

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Literatur

Tzu Chleh Wung dan Tzu Wei Hung dalam How China's Cognitive Warfare Works : A frontline Perspective Of Taiwan's Anti Disinformation Wars yang ditulis tahun 2020 menyebutkan bahwa rangkaian tindakan yang dilakukan oleh Cina melalui penyebaran informasi terhadap Taiwan merupakan bagian dari Propaganda dan memiliki unsur operasi perang kognitif, atau aktivitas yang dirancang untuk mengendalikan keadaan mental orang lain serta memanipulasi rangsangan lingkungan musuh dan pengikut dalam bagian perang. perang kognitif menggabungkan tindakan dunia maya melalui konsep mendiskreditkan pihak tertentu dinilai mengandung sebuah unsur operasi dan dapat mempengaruhi sistem kognisi otak manusia serta syaraf yang menghasilkan output sesuai keinginan pihak yang melakukan operasi kognitif.

Tindakan Cina melalui propaganda, intimidasi militer, serta pertukaran Bilateral digunakan sebagai bagian metode operasi kognitif dengan upaya menciptakan rasa takut dan terancam serta menghasilkan output rasa menyerah terhadap kemerdekaan dan tetap memilih opsi reunifikasi bersama Cina. literatur ini juga menjelaskan bagaimana propaganda melalui media digital di dan internet Cina digunakan sebagai penekanan kontrol terhadap mental dan psikologis warga Taiwan dan digunakan sebagai senjata yang ampuh, dalam menekan pengaruh reunifikasi melalui penciptaan output rasa takut dan gelisah melalui propaganda

negatif dengan menggunakan intrik seperti invasi dan penyerangan yang dilakukan oleh Cina (Hung et al. 2022).

“China and Cognitive Warfare: Why Is the West Losing?” yang ditulis oleh Kimberly Orinx dan Tanguy Struye De Swielande pada tahun 2022, mendukung penjelasan sebelumnya, literatur ini sepakat bahwa aktivitas manipulasi Cina terhadap Taiwan merupakan kategori tindakan operasi kognitif, tambahan Dalam literatur ini, operasi kognitif dijelaskan sebagai tindakan yang dilakukan untuk mencoba mempengaruhi persepsi publik mengenai konflik dengan mempertahankan dukungan dari penduduknya sendiri dengan merendahkan penduduk lawan dan mempengaruhi pihak ketiga serta menganggap setiap orang merupakan target potensial untuk memaksakan kepentingannya

Literatur ini menambahkan alat Perang kognitif dalam membidik opini publik, yaitu media sosial yang merupakan media strategis sebagai medan perang informasi paling potensial, karena bersifat abstrak dan menghasilkan lebih banyak aktor serta menjangkau publik yang lebih banyak dalam tujuan menyerang sistem bawah sadar dan kontrol syaraf publik yang menjadi tujuan informasi melalui propaganda. Dalam literatur ini, Cina juga disebut menjadi produsen unggul perang kognitif dan menyingkirkan negara-negara barat dalam pengembangan keunggulan perang kognitif, karena menyerap konsep otoritarianisme yang menjadikan informasi terpusat hanya pada satu sumber dan membuat perang kognitif menjadi suatu hal yang penggunaannya sangat efektif dan strategis di dalam maupun luar negeri bagi Cina (Orinx et al.2022) .

Berbeda dengan konsep yang ditawarkan sebelumnya dalam menjelaskan manipulasi Cina terhadap Taiwan, “*Media Warfare: How Taiwan Can Win the*

Battle for the Cognitive Domain” yang ditulis oleh Kerry K. Gershaneck pada tahun 2019, hanya fokus menjelaskan tindakan manipulasi Cina terhadap Taiwan dengan menggunakan konsep propaganda. Namun dalam literatur ini, fungsi opini publik memiliki persamaan dengan literatur sebelumnya yaitu melemahkan keinginan musuh dan memastikan kekuatan di pihak sendiri. Istilah media digunakan secara langsung dalam literatur ini sebagai alat perang dalam sebutan “perang media” yang digunakan untuk menjelaskan tindakan Cina terhadap Taiwan, karena dalam penggunaan perang kognitif yang dilakukan oleh Cina, media digunakan sebagai alat untuk menyalurkan hasutan, persuasi, pemaksaan, teror online serta alat propaganda informasi palsu dalam mengancam kelangsungan kebebasan dan kedaulatan Taiwan sebagai bagian yang merdeka.

