tidak hanya menjadi alat komunikasi, tapi juga senjata strategis yang dapat dimanfaatkan oleh negara ataupun aktor non-negara untuk memenangkan hati dan pikiran masyarakat global sesuai dengan kepentingan strategis mereka (Boatwright, 2023).

Ukraina menghadapi tantangan yang besar dalam ranah diplomasi publik dan digital. Diperlukan upaya untuk menyusun strategi komunikasi dan kontra-narasi yang efektif dalam membantah disinformasi oleh aktor-aktor pro-Rusia dan sekaligus menciptakan narasi tandingan yang berpihak pada Ukraina. Di sinilah peran *memetic warfare* atau perang meme sebagai bentuk perang informasi dan psikologis di media sosial berbasis humor internet yang menargetkan hati dan pikiran manusia (Munk 2024; Giese 2017). Internet dan media sosial berperan sebagai sistem utama yang menyalurkan serangan meme tersebut dengan tujuan mendominasi narasi, mendegradasi, mengganggu musuh yang juga melakukan kampanye informasi (Giese, 2016). Di ranah perang terhadap Rusia, Pemerintah Ukraina (@Ukraine) dan Menteri Pertahanan Ukraina (@DefenceU) telah mengadopsi strategi perang meme ini melalui akun resmi mereka di Twitter (X). Akun-akun tersebut berupaya meningkatkan semangat nasionalisme dan memengaruhi opini para pengguna media sosial mengenai agresi Rusia dengan format humor internet yakni meme (Mejova et al., 2024).

Jika akun @Ukraine dan @DefenceU adalah aktor negara yang melakukan diplomasi digital, maka ada juga aktor non-negara yang menggunakan diplomasi digital dalam perang informasi terhadap Rusia. North

Atlantic Fella Organization atau disingkat NAFO adalah sebuah pergerakan media sosial yang menggunakan *meme* sebagai alat untuk memengaruhi medan pertempuran informasi. Asal-usulnya dapat ditelusuri sejak bulan Mei 2022, ketika seniman Twitter Kamil Dyszewski dengan handle @Kama_Kamilla memodifikasi ikon anjing Shiba Inu ke foto-foto dari Ukraina (Know Your Meme, 2022). Aliansi NATO menjadi inspirasi untuk plesetan nama kelompok ini. Sementara penggunaan kata “Fella” sendiri merujuk kepada bahasa gaul dari *fellow*, untuk menggambarkan sebagai teman Ukraina.

NAFO menyadari perlunya strategi komunikasi digital untuk membantu aktor negara Ukraina dalam melawan masifnya skala perang informasi yang dilakukan oleh Rusia. Strategi yang digunakan tentu berbeda dengan strategi propaganda oleh negara, karena organisasi ini lahir dari komunitas daring yang terdesentralisasi dan lebih leluasa memanfaatkan humor, sarkasme, dan karakter-karakter meme sebagai simbol perlawanan mereka (Munk, 2024). Gerakan ini dengan cepat berkembang menjadi kekuatan global dengan anggota yang mencakup peneliti media sosial, mantan presiden Estonia, perwakilan kongres AS, dan personel militer (Harvey, 2022). Pendekatan *meme* disebutkan oleh The Economist (2022) sebagai salah satu bentuk perang informasi yang sukses dan mampu meraih banyak perhatian global hingga tahun 2024. Organisasi ini memiliki fokus operasi di ranah media sosial seperti X (Twitter), Facebook, Discord, dan Reddit. Selain bertempur di media sosial, NAFO juga memiliki fokus untuk menggalang dana bagi Ukraina dan unit militer negara tersebut.

Di tengah para aktor negara yang saling melakukan propaganda dan memperbaiki citra mereka di depan publik internasional, muncul sebuah komunitas organik yang juga meramaikan kontestasi perang informasi antara Rusia dan Ukraina. Kemunculan aktor non-negara seperti NAFO menunjukkan bahwa diplomasi publik telah beradaptasi untuk menghadapi tantangan konflik modern. Fenomena NAFO menjadi menarik untuk diteliti sebagai sebuah bentuk diplomasi dan propaganda digital berbasis komunitas merepresentasikan strategi baru dalam aktivisme *online* yang memadukan media sosial, humor, dan tujuan politik serius untuk menciptakan dampak nyata memerangi disinformasi dan memobilisasi dukungan global. Oleh karena itu, urgensi yang dimiliki penelitian ini berfokus pada upaya untuk memahami strategi diplomasi digital serta propaganda digital yang dilakukan oleh NAFO dalam membentuk narasi global dan melakukan kontra-propaganda dalam era perang informasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang tersebut, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana strategi diplomasi dan propaganda digital NAFO dalam konteks Perang Rusia-Ukraina tahun 2022-2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui bagaimana NAFO melakukan diplomasi digital dan propaganda digital dalam konteks perang Rusia-Ukraina.

