



Dampak Kampanye Propaganda Digital AS terhadap Persepsi Publik Studi Kasus : Konflik Suriah Tahun 2020-2024

Diva Rachel Aurelia¹, Fiori Amelia Putri^{2*}, Jasmine Benida Putri Baenuri³, Nadia Kamilatul Azizah⁴, Ruben Ezra Nathaniel⁵

¹⁻⁵ Universitas Komputer Indonesia, Indonesia

diva.44321035@mahasiswa.unikom.ac.id^{1*}, fiori.44321033@mahasiswa.unikom.ac.id²,
jasmine.44321049@mahasiswa.unikom.ac.id³, nadia.44321063@mahasiswa.unikom.ac.id⁴,
ruben.44321041@mahasiswa.unikom.ac.id⁵

Alamat: Jl. Dipati Ukur No.112-116, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132

Korespondensi penulis: fiori.44321033@mahasiswa.unikom.ac.id

Abstract: *In the increasingly developing digital era, social media and digital platforms have become effective tools for disseminating information, including political propaganda. In the context of prolonged war and geopolitical complexity, digital propaganda has become an important tool in shaping public opinion and influencing people's perceptions of the actors involved in the conflict. Using a qualitative approach, this research analyzes social media content, online news, and other digital platforms to identify key themes in the narrative conveyed by the US government and their impact on domestic and international public perceptions. The research results show that the US digital propaganda campaign not only serves to support the country's foreign policy, but also to build a positive image of military intervention and support for opposition groups in Syria. This research found that there was a significant shift in public perception triggered by information spread through social media, where many users were exposed to narratives that tended to support US interests. Thus, this study highlights the importance of understanding the role of digital media in modern conflicts and its implications for foreign policy and social dynamics..*

Keywords: *Digital Propaganda Campaign, Public Perception, Syrian Conflict, Social Media*

Abstrak: Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial dan platform digital menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi, termasuk propaganda politik. Dalam konteks perang yang berkepanjangan dan kompleksitas geopolitik, propaganda digital telah menjadi alat penting dalam membentuk opini publik dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap aktor-aktor yang terlibat dalam konflik. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisis konten media sosial, berita online, dan platform digital lainnya untuk mengidentifikasi tema-tema utama dalam narasi yang disampaikan oleh pemerintah AS dan dampaknya terhadap persepsi publik domestik dan internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye propaganda digital AS tidak hanya berfungsi untuk mendukung kebijakan luar negeri negara tersebut, tetapi juga untuk membangun citra positif tentang intervensi militer dan dukungan terhadap kelompok-kelompok oposisi di Suriah. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pergeseran signifikan dalam persepsi publik yang dipicu oleh informasi yang disebarluaskan melalui media sosial, di mana banyak pengguna terpapar pada narasi yang cenderung mendukung kepentingan AS. Dengan demikian, studi ini menyoroti pentingnya memahami peran media digital dalam konflik modern serta implikasinya terhadap kebijakan luar negeri dan dinamika sosial.

Kata kunci: Kampanye Propaganda Digital, Persepsi Publik, Konflik Suriah, Media Sosial

1. LATAR BELAKANG

Konflik Suriah yang dimulai pada 2011 telah mengundang perhatian global dan menjadi pusat perdebatan inter. Selama bertahun-tahun, berbagai pihak terlibat dalam konflik ini, baik dalam bentuk dukungan langsung maupun tidak langsung. Konflik Suriah yang dimulai pada tahun 2011 terus berlanjut hingga periode 2020-2024, meskipun dengan intensitas yang lebih rendah dibandingkan tahun-tahun awal. Perang saudara melibatkan

berbagai pihak termasuk pemerintah Suriah pimpinan Bashar al-Assad, kelompok oposisi, kelompok jihadis, dan kekuatan asing. Konflik telah menewaskan ratusan ribu orang dan mengakibatkan jutaan pengungsi. Pada 2020-2024, pemerintah Suriah telah merebut kembali sebagian besar wilayah, namun beberapa daerah masih dikuasai kelompok oposisi dan Kurdi (Gama Prabowo, 2020).