Dalam fenomena serangan dan manipulasi kognitif yang dilakukan terhadap Taiwan, Cina telah menggunakan media sebagai simbolisasi hadirnya perang dalam bentuk baru serta digunakannya media sosial sebagai alat propaganda untuk membantu memasukan unsur operasi kognitif yang bertujuan dalam memandu isu internasional. Dalam penggunaannya, media sosial juga secara khusus digunakan untuk menyebarkan paham yang mengandung kekuatan Cina dalam memecah belah dan mendemoralisasi rakyat Taiwan maupun meraih supremasi global melalui kontrol kognitif yang dilakukan menggunakan media sosial sebagai alat operasi efektif dalam penyebaran informasi melalui peperangan media (Gershaneck, 2019).

“The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation” yang ditulis oleh Samantha Bradshaw dan Philip N. Howard tahun 2019, literatur ini lebih fokus dalam membedah fenomena manipulasi sisi media sosial khususnya di Cina, dalam fenomena tersebut konsep

yang sama masih digunakan dalam dasar penjelasan propaganda yaitu alat digunakan dalam manipulasi untuk mendiskreditkan lawan politik dan menenggelamkan perbedaan pendapat, namun dalam literatur ini propaganda dibantu oleh bantuan media sosial dalam menyebarkan pengaruh yang lebih luas melalui sistem komputasi. Dalam artikel ini, terdapat penekanan penggunaan media sosial sebagai medium propaganda yang dilakukan secara masif dan cepat. Propaganda media sosial juga memiliki struktur yang sama serta digunakan untuk membentuk sikap dan opini publik melalui alat-alat dan aktor terbaru dalam media sosial seperti bot dan akun palsu, serta unggahan khusus yang membuat propaganda memiliki gaya berbeda jika dibandingkan dengan propaganda melalui unsur pengaruh pro-pemerintah, menyerang oposisi, mengalihkan kritik, mendorong perpecahan serta serangan pribadi (Samantha Bradshaw et al. 2019).

After the spillover effect: news flows and power relations in Chinese mainstream media yang ditulis oleh Fen Lina, Tsan-Kuo Chang & Xinzhi Zhang, Sama seperti beberapa penjelasan fungsi media sebagai alat strategis otoritas, namun literatur ini mengarahkan kritik yang dituangkan media arus utama saat ini merupakan sebuah fenomena yang tidak lebih dari sebuah limpahan isu yang awalnya diabaikan oleh media namun kembali dikembangkan dan disebarluaskan dengan cepat melalui pemanfaatan bentuk media digital secara online. Cina sebagai negara penghubung arus kekuasaan dengan media arus utama menjadi pembahasan inti dalam literatur ini, dalam hal ini Cina memainkan peran dalam memesan media untuk memajukan suatu isu dalam menyetir opini publik serta digunakan dengan tujuan menjaga kekuatan legitimasi.

Internet dalam media telah menyamakan posisi semua gerai media arus utama di Cina sebagai media penyampaian pesan kepentingan dalam pesan terhadap opini publik, namun tetap penguasaan arus media menjadi hal utama yang difokuskan dalam pengembangan sistem informasi di Cina, sehingga berita dapat dengan mudah dilembagakan dan menjadi bagian dari strategi yang disusun oleh pemerintah Cina dalam otoritarianisme media dan informasi (Lin et al., 2015).

“A comparative Analysis Of Weibo and Xinhua in Framming Chinese Civic Engagement” yang ditulis oleh Lu Yue Ma tahun 2013, berbeda dengan beberapa literatur sebelumnya yang menekankan kritisi medianserta penggunaan propaganda Cina, literatur ini lebih melihat bagaimana komparasi media arus utama dengan media sosial yang digunakan oleh pemerintah Cina dalam sistem pengaturan atau otoritarianisme informasi melalui media dalam negeri. dalam fenomena tersebut komparasi dilakukan dengan efektivitas antara media arus utama Xinhua dengan media sosial Sina Weibo dalam mengatur kontrol dalam negeri serta adanya upaya modifikasi tujuan pemerintah yang berasal dari keterlibatan masyarakat sipil di media sosial. Penelitian ini juga membahas peran terkait perluasan isu yang dilakukan oleh media baik Weibo maupun Xinhua yang mempengaruhi tingkat kepercayaan pemerintah pada otoritas seperti pada beberapa kasus peristiwa sipil di Cina. Tingginya pengguna portal internet di Cina, di kemukakan sebagai agen aktif dalam perluasan isu yang melibatkan legitimasi politik rakyat terhadap pemerintahan Cina. Dalam hal ini, penelitian tersebut membahas bagaimana komparasi media antara Xinhua dengan mikroblog Sina Weibo dalam memfasilitasi akses informasi dan juga membantu transparansi akuntabilitas pemerintah Cina terhadap warga sipil (luyue ma, n.d.).