1.3.2 Tujuan Khusus

Untuk mendeskripsikan strategi NAFO selaku aktor non-negara yang melakukan diplomasi dan propaganda digital melalui media sosial sebagai bentuk kontra-propaganda terhadap Rusia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Memberikan sumbangsih pemikiran ilmiah kepada Departemen Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Untuk mengisi kekosongan penelitian sebelumnya tentang praktik diplomasi digital oleh aktor non-negara dalam ranah perang informasi.
3. Untuk menambah referensi bagi penelitian selanjutnya terkait penelitian diplomasi digital dalam ranah perang informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan wawasan tentang bagaimana bagaimana strategi diplomasi dan propaganda digital dapat dilakukan oleh aktor non-

negara melalui media sosial sebagai bentuk komunikasi strategis dalam mendukung tercapainya tujuan nasional.

1.5 Kerangka Pemikiran Konseptual

1.5.1 Tinjauan Literatur

Penelitian ini berangkat dari beberapa literatur terdahulu yang juga membahas soal perang meme untuk mencari *research gap* yang diperlukan. Literatur pertama berjudul “*It’s time to embrace memetic warfare*” oleh Jeff Giese di tahun 2016. Tulisan ini merupakan salah satu teks fundamental yang mendesak NATO untuk serius mengadopsi konsep perang meme sebagai bentuk adaptasi perkembangan strategi perang. Ia berargumen bahwa NATO dan sekutunya secara efektif telah kalah dalam perang informasi di media sosial melawan aktor seperti ISIS dan Rusia. Hal ini disebabkan karena strategi komunikasi yang ada menurutnya tidak efektif, kaku, dan lamban. Dalam tulisannya, Giese mendefinisikan perang meme sebagai “kompetisi atas narasi, ide, dan kontrol sosial di medan perang media sosial”, yang pada bisa juga disebut sebagai versi digital dari perang psikologis atau propaganda (Giese, 2016). Penulis juga mengutarakan perbedaan antara perang siber yang lebih menargetkan komputer dan jaringan, sementara perang meme menargetkan dialog, narasi, dan psikologis. Pada akhirnya, Giese mendorong NATO agar mengembangkan konsep ini dengan serius ke dalam pemikiran militer, mengalokasikan sumber daya khusus, dan

menciptakan ruang legal serta birokrasi demi melakukan operasi meme yang agresif dan inovatif.

Artikel Gieseae telah meletakkan dasar konseptual yang sangat penting bagi penelitian ini. Gieseae mengusulkan strategi komunikasi untuk NATO dan memprediksi bentuk perang informasi baru yang kemudian diwujudkan secara organik oleh NAFO setelah perang Rusia-Ukraina memuncak penuh di tahun 2022. Sementara, penelitian ini berupaya mengkaji studi kasus nyata dari fenomena yang pada saat itu hanya berupa gagasan. Adapun *gap* utama terletak pada perspektif Gieseae yang cenderung berpusat pada aktor negara atau *top-down*. Meski demikian, ia sempat membahas juga soal peran aktor non-negara, tapi ia melihatnya sebagai musuh yang perlu dilawan (seperti ISIS) atau sebagai “alat untuk dilepaskan” atau “direkrut” negara untuk mencapai tujuan strategis. Berbeda dengan NAFO yang justru menunjukkan model terbalik dari kerangka Gieseae, di mana NAFO adalah sebuah gerakan non-negara yang lahir dari inisiatif masyarakat sipil (*bottom-up*), independen, dan mendapat legitimasi dari aktor-aktor negara. Maka dari itu, penelitian ini berusaha memperluas gagasan yang diajukan Gieseae dengan menganalisis bagaimana gerakan NAFO ini mengimplementasikan perang meme serta mengkaji dampak nyatanya.

Literatur kedua diambil dari jurnal yang berjudul “***Narratives of War: Ukrainian Memetic Warfare on Twitter***” oleh Yelena Mejova, Arthur Capozzi, Corrado Monti, dan Gianmarco De Francisci Morales di