Selama tahun 2020 hingga 2024, Amerika Serikat tetap memainkan peran penting dalam mempengaruhi dinamika konflik Suriah melalui kebijakan luar negeri dan kampanye propaganda digital. Propaganda digital adalah upaya terorganisir menggunakan media sosial, platform berita, dan teknologi digital lainnya untuk memanipulasi atau membentuk opini publik dengan tujuan tertentu. Dalam konteks Suriah, kampanye ini digunakan oleh AS untuk membentuk narasi yang mendukung kebijakan luar negeri mereka, menekan pemerintah Bashar al-Assad, serta mengkriminalisasi peran Rusia dan Iran dalam konflik.

Pada periode 2020-2024, konflik Suriah memasuki fase yang lebih kompleks dengan adanya intervensi militer oleh Rusia dan Iran yang mendukung pemerintah Suriah, sementara AS dan sekutunya mendukung kelompok oposisi dan Kurdi. Pada masa ini, AS juga mengintensifkan pengaruhnya melalui berbagai saluran media digital dan media sosial, baik secara langsung maupun tidak langsung. Beberapa elemen utama dari kampanye propaganda AS yang terjadi pada periode ini mencakup framing isu kemanusiaan, yaitu peningkatan penekanan pada pelanggaran hak asasi manusia oleh rezim Assad, serta dampak konflik terhadap populasi sipil, termasuk serangan kimia yang dikaitkan dengan pemerintah Suriah. Lalu peran Rusia dan Iran menekankan keterlibatan Rusia dan Iran sebagai aktor yang memperburuk situasi di Suriah, baik dari segi militer maupun diplomatik (Palembang, 2019).

Adapun dukungan untuk kelompok oposisi yaitu penekanan pada kebutuhan untuk mendukung kelompok oposisi moderat Suriah dan kurdi sebagai upaya untuk menggulingkan rezim Assad. Selain itu, fokus terkait penggunaan media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, dan *Youtube* untuk mendistribusikan narasi yang mendukung kebijakan AS di Suriah. Amerika Serikat terlibat dalam konflik Suriah dengan mendukung kelompok oposisi dan melawan ISIS. Kampanye propaganda digital AS kemungkinan bertujuan untuk membangun dukungan publik terhadap kebijakan AS di Suriah, mempromosikan narasi AS terkait konflik dan menyudutkan pemerintah Suriah, mempengaruhi opini publik global dan domestik terkait intervensi AS (Mustofa, 2021).

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kampanye propaganda digital yang dilakukan oleh Amerika Serikat memberikan pengaruh terhadap persepsi publik mengenai konflik Suriah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi narasi yang dibangun oleh propaganda digital AS, menganalisis pengaruh narasi tersebut terhadap publik, dan meneliti peran media sosial dalam penyebaran informasi dan propaganda. Penelitian ini relevan untuk memahami dinamika terbaru dalam konflik Suriah dan dampak komunikasi digital terhadap opini publik.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pembuat kebijakan untuk merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menghadapi propaganda digital, terutama dalam konteks konflik antar negara. Penelitian ini dapat berkontribusi pada program pendidikan literasi media, membantu publik memahami cara kerja propaganda digital dan meningkatkan kemampuan kritis mereka dalam menganalisis informasi yang diterima. Ini sangat penting di era di mana berita palsu dan disinformasi menyebar dengan cepat melalui media sosial.

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang teori propaganda dengan memberikan wawasan baru mengenai teknik-teknik yang digunakan dalam kampanye digital, serta efeknya terhadap persepsi publik. Ini termasuk analisis tentang bagaimana media sosial menciptakan ruang gema yang memperkuat bias dan polarisasi opini. Penelitian ini juga berpotensi menggabungkan berbagai disiplin ilmu, seperti komunikasi, psikologi, dan ilmu politik, untuk memahami lebih dalam tentang dinamika antara propaganda digital dan perilaku publik. Ini dapat membuka jalan bagi penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi hubungan antara media, kekuasaan, dan persepsi publik.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan model analisis baru dalam studi komunikasi politik, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial sebagai alat propaganda. Ini akan membantu peneliti lain dalam melakukan studi serupa di masa depan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kampanye propaganda digital telah berkembang pesat seiring dengan munculnya platform digital dan media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi secara masif dan cepat. Secara teoritis, propaganda digital dapat dipahami sebagai upaya untuk memanipulasi persepsi publik melalui penyebaran informasi yang bias atau terdistorsi.