Tabel 2.2. Tinjauan Literatur

No.	Judul	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1.	How China's Cognitive Warfare Works : A frontline Perspective Of Taiwan's Anti Disinformation Wars	Tzu Wei Hung Tzu Chleh wung	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan ditemukan dalam penggunaan media informasi sebagai penggunaan alat taktis yang ditekankan Cina sebagai alat utama penekanan pengaruh terhadap Taiwan 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan peyebutan tindakan dan konsep yang digunakan terhadap agenda Cina terhadap Taiwan, literatur tersebut menggunakan konsep utama perang kognitif, sementara dalam penelitian ini menggunakan konsep utama propaganda
2.	China and Cognitive Warfare: Why is the West losing?	Kimberly Orynx, Tanguy Struye De Swielande	<ul style="list-style-type: none"> • Aspek kognitif melalui propaganda dan penggunaan media manipulasi kognitif sebagai medan strategis dalam konsep yang digunakan dalam menjangkau publik dalam arah • propaganda Cina • Terdapat penjelasan penguasaan arus informasi dalam otoritarianisme Cina 	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan aspek perluasan penggunaan media sosial dalam strategi kognitif yang dilakukan oleh Cina
3.	Media Warfare: How Taiwan	Kerry K. Gershnaeck	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan media sebagai 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat perbedaan

	can win the Battle for the Cognitive Domain		<p>alat dalam menyalurkan persuasi, hasutan, pemaksaan, serta teror secara online dalam melakukan manipulasi terhadap kedaulatan sebagai cita-cita tertinggi Taiwan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsep umum yang digunakan adalah media sebagai strategi perang kognitif 	<p>penggunaan konsep secara umum, dalam literatur ini media sosial sebagai salah satu dari alat perang yang digunakan Cina atau alat baru Cina dalam memberikan tekanan terhadap Taiwan</p>
4.	The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation	Samantha Bradshaw, Philip N.Howard	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan media sosial sebagai alat dalam melancarkan manipulasi secara langsung dengan menggunakan media sosial, salah satunya dilakukan di Cina. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam literatur ini Cina disebutkan baru memulai peran sebagai aktor propaganda media sosial. Atau disebutkan jarang melakukan manipulasi media sosial
5.	After the spillover effect: flows and power relations in Chinese mainstream media	Fen Lina, Tsan-Kuo Changa	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan media sebagai alat untuk mengendalikan opini publik • Pengembangan surat kabar dalam media digital sebagai alat untuk menyebarkan isu lebih luas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus penelitian hanya tentang pelimpahan arus informasi dari media

				arus utama ke media sosial
6.	A Comparative Analysis Of Weibo and Xinhua in Framming Chinese Civic Engagement	Lu Yue Ma	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya pola analisis mekanisme pengaturan arus internet oleh pemerintah china. Analisis media sosial weibo, sebagai jejaring media sosial dan alat pemerintah dalam membentuk konstruksi informasi • Adanya analisis peran modifikasi tujuan negara melalui internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian menggunakan pola komparatif antara dua media berbeda dalam membentuk konstruksi propaganda oleh pemerintah china

2.2.Kerangka Teoritis/Konseptual

2.2.1. New Media

New media atau media baru merupakan sebuah revolusi digital di akhir abad ke-20 dan di awal abad ke-21, *new media* ditandai dengan pergeseran ontologis infrastruktur media yang menyebabkan yang difusi informasi realitas lebih cepat pada konsumen yang ditunjang dengan kehadiran internet serta sistem komunikasi nirkabel yang membuat industri media tradisional semakin rentan. Konsep aplikasi yang dihadirkan pada konsep media digital dalam *New media* telah berhasil merevolusi sistem sensorik serta pengalam kognitif saat berada di luar dunia media sosial yang melibatkan kode, penanda sosial, serta komponen linguistik yang ditandai dengan terdengarnya bunyi suara “klik”.