tahun 2024. Jurnal ini berisi tentang penggunaan media sosial dan meme oleh pemerintah Ukraina selama invasi Rusia ke Ukraina pada tahun 2022. Data diambil dari akun X (Twitter) @uamemesforces dan akun resmi pemerintahan Ukraina seperti @Ukraine dan @DefenceU. Lalu para penulis menganalisis bagaimana Ukraina dapat menggunakan meme sebagai strategi komunikasi, narasi yang digunakan dalam perang meme, dan efektivitas narasi yang berbeda dalam menarik perhatian audiens, khususnya dari negara-negara pendukung Ukraina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap akun memiliki strategi komunikasi yang khas, misalnya akun @Ukraine condong menggunakan narasi korban untuk membangkitkan simpati bagi rakyat Ukraina, sementara akun @DefenceU condong menggunakan narasi pahlawan untuk menumbuhkan kebanggaan pada militer Ukraina dan perlawanan mereka terhadap Rusia. Meski demikian, terdapat celah penelitian yakni studi Mejova, d.k.k. terbatas pada akun-akun resmi atau aktor negara. Berbeda dengan NAFO yang merupakan gerakan kolektif dan terdesentralisasi. Selain itu, penelitian Mejova tidak mencantumkan pengukuran dampak nyata perang meme yang dilakukan terhadap situasi langsung di garis depan. Meski jurnal ini sempat menyebut NAFO sebagai entitas yang mendapat perhatian dari akun resmi Ukraina, fenomena NAFO belum dijadikan sebagai subjek analisis utama. Dengan demikian, strategi dan narasi khas NAFO belum dieksplorasi secara mendalam.

Literatur ketiga berjudul “***Digital Media and War: Social Media as a Propaganda Tool for the Russia-Ukraine Conflict in the Post-truth Era***” oleh Yanti Dwi Astuti, Rahmah Attaymini, dan Maya Sandara Rosita Dewi di tahun 2022. Literatur ini menyoroti bagaimana konflik Rusia-Ukraina telah menjadikan media sosial sebagai medan perang informasi untuk memanipulasi sentimen publik, meminta dukungan internasional, dan menyebarkan informasi palsu (Yanti et al., 2022). Dalam penelitian ini, digunakan metodologi deskriptif kualitatif untuk meneliti rekonstruksi bahasa dan wacana melalui lensa Michael Foucault. Analisis media sosial untuk Februari dan Maret tahun 2022 terdiri dari pilihan acak dari direktori media sosial dan temuan dari lembaga-lembaga terkemuka yang menyebarkan kebohongan atau disinformasi mengenai perang Rusia-Ukraina.

Literatur keempat berjudul “***Digital Defiance: Memetic Warfare and Civic Resistance***” oleh Tine Munk tahun 2025. Munk secara spesifik mengkaji NAFO sebagai sebuah gerakan perlawanan sipil yang terdesentralisasi dan menggunakan perang meme secara defensif untuk melawan polusi informasi dari Rusia. Ia menganalisis dengan pendekatan etnografi digital bagaimana NAFO menggunakan humor dan sarkasme untuk membantah narasi palsu, khususnya yang berkaitan dengan propaganda Rusia dan isu-isu geopolitik yang berpengaruh terhadap Ukraina, contohnya dugaan hubungan antara Rusia dengan politisi AS di pemilu AS tahun 2024 dan jaringan sekutu Rusia lainnya. Munk juga

membahas strategi Rusia yakni Maskirovka dan membedakan antara perang meme ofensif yang menyebarkan disinformasi dengan defensif seperti yang dilakukan oleh NAFO (Munk, 2025). Secara keseluruhan, Munk membingkai aktivitas NAFO sebagai bentuk perlawanan sipil inovatif untuk mempertahankan keberadaan Ukraina di media sosial. Meski demikian, terdapat celah penelitian karena fokus dan batasan yang disebutkan dalam penelitian Munk. Salah satunya adalah belum adanya analisis spesifik terhadap dampak upaya NAFO terhadap perang yang terjadi di garis depan.

Literatur kelima, berjudul “*The ‘dark side’ of digital diplomacy: countering disinformation and propaganda*” oleh Corneliu Bjola tahun 2019. Jurnal ini memaparkan tentang sisi gelap diplomasi digital yang digunakan secara strategis melalui teknologi untuk tujuan subversif oleh aktor negara dan non-negara. Bjola (2019) mengatakan bahwa seringkali institusi diplomatik kesulitan untuk menghadapi ancaman disinformasi dan propaganda yang masif dilakukan di media sosial. Untuk itu ia mengusulkan lima taktik untuk menangkal sisi gelap diplomasi digital. Lima taktik tersebut adalah *Ignoring* (Mengabaikan), *Debunking* (Membantah dengan fakta), *Turning the Tables* (Membalikkan keadaan melalui humor), *Discrediting* (Mendiskreditkan sumber), dan *Disrupting* (Menggangu jaringan disinformasi). Penelitian Bjola memberikan kerangka kerja yang berorientasi pada aktor negara, sehingga dalam menerapkan kelima taktik tersebut perlu memperhatikan risikonya

terhadap citra diplomasi yang formal. Ia belum mengeksplorasi bagaimana aktor masyarakat sipil yang terorganisir dapat mengadopsi dan mengadaptasi taktik seupa secara independen tanpa arahan dari negara.