Salah satu teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan fenomena ini adalah teori agenda-setting (Adhimurti Citra Amalia S.Ant, 2020) yang menunjukkan bagaimana media (termasuk media digital) dapat menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh publik. Dalam konteks ini, Amerika Serikat, sebagai kekuatan besar, menggunakan platform digital untuk memengaruhi opini publik global, termasuk publik domestik, dalam hal persepsi terhadap konflik Suriah.

Adapun teori framing yang menjelaskan bagaimana media membingkai informasi untuk mempengaruhi persepsi publik. Dikutip dari jurnal (Megayati, 2022) Robert N. Entman mengemukakan bahwa framing melibatkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas, sehingga memengaruhi cara publik memahami isu. Dalam konteks konflik Suriah, analisis framing dapat digunakan untuk melihat bagaimana narasi yang dibangun oleh media dan entitas propaganda mempengaruhi pandangan publik terhadap berbagai aktor dalam konflik tersebut. Teori Konstruktivisme Sosial, teori ini menekankan bahwa realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan komunikasi. Dalam konteks kampanye propaganda digital, informasi yang disebar tidak hanya mencerminkan realitas tetapi juga membentuk persepsi dan opini publik tentang konflik Suriah.

"The role of digital propaganda in shaping perceptions of foreign conflicts" (Latuheru, 2024) yang menyoroti bagaimana kampanye digital dipakai oleh negara-negara besar untuk menciptakan persepsi yang mendukung kebijakan luar negeri mereka. Kampanye-kampanye ini seringkali menggunakan informasi yang berfokus pada citra atau narasi yang bersifat menyudutkan pihak lawan, seperti penggunaan foto atau video yang menampilkan kekerasan di Suriah untuk memicu simpati terhadap rakyat Suriah, sekaligus menciptakan citra negatif terhadap pemerintah Assad dan sekutunya.

"The Impact of Media on Public Opinion Regarding the Syrian Conflict" dalam (Na, 2019) mengungkapkan bahwa narasi yang dibentuk oleh media AS secara signifikan memengaruhi bagaimana publik di negara-negara Barat, terutama AS, melihat pihak-pihak yang terlibat dalam konflik tersebut. Mereka yang terpapar lebih banyak informasi melalui saluran media yang pro-pemerintah atau yang menyajikan berita selektif cenderung memiliki pandangan yang lebih kritis terhadap kebijakan Assad dan lebih mendukung keterlibatan AS dalam konflik.

Studi lebih lanjut, seperti *"Social Media and Public Opinion during the Syrian Civil War"* (Ahmad, 2018) menunjukkan bahwa media sosial juga mempengaruhi persepsi publik mengenai konflik Suriah, di mana banyak narasi yang bersifat "pro-aktivis" atau "anti-pemerintah" yang tersebar luas. Ini menunjukkan bahwa meskipun media mainstream

memainkan peran penting, media sosial memberikan ruang bagi kelompok-kelompok tertentu untuk menyebarkan narasi yang bisa mendukung agenda politik tertentu, baik yang mendukung atau menentang kebijakan AS di Suriah.

Penelitian "*America's Propaganda Machine*" oleh (Muhammad Khanafi, 2017) membahas bagaimana Amerika menggunakan alat-alat media, baik konvensional maupun digital, untuk membentuk narasi yang mendukung intervensi militer mereka atau kebijakan diplomatik. Dalam hal Suriah, kampanye ini berfokus pada menggambarkan Presiden Bashar al-Assad sebagai pelanggar hak asasi manusia yang brutal dan tidak layak memimpin negara. Selain itu, propaganda digital ini juga berusaha membentuk citra positif tentang kelompok oposisi yang didukung oleh AS, meskipun seringkali terdapat kompleksitas terkait dengan berbagai kelompok yang berperang di Suriah. Misalnya, video atau gambar yang menggambarkan kekejaman Assad sering dibagikan secara luas di media sosial untuk meningkatkan kesadaran global tentang situasi kemanusiaan di Suriah.