Fenomena berarti dalam kehadiran *new media* ditandai kuat dengan kehadiran berbagai macam media mulai dari Televisi, Radio, surat kabar, hingga media sosial yang merupakan teknologi yang menekankan konten dan interaksi antar pengguna, jaringan serta ruang dan jaringan yang memfasilitasi komunikasi atau kolaborasi online, serta sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas fondasi ideologis dan teknologi yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten antar pengguna (Carr et al. 2015, Kaplan et al. 2010). Dalam konsep lebih lanjut, kehadiran media berupa surat kabar dan media berita pun dikembangkan melalui upaya informatif dengan membuka gerai-gerai media dan berita melalui ruang surat kabar digital.

Kekuatan media sosial menjadi sebuah poros dalam keterlibatan masyarakat secara global. media sosial dijadikan sebuah wahana baru dalam aliran gagasan seperti dalam teori difusi yang menjelaskan bahwa Media sosial menghasilkan sebuah kecepatan aliran baru dalam gagasan dan inovasi yang membentuk adanya suatu gerakan sosial melalui difusi informasi yang merupakan komponen terbentuknya suatu gerakan sosial. Difusi informasi melibatkan empat elemen diantaranya pemancar inovasi, pengadopsi inovasi, barang inovasi, serta saluran difusi informasi. Pembagian data secara cepat melalui media sosial juga menjadi pendukung terbesar dalam substansi praktek aktivisme media sosial, bahkan dalam peristiwa *Umbrella movement* di Hongkong, media sosial *Facebook* dan *Twitter* menjadi bagian penghubung antara demonstran dan organisator gerakan dalam memberikan laporan terkini serta pembaharuan atas hasil demonstrasi yang dilakukan terhadap pemerintah (Halupka, 2014).

2.2.2. The Political Function Of Media

Dalam peran politik, Raymond Kuhn menjelaskan bahwa media telah mengambil peran begitu penting dalam kehadirannya selain dalam cara kerja memperlancar jalur komunikasi. Disebutkan bahwa, Media memiliki peran kuat sebagai perantara dalam sistem politik, agregasi kepentingan, merekrut elit politik, bertindak sebagai saluran informasi antara elit politik dan publik, hingga membantu memobilisasi pemilih. Kuhn dalam konsepnya menjelaskan bahwa media dapat menjadi sebuah alat yang dipesan oleh para elit politik dalam menyampaikan keinginannya pada publik, dengan membuat konsesi kepada media mengenai penyajian politik melalui gaya kosakata, praktek aktor politik, hingga menunjukkan perangkatnya pada publik serta menyediakan kemasan politik dalam perangkat politik yang menawarkan strategi, penggunaan kalimat, pemasaran, hingga konsultan yang membuat para politisi menggunakannya sebagai jasa paling efektif dalam menyampaikan apa kepentingan mereka.

Kuhn menyediakan lima konsep utama dalam penyajian media terhadap politik, antara lain :

1. Penyediaan informasi

Fungsi utama dalam penyediaan media terhadap sarana politik adalah penyediaan informasi, media memberikan sarana penghubung pada publik dengan memberi informasi, komentar terkait isu di bagian lokal, regional, nasional, supranasional dan global. Media dalam hal ini bertindak sebagai saluran dan forum untuk menyambungkan semua jenis pesan politik, menyediakan sarana komunikasi yang nyaman antara elit politik dan warga negara dengan membuat aliran informasi secara *top and*

down melalui medium surat kabar, berita Radio dan Televisi, liputan berita terkini, wawancara politik, dokumenter investigasi, siaran partai politik, serta proliferasi layanan online.

2. Agenda Setting

Media memiliki fungsi *Agenda setting* dalam memilah, memilih, mengorganisir dan menekankan konten berita yang ditentukan berdasarkan subjek yang signifikan untuk diperbincangkan oleh publik.