Berdasarkan tinjauan terhadap kelima penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa meski konsep perang meme dalam konflik Rusia-Ukraina telah banyak dibahas, tetap ada celah penelitian yang signifikan dan cukup konsisten. Tulisan Gieseck meskipun memprediksi urgensi perang meme, melihatnya secara *top-down* di mana negara atau institusi militer yang seharusnya mengadopsi taktik ini. Gieseck tidak mengantisipasi kemunculan gerakan sipil spontan layaknya NAFO. Sebagian besar penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Mejova, d.k.k. dan Astusi, d.k.k. cenderung fokus pada analisis diskursif terhadap meme yang dibuat oleh aktor-aktor negara, baik akun pemerintah resmi seperti @Ukraine dan @DefenceU yang digunakan. Bahkan penelitian yang terbaru dan secara spesifik membahas NAFO oleh Munk masih berfokus pada analisis kualitatif dan diskursif mengenai meme yang dibuat oleh NAFO. Analisis yang ada lebih banyak berhenti aspek diskursif, resonansi di media sosial, atau dampak persepsi dan berfokus pada meme yang muncul sebagai subjek penelitiannya. Sementara, tulisan Bjola sangat kontras dengan NAFO, yang bukan institusi diplomatik negara yang hanya sesekali menggunakan meme, melainkan mendasarkan identitas dan strateginya di atas perang meme. Oleh karena

itu, penelitian ini berusaha mengisi kekosongan tersebut dengan menggunakan perspektif diplomasi publik dan diplomasi digital untuk melihat komunitas NAFO sebagai aktor-non negara yang berdiplomasi di media sosial dalam rangka memenangkan medan perang informasi.

1.5.2 Diplomasi Publik

Konsep diplomasi publik modern pertama kali dikemukakan oleh Edmund Gullion pada tahun 1965, di mana ia mendefinisikannya sebagai konsep yang berkaitan dengan pengaruh sikap publik terhadap pembentukan dan pelaksanaan kebijakan luar negeri (Cull, 2020). Dalam perkembangannya, Guillon mengakui bahwa sebenarnya istilah diplomasi publik diperlukan untuk menggantikan istilah propaganda yang cenderung berkonotasi negatif. Dengan demikian, istilah diplomasi publik pada dasarnya masih berkaitan dengan propaganda, hanya saja digunakan untuk maksud yang lebih positif meski sama-sama bertujuan untuk memproyeksikan citra dan memengaruhi pikiran masyarakat (Snow, 2012).

Leonard, Stead, dan Smewing (2002) menguraikan empat objektif utama dari diplomasi publik. Pertama, membentuk citra dan persepsi positif dengan meningkatkan kesadaran serta pemahaman publik asing terhadap suatu negara. Kedua, menciptakan apresiasi atau sentimen yang positif di masyarakat terhadap suatu negara. Ketiga, mengintensifkan relasi dengan masyarakat asing yang misalnya diwujudkan dalam bentuk pertukaran pendidikan. Keempat, memberikan

pengaruh kepada publik agar terdorong untuk menjalin kemitraan, seperti investasi maupun kerja sama di sektor-sektor lain.

Sementara, Nicholas Cull (2009) menyebutkan enam komponen dalam diplomasi publik yang salah satunya adalah *Psychological Warfare*. Perang psikologis diposisikan sebagai sebuah aktivitas yang paralel dengan diplomasi publik. Aktivitas ini digunakan sebagai cara berkomunikasi di masa perang yang ditujukan kepada publik pihak musuh untuk mencapai tujuan militer seperti mematahkan semangat perlawanan. Meski diplomasi publik dan perang psikologis sama-sama menggunakan komunikasi untuk memengaruhi audiens asing, tujuan, etika, dan metodenya sangat berbeda. Perang psikologis cenderung lebih dengan tujuan menaklukkan, sementara diplomasi publik bertujuan membangun hubungan dan pemahaman bersama. Tetapi, Cull juga menyebutkan bahwa kedua hal ini bisa saling tumpang tindih, bahwa diplomasi publik bisa menjadi bentuk perang psikologis dan propaganda apabila digunakan secara tidak bermoral atau saat dalam kondisi perang.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, proses diplomasi pun berubah dengan cara terbentuknya sebuah ruang publik transnasional di mana aktor negara mampu berkomunikasi dengan aktor non-negara (Fisher, 2010). Diplomasi publik dengan media sosial atau disebut sebagai diplomasi digital menawarkan ruang interaksi bahkan bagi individu-individu untuk berinteraksi serta mengekspos

inkonsistensi maupun asumsi yang tersembunyi secara bebas dan leluasa (Zaharna, 2020).