3. Kontrol Publik

Media memiliki kemampuan dalam kecepatan memindahkan dan menerima informasi, yang kemudian telah menciptakan suatu sistem dimana kekuasaan atas informasi tersebut semakin terdistribusi secara luas

4. Mobilisasi politik

Mobilisasi politik merupakan peran media yang digunakan atau dimanfaatkan para politisi maupun para elit politik dalam menyampaikan pesan politik pada kaderisasi anggota untuk mengkampanyekan suatu agenda politik

5. Legitimasi rezim

Media memiliki fungsi legitimasi sebuah rezim yang sedang berkuasa, dimana media bisa dimanfaatkan untuk mensosialisasikan norma-norma umum yang dapat diterima oleh masyarakat secara luas, sehingga masyarakat tersebut dapat menerima dan berkontribusi dalam satu sistem politik yang terlegitimasi.

Kuhn dalam peran media bagi politik juga turut mengungkapkan beberapa faktor mengapa media menjadi sebuah pembentuk utama dalam agenda kebijakan nasional diantaranya :

1. Dampak perubahan teknologi yang menghadirkan bentuk-bentuk baru transmisi program seperti Televisi satelit dan Televisi kabel menjadi hal biasa dan meruntuhkan batas kebijakan antara media dan Telekomunikasi
2. Konsentrasi kepemilikan baik di dalam maupun lintas sektor membuat media mampu menjangkau transnasionalisasi dan beroperasi menembus batas lintas negara
3. Regulasi media audio visual sebagai regulasi tradisional Rezim telah dimodifikasi untuk mengatasi persaingan komersial yang meningkat

Dalam konsep yang dibawa dalam peran politik yang dibawa oleh media, keragaman media membuat lebih sulit bagi politisi untuk mengontrol pasokan informasi, Politisi telah beradaptasi dengan tuntutan media dengan menekankan gambar dengan mengorbankan substansi, sambil tetap berusaha membentuk agenda media dan mempertahankan kontrol informasi untuk partisan berakhir. Media berdiri terlibat dalam kritik ini karena kekuatan mereka untuk opini bentuk telah dimanipulasi oleh elit untuk mempertahankan hak, kepentingan dan memperkuat distribusi kekuasaan yang ada (Kuhn, 1997).

2.2.3. Propaganda

Propaganda merupakan sebuah tindakan yang dilakukan secara sengaja atau dilakukan secara terorganisir yang memiliki tujuan dalam mempromosikan ide-ide tertentu, propaganda juga memiliki arti dalam konsep menyebar atau menabur.

Sementara itu dalam metode komunikasi, propaganda diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi yang berusaha untuk mencapai suatu tanggapan dengan maksud yang diinginkan oleh propagandis (Brown, 2018). Dalam identifikasi lebih lanjut, propaganda memiliki arti yang sama dengan kebohongan, distorsi, manipulasi, penipuan, pengendalian pikiran, serta berita palsu (Jowett & O. Donell, 2012). Dalam penjelasan lain propaganda diuraikan sebagai pengelolaan sikap kolektif dengan manipulasi simbol-simbol penting, dan dalam hal ini sikap ditafsirkan sebagai kecenderungan untuk bertindak menurut pola penilaian tertentu (Lasswell, 1927). Ketika propaganda telah berafiliasi dengan penekanan sebuah tujuan, maka propaganda juga dikaitkan adanya putaran kontrol dan diartikan sebagai sebuah pembentukan upaya untuk mempertahankan atau mengubah sebuah kekuasaan yang terhubung dengan propagandis. Kekuatan propaganda dikategorikan sebagai penyalahgunaan dalam teknik persuasi, propaganda juga cenderung disematkan dengan arti penipuan cerdas karena menggambarkan sebuah upaya dalam menahan informasi penting melalui sebuah taktik manipulasi pengaruh. Seperti Kualitas komunikatif propaganda yang dikutip oleh Leo Boggart :

“propaganda adalah seni yang membutuhkan bakat khusus, bukan mekanis, melainkan sebuah karya ilmiah. Dalam hal mempengaruhi sikap juga membutuhkan pengalaman, pengetahuan luas, dan naluri serta Penilaian tentang apa argumen terbaik untuk audiens. Tidak ada manual yang dapat memandu propagandis, dia harus memiliki pikiran yang baik, kejeniusan, kepekaan, dan pengetahuan tentang bagaimana penonton berpikir dan bereaksi “

Joseph Goebbels dalam *Goebbels Principle Of Propaganda* (Doob,1950) menyatakan bahwa terdapat 19 prinsip yang harus diikuti dalam penggunaan propaganda antara lain :

1. Propagandis harus memiliki akses intelejen tentang peristiwa dan pendapat publik
2. Propaganda harus direncanakan hanya oleh satu otoritas
3. Konsekuensi dalam penggunaan propaganda harus direncanakan dalam sebuah tindakan propaganda
4. Propaganda harus mempengaruhi kebijakan dan tindakan musuh
5. Informasi operasional harus tersedia untuk melaksanakan kampanye propaganda
6. Propaganda harus membangkitkan kepentingan audiens dan harus dikirim melalui medium komunikasi yang mendapatkan perhatian
7. Kredibilitas harus bisa menentukan hasil benar atau salah dari propaganda
8. Tujuan dan isi kampanye propaganda harus bisa menentukan penolakan propaganda dari musuh
9. Kredibilitas, kecerdasan, dan pengaruh dalam komunikasi harus bisa menentukan sensor bahan propaganda
10. Bahan dari propaganda musuh dapat dimanfaatkan ketika operasi, dan dapat mengurangi prestise musuh dan dapat membantu tujuan propagandis
11. Propaganda hitam harus dikerjakan saat propaganda terakhir yang dilakukan kurang kredibel dan menghasilkan efek yang tidak diinginkan
12. Propaganda dapat difasilitasi oleh pemimpin yang bergengsi
13. Waktu propaganda harus diperhatikan

14. Propaganda harus memiliki sebuah label dari orang yang memiliki frasa atau slogan yang khas
15. Propaganda harus mencegah meningkatnya harapan palsu
16. Propaganda harus menciptakan tingkat kecemasan yang optimal
17. Propaganda harus mengurangi dampak frustrasi
18. Propaganda harus memfasilitasi agresi dengan target kebencian
19. Propaganda tidak dapat dengan cepat mempengaruhi target dan harus menawarkan beberapa bentuk tindakan dan pengalihan (Leonard W. Doob, 1950).

Dalam alur penyebarannya, propaganda memiliki tiga karakteristik utama yang dapat dijadikan acuan, pertama dalam propaganda selalu terdapat pihak baik berbentuk lembaga maupun individu yang melakukan Tindakan secara sengaja melalui penyebaran pesan dengan tujuan mengubah pola sikap dan perilaku pada sasarannya, atau dalam hal ini pihak tersebut disebut dengan propagandis. Kedua, penyebaran propaganda dilakukan secara terus-menerus dengan penggunaan sebuah media sebagai pendorong efektivitas perluasan pengaruh propaganda yang bertujuan untuk mengkonstruksi pola sikap dan Tindakan sasaran dari pihak propagandis. Ketiga, dalam proses penyebarannya terdapat sebuah ide atau gagasan bahkan sebuah doktrinasi yang bertujuan untuk mengkonstruksi Tindakan sasaran propagandis secara terarah (Nita Andrianti, 2015).

Sebagai alat dalam menyebarkan pengaruh dan manipulasi, propaganda juga menempatkan komponen informasi yang secara jelas digunakan dalam penggunaannya. dalam propaganda terdapat dua tipe informasi yang digunakan pertama yaitu *misinformasi*, *misinformasi* masih bersifat ringan penggunaannya

dalam propaganda, biasanya digunakan dalam menyesatkan pemahaman publik dengan konten informasi yang tidak relevan serta bersifat bias dan multitafsir. *Misinformasi* juga mengandung muatan penyembunyian, distorsi, serta pemalsuan dan biasanya menggunakan informasi tidak lengkap. Komponen informasi yang marak digunakan dalam penggunaan propaganda adalah *Disinformasi*, berbeda dengan komponen informasi yang digunakan sebelumnya dalam propaganda, *disinformasi* dilakukan atau dibuat secara sengaja, atau menghadirkan informasi secara salah yang memiliki tujuan secara spesifik untuk mendiskreditkan kelompok berlawanan seperti lawan politik, maupun pihak-pihak yang bertentangan untuk melawan legitimasi politik pihak yang menggunakan propaganda (Fisher et al. 2013).

2.2.4. Propaganda Media sosial

Penggunaan media sosial yang dielaborasi bersamaan dengan propaganda merupakan konsep dari beberapa fakta yang menunjukkan bahwa media sosial merupakan bagian penting dalam kendali saluran informasi, media sosial memainkan peran penting dalam aliran gagasan kebijakan bagi publik namun di sisi lain media sosial juga memainkan peran dalam menyebarkan informasi manipulatif yang dikendalikan langsung oleh pemerintah hingga dilibatkan sebagai alat taktis yang turut mempengaruhi bagaimana bentuk terbaru propaganda.