Di sisi lain, kemajuan teknologi digital ini juga memunculkan tantangan serius berupa proliferasi disinformasi dan misinformasi yang mengancam efektivitas diplomasi publik dan seringkali mengaburkan upaya diplomasi. Masyarakat yang pikirannya terpengaruh oleh disinformasi misalnya, akan dengan mudah melakukan framing terhadap upaya diplomasi sebagai bentuk lain dari propaganda yang sengaja disebar. Hal yang demikian tak lepas dari lingkungan digital yang semakin terfragmentasi, terutama dalam situasi kritis seperti perang maupun pemilihan kepala pemerintahan (Pratkanis, 2020). Kondisi tersebut akan menciptakan information war di mana negara-negara berlomba untuk menguasai narasi global (Snow, 2020). Tantangan ini menuntut pendekatan baru dalam diplomasi publik yang tidak hanya fokus pada penyebaran pesan, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan dan kemampuan untuk melawan disinformasi melalui transparansi dan komunikasi yang strategis.

1.5.3 Diplomasi Digital

Dengan adanya media sosial dan perkembangan teknologi, diplomasi publik juga mengalami perubahan. Bjola d.k.k. (2020) menyebutkan bahwa digitalisasi memungkinkan terjadinya interaksi langsung dan *real-time* dengan publik asing serta memberikan ruang partisipasi bagi aktor non-negara untuk berinteraksi terhadap informasi

politik internasional. Holmes (2015) juga menyebutkan hal serupa bahwa diplomasi digital didefinisikan sebagai strategi manajemen dinamika politik internasional melalui perangkat digital dan kolaborasi secara *daring*. Hal ini berarti model komunikasi kepada publik tidak lagi satu arah dan aktor pemerintah perlu beradaptasi dengan dinamika jejaring sosial terdesentralisasi, di mana aktor non-negara (NGO, aktivis, warga biasa) memiliki peran yang setara.

Digitalisasi diplomasi juga memunculkan tantangan beberapa tantangan berupa potensi misinformasi dan manipulasi (kasus Rusia dalam Pemilu AS tahun 2016), tekanan untuk merespons cepat di berbagai media sosial yang berakibat pada potensi dangkalnya analisis dan koordinasi antar lembaga, serta adanya kesenjangan antara negara atau masyarakat soal akses terhadap infrastruktur digital. Hal ini menurut Nancy Snow (2012) dapat menurunkan kepercayaan terhadap institusi pemerintah dan media yang berakibat terciptanya lingkungan informasi yang membingungkan atau terfragmentasi sehingga menuntut pendekatan yang lebih canggih dan etis dalam praktik diplomasi publik.

1.5.4 Propaganda Digital

Menurut Surowiec-Capell (2024), propaganda digital didefinisikan sebagai bentuk persuasi yang telah diadaptasi untuk media hibrida dengan menggunakan teknologi digital. Media hibrida di sini maksudnya adalah gabungan media tradisional (koran, televisi, radio) dengan media modern (media sosial, platform daring, dan gawai).

Propaganda digital berfungsi untuk menciptakan rivalitas terbuka, gangguan, dan perpecahan di masyarakat. Praktik ini sering dikaitkan dengan upaya untuk membentuk *spheres of interests* dan dihubungkan dengan strategi militer. Pada praktiknya, batas antara propaganda digital dan diplomasi digital seringkali kabur, khususnya dalam konteks perang informasi di mana negara-negara dapat menggunakan alat diplomasi digital untuk tujuan manipulatif. Hal ini dapat berujung pada publik yang kesulitan membedakan antara informasi yang kredibel dan propaganda.

Perbedaan yang paling mencolok terletak pada pendekatan terhadap fakta dan kebenaran (Surowiec-Capell, 2024). Propaganda digital berkembang dengan disinformasi dan misinformasi dengan tujuan menyerang kebenaran dengan menciptakan realitas alternatif. Di sisi lain, diplomasi digital berkomitmen untuk mendidik, menginformasikan, dan bertujuan memfasilitasi pemahaman bersama.

Adapun untuk menganalisis aspek propaganda digital dalam penelitian ini akan menggunakan *framework* karakteristik propaganda digital oleh Surowiec-Capell (2024). Mengidentifikasi kelima karakteristik ini penting untuk menggambarkan secara tepat dan memahami lebih dalam tentang bagaimana sebuah upaya propaganda digital dilakukan oleh seorang aktor. Pertama, ***Foreign Policy Functions***. Fungsi kebijakan luar negeri yang menyatakan bahwa propaganda digital memiliki maksud untuk menyebabkan terjadinya disrupsi dan polarisasi di negara lain. Kedua, *Manipulation of Truth*. Manipulasi kebenaran

adalah di mana propaganda digital sengaja dibuat untuk menciptakan alternatif dari sebuah kebenaran yang dipercaya. Ketiga, *Ideological Expansion*. Ekspansi ideologi yakni keinginan menyebarkan konten-konten ideologis di luar batas negara. Keempat, *Messages and Content*. Pesan dan konten yang diolah sendiri. Kelima, *Delivery and Effects*. Penyampaian dan dampak berbicara soal penyebaran propaganda yang begitu cepat secara rahasia maupun terbuka melalui media yang ada.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Definisi Konseptual