Propaganda kini dibuat lebih estetik, digital, dan minim akan kesan tekanan meskipun beberapa jenis propaganda yang kerap digunakan melalui media sosial masih bersifat ancaman dan tekanan psikologis. Propaganda media sosial yang dikemas melalui tampilan konten media sosial seperti Youtube Facebook, Twitter, serta jenis media sosial lain dikemas menjadi sebuah tontonan yang cepat

memberikan pengaruh offline dalam hal opini atau manipulasi perubahan perilaku (Samuel et.al 2017).

efek propaganda digital juga dinilai sangat mengganggu wacana masyarakat dan memiliki penerapan taktik yang hampir sama dengan konsep “perangkap tikus” dalam sebuah percakapan digital, bahkan setiap negara secara khusus menerapkan target propaganda komputasi mereka khusus sebagai senjata politik mutakhir seperti Cina yang menargetkan Taiwan sebagai objek propaganda komputasi di media sosial saat ini, penemuan komputasi di media sosial menjelaskan bahwa propaganda Cina daratan melalui media sosial bahkan tidak bersifat terlalu otomatis namun mereka terkoordinasi.

2.2.5 Operasi kognitif

Operasi kognitif merupakan sebuah tindakan mempengaruhi atau menekan melalui propaganda yang digunakan oleh pesaing politik guna memenangkan posisi dalam keberpihakan argumen publik serta mempengaruhi pemrosesan informasi kognitif atau intelektual manusia atau otomatis .Operasi kognitif juga menargetkan pembuat keputusan dan lingkungan informasi dalam memengaruhi pengambilan keputusan dan proses berpikir (Alexander, 2007). Operasi kognitif juga dapat disebut dengan perang kognitif karena ditujukan untuk menyerang kontrol otak dan menggunakan ilmu syaraf sebagai senjata untuk menempatkan manipulasi terhadap tindakan target (Hung et al. 2022).

Operasi kognitif memiliki tingkat ancaman yang berbahaya sama seperti operasi militer yang dilakukan dalam membidik target, namun yang membuat jenis operasi ini lebih berbeda adalah medan perang dan semua individu dapat menjadi target tidak hanya kombatan yang terjadi pada operasi militer.Operasi kognitif

melibatkan aspek analisa psikologis seperti asimilasi, disonansi kognitif, dan ketersediaan heuristik dalam menanamkan pengaruh yang kemudian menjadi sebuah kepercayaan terhadap suatu informasi atau hal yang diterima.

Operasi kognitif membuat tindakan yang dapat menghasilkan sebuah keyakinan yang meyakinkan serta menghadirkan emosi yang dapat mengubah atau mengacaukan keyakinan yang membuat keyakinan sebelumnya dapat direvisi dan menghasilkan keyakinan baru, hal tersebut sebelumnya di dorong dengan manipulasi emosi berbentuk ancaman dan hasutan melalui pesan dalam sebuah informasi yang telah diolah dan kemudian membuat mental publik atau audiens kacau hingga kondisi psikologis mereka mudah dimanipulasi karena imbas dari bentuk kekacauan dan ketakutan yang telah terbentuk melalui penipuan serta ancaman informasi yang diciptakan (Hung et. Al 2022).

Selain aspek psikologis dan ilmu syaraf yang dilibatkan dalam bentuk operasi ini, media sosial juga menjadi sebuah aspek penting sebagai media perang utama yang dapat menyebarkan disinformasi sebagai senjata utama dalam operasi kognitif. Sifat media sosial yang cepat dalam distribusi informasi membuat media sosial menjadi domain perang baru dalam unsur operasi kognitif, kebebasan bertindak serta kecepatan penyebaran informasi membuat media sosial menjadi hal potensial dalam melancarkan operasi kognitif pada target.

2.3. Asumsi Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan juga rumusan masalah yang telah diuraikan dalam penelitian maka penulis membuat asumsi penelitian berupa **“Dengan digunakannya propaganda melalui media oleh**

Cina, maka pengaruh Reunifikasi di Taiwan akan semakin menguat dan mendorong strategi Cina dalam agenda Reunifikasi Taiwan-Cina”

2.4. Kerangka Analisis