1.6.1.1 Diplomasi Digital

Adapun menurut Bjola dan Jiang (2015), terdapat tiga aspek utama yang membentuk proses diplomasi digital menggunakan internet dan media sosial. Pertama, *agenda-setting*, yang merupakan tahap awal aktor menentukan agenda apa yang perlu diangkat di platform media sosial dengan menyebarkan informasi secara *real-time*. Kedua, *presence-expansion*, tahap di mana aktor menyadari kebutuhan untuk hadir dalam ruang publik yang relevan sebanyak mungkin untuk mengembangkan hubungan dan mencapai tujuan yang diinginkan, dan *conversation-generating*, tahap di mana aktor yang melakukan diplomasi digital mampu memanfaatkan fitur interaktif media sosial untuk menghasilkan komunikasi terus-menerus.

1.6.1.2 Propaganda Digital

Adapun untuk menganalisis aspek propaganda digital dalam penelitian ini akan menggunakan *framework* karakteristik propaganda digital oleh Surowiec-Capell (2024). Mengidentifikasi kelima karakteristik ini penting untuk menggambarkan secara tepat dan memahami lebih dalam tentang bagaimana sebuah upaya propaganda digital dilakukan oleh seorang aktor. Pertama, *Foreign Policy Functions*. Fungsi kebijakan luar negeri yang menyatakan bahwa propaganda digital memiliki maksud untuk menyebabkan terjadinya disrupsi dan polarisasi di negara lain. Kedua, *Manipulation of Truth*. Manipulasi kebenaran adalah di mana propaganda digital sengaja dibuat untuk menciptakan alternatif dari sebuah kebenaran yang dipercaya. Ketiga, *Ideological Expansion*. Ekspansi ideologi yakni keinginan menyebarkan konten-konten ideologis di luar batas negara. Keempat, *Messages and Content*. Pesan dan konten yang diolah sendiri. Kelima, *Delivery and Effects*. Penyampaian dan dampak berbicara soal penyebaran propaganda yang begitu cepat secara rahasia maupun terbuka melalui media yang ada.

1.6.2 Definisi Operasional

1.6.2.1 Diplomasi Digital

Berangkat dari definisi diplomasi digital oleh Bjola dan Jiang (2015), penelitian ini akan menganalisis proses diplomasi digital yang dilakukan oleh NAFO. Pertama, NAFO melakukan

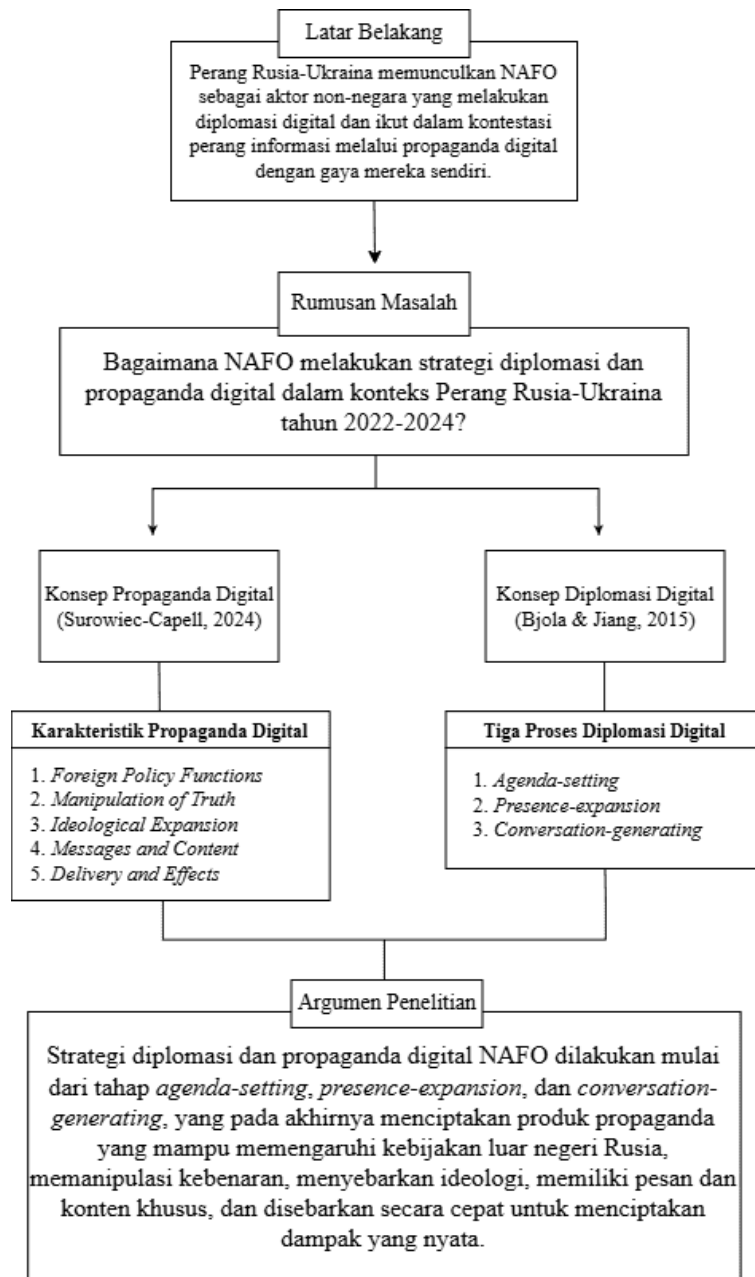
agenda-setting, yang mana NAFO menetapkan tujuan diplomasinya untuk melawan propaganda Rusia dalam rangka mendukung Ukraina. Kedua, NAFO melakukan *presence-expansion* dengan cara memanfaatkan viralitas humor internet serta persebaran yang cepat di media sosial, khususnya Twitter. Ketiga, NAFO melakukan *conversation-generating* dengan memanfaatkan fitur komentar untuk mengamplifikasi konten yang dibuat serta mengoordinasikan operasi dengan anggota-anggotanya.

1.6.2.2 Propaganda Digital

Penelitian ini akan menganalisis lima ciri propaganda digital yang dilakukan oleh NAFO berdasarkan karakteristik propaganda digital oleh Surowiec-Capell (2024). Pertama, fungsi kebijakan luar negeri, di mana NAFO menyebarkan propaganda yang tujuannya mengganggu kebijakan luar negeri Rusia, termasuk itu invasi yang diluncurkan dan propaganda Rusia. Kedua, manipulasi kebenaran, di mana NAFO menentang narasi “kebenaran” yang berusaha dibangun oleh propaganda Rusia. Ketiga, ekspansi ideologis, yang berarti NAFO menyebarkan semangat kemerdekaan dan demokrasi Barat dalam propagandanya terhadap Rusia. Keempat, pesan dan konten, di mana strategi propaganda digital NAFO berisi pesan-pesan politis yang memanfaatkan viralitas meme dan fitur tagar. Kelima,

penyebaran dan dampak, di mana propaganda digital yang NAFO sebarkan melalui platform media sosial Twitter mampu menarik publik dari kalangan pro-Rusia maupun pro-Ukraina yang pada akhirnya berdampak pada makin dikenalnya komunitas ini.

Berangkat dari pemahaman konsep diplomasi digital dan propaganda digital, maka penelitian ini berusaha menganalisis strategi NAFO sebagai sebuah aktor non-negara yang melakukan peran pendukung bagi negara Ukraina dan upaya kontra-propaganda terhadap Rusia. Upaya tersebut dilakukan menggunakan meme sebagai salah satu bentuk pendekatan perang informasi kontemporer untuk melawan disinformasi dan misinformasi Rusia. Adapun alur berpikir dalam penelitian ini dijelaskan dalam bagan di bawah ini:



Bagan 1.1 Skema Alur Berpikir

Sumber: diolah oleh penulis, 2025

1.7 Argumen Penelitian

Penelitian ini memiliki argumen sementara bahwa strategi diplomasi digital NAFO dilakukan mulai dari tahap *agenda-setting* untuk menetapkan tujuan, kemudian lanjut ke tahap *presence-expansion* untuk memperluas

jangkauan diplomasi kepada publik, dan pada akhirnya di tahap *conversation-generating*, komunitas NAFO berinteraksi dengan pengguna media sosial untuk keperluan operasi maupun keanggotaan. Adapun dari proses diplomasi digital NAFO tersebut tercipta propaganda digital khas NAFO yang karakteristiknya meliputi kemampuan untuk mengganggu kebijakan luar negeri negara Rusia, memanipulasi kebenaran dengan humor, memiliki kepentingan untuk mempromosikan ideologi, berisi pesan dan konten yang dibuat secara khusus untuk mengamplifikasi pengaruhnya terhadap pikiran publik, dan memiliki penyebaran yang cepat serta berdampak nyata.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut (Blaxter et al., 2006) penelitian dengan metode kualitatif berusaha untuk mengumpulkan dan menganalisis segala bentuk informasi, utamanya informasi yang bukan berbentuk angka. Metode ini lebih fokus untuk mengeksplorasi suatu hal sedetail mungkin dan lebih memilih “kedalaman” dari pada “keluasan” dalam suatu penelitian. Selain itu, menurut Creswell dan Creswell (2018) penelitian kualitatif berarti sebuah eksplorasi untuk memahami fenomena dalam masyarakat yang berakar dari masalah sosial dan kemanusiaan. Dengan metode kualitatif, penelitian ini berusaha menyajikan pemahaman mendalam dan menunjukkan peran NAFO selaku aktor non-negara yang melakukan diplomasi digital berbasis meme dan media sosial dalam konteks perang informasi Rusia-Ukraina.

1.8.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif, yaitu berusaha memberikan uraian deskriptif yang menggambarkan secara sistematis fakta, karakteristik, dan subjek yang diteliti (Ikbar, 2014). Apa yang dideskripsikan bisa dalam bentuk aktivitas, gambar, atau teks. Penelitian dengan tipe ini memusatkan fokusnya pada fakta-fakta yang ditemukan dalam keadaan yang sebenarnya (Nawawi & Martini, 1966). Dengan demikian, ada sesuatu yang ingin dideskripsikan dan diinterpretasikan dari fenomena yang diteliti. Khususnya, dalam penelitian ini akan mendeskripsikan fenomena keberadaan NAFO dan perannya sebagai salah satu aktor yang melakukan upaya propaganda dan kontra-propaganda dalam ranah praktik diplomasi digital.

1.8.2 Situs Penelitian

Situs penelitian dalam suatu penelitian berarti lokasi yang menjadi penelitian tersebut berlangsung. Dari situs penelitian ini, peneliti akan menghimpun dan mengolah data yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Untuk meneliti tentang NAFO, situs dalam penelitian ini adalah *desk research* atau studi kepustakaan. Lebih spesifiknya, studi kepustakaan ini menggunakan platform *online* seperti situs web dan media sosial X (dahulu bernama Twitter dan selanjutnya akan disebut Twitter untuk mempermudah pembaca) yang dimiliki oleh NAFO. Platform Twitter khususnya menjadi situs utama karena selain NAFO

sangat konsisten beroperasi di sana, platform tersebut telah menjadi medan perang digital yang sengit antara narasi pro-Ukraina dan pro-Rusia (Mejova et al., 2024; Makhortykh & Lyebdyev (2015).

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian adalah individu, kelompok, atau entitas yang menjadi fokus utama untuk penelitian. Subjek yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah komunitas *online* berbasis meme yang bernama North Atlantic Fella Organization (NAFO).

1.8.4 Jenis Data

Adapun jenis data yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah jenis data kualitatif seperti teks, gambar, dan narasi, ataupun *tweet* yang muncul dalam konten-konten yang diproduksi oleh NAFO.

1.8.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yakni data yang telah ada dan dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain dan tersedia dari berbagai sumber seperti situs web, artikel jurnal, buku, atau laporan. Dalam penelitian ini, khususnya untuk data yang digunakan dalam analisis akan diambil dari situs web yang dimiliki oleh NAFO (<https://nafo-ofan.org>) dan akun media sosial Twitter milik NAFO (@Official_NAFO).

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Selanjutnya, teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah studi kepustakaan atau *desk research*. Data yang

diperlukan akan dikumpulkan dari artikel jurnal, buku, unggahan media sosial, dan situs web resmi.

1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Proses menganalisis dan menginterpretasi data kualitatif dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis, dimulai dari kegiatan membaca dan menelaah data yang tersedia (Moleong, 2013). Selama proses tersebut, peneliti secara aktif mencatat dan memberi tanda untuk menemukan konsep-konsep kunci. Data yang relevan kemudian dikumpulkan, dipilah, dan dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang muncul. Akhirnya, peneliti melakukan refleksi dan analisis mendalam untuk mengungkap makna, menemukan pola, serta membangun model atau hubungan yang terkandung dalam data tersebut.

Untuk mencapai teori substantif dan memenuhi tujuan penelitian, data yang telah diolah tadi kemudian diinterpretasikan (Moleong, 2013). Penafsiran ini dijalankan melalui metode pendekatan induktif secara bertahap. Prosesnya meliputi identifikasi keadaan umum dalam data, analisis faktor-faktor yang melandasi, penelusuran hubungan sebab-akibat melalui koding induktif, dan diakhiri dengan konfirmasi keabsahan data kepada para *stakeholder* terkait.

1.8.8 Kualitas Data

Data-data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber sekunder, oleh karena itu penting untuk memastikan sumber data tersebut kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan. Sumber-sumber diperoleh dari

bacaan buku, artikel jurnal, sosial media, dan situs web yang dapat dipercaya dan relevan dengan permasalahan yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini telah mengupayakan untuk menjamin kualitas data yang telah dihimpun dan dianalisis guna menjawab pertanyaan penelitian.

1.9 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan terbagi ke dalam empat bab dengan rincian penulisan setiap bab sebagai berikut:

Bab I: Mencakup pembahasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, operasionalisasi konsep, argumen penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Berisi pembahasan tentang konteks historis perang siber antara Rusia dan Ukraina.

Bab III: Berisi pembahasan tentang implementasi kerangka pemikiran yang digunakan dan metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini.

Bab IV: Berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.