Penelitian "*Digital Diplomacy and US Foreign Policy*" oleh Carola Frey (Frey, 2024) mengkaji bagaimana AS menggunakan media sosial dan platform digital untuk diplomasi inter. Di sini, AS memanfaatkan platform seperti *Twitter* dan *Facebook* untuk menjangkau audiens inter, membentuk opini yang mendukung kebijakan mereka di Suriah, dan merespons kritik dengan narasi yang mendukung intervensi atau sanksi inter terhadap pemerintah Suriah.

Dengan menggunakan teori-teori dan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana kampanye propaganda digital AS mempengaruhi persepsi publik terhadap konflik Suriah. Analisis ini diharapkan dapat mengungkap dinamika komunikasi yang kompleks antara media, propaganda, dan opini publik dalam konteks geopolitik yang lebih luas.

3. METODE PENELITIAN

Media sosial dan platform digital telah menjadi sarana utama dalam menyebarkan pesan-pesan politik, termasuk kampanye propaganda terkait konflik inter. Dalam konteks konflik Suriah, AS melalui berbagai akun media sosial, baik yang dikelola oleh pemerintah maupun oleh pihak-pihak yang mendukung kebijakan luar negeri AS, berperan aktif dalam membentuk persepsi publik.

Hashtags seperti *#StandWithSyria*, *#FreeSyria*, atau *#AssadRegimeMustGo* menjadi salah satu alat untuk menyebarkan narasi tertentu. Video, gambar, atau artikel yang diposting oleh aktor politik AS dapat dianalisis untuk melihat teknik-teknik komunikasi

yang digunakan untuk mempengaruhi opini publik, baik di dalam negeri AS maupun di negara-negara lain. Anda bisa mengidentifikasi apakah ada perbedaan dalam cara kampanye ini diterima di berbagai negara berdasarkan konten yang diproduksi.

Media massa di AS memiliki peran sentral dalam membentuk opini publik domestik terkait kebijakan luar negeri dan perang. Dalam konteks konflik Suriah, media AS, baik yang mendukung kebijakan pemerintah maupun yang kritis, sangat aktif dalam mengulas peristiwa-peristiwa yang terjadi.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan kajian literatur yang bersifat kualitatif dengan analisis deskriptif, yang dikutip dari (DQLab, 2022) yaitu memanfaatkan data sekunder yang tersedia dari sumber seperti lembaga pemerintah, organisasi inter, atau penelitian sebelumnya untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai jenis konten digital yang disebarakan melalui platform media sosial dan media massa, seperti *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*, dan artikel berita. Analisis ini juga dapat meliputi analisis visual (gambar dan video) yang digunakan dalam kampanye propaganda dan melihat bagaimana pesan tersebut membingkai peristiwa-peristiwa tertentu (misalnya, penggunaan senjata kimia, peran AS di Suriah, atau intervensi militer).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Kampanye Propaganda Digital AS

Selama periode 2020 hingga 2024, Amerika Serikat menggunakan berbagai bentuk propaganda digital terkait konflik Suriah, terutama berfokus pada pembentukan persepsi publik dan legitimasi tindakan kebijakan luar negerinya. Salah satu pendekatan yang menonjol adalah melalui platform media sosial, di mana narasi disusun secara strategis untuk menekankan nilai-nilai demokrasi dan kemanusiaan Amerika (Muhammad Khanafi, 2017). Taktik ini bertujuan untuk menangkai penggambaran negatif keterlibatan AS di Suriah sekaligus mendiskreditkan narasi lawan yang menggambarkan tindakan Amerika sebagai imperialistik atau merugikan stabilitas regional.

Selain itu, media visual memainkan peran penting dalam kampanye digital ini. Penggunaan infografis dan klip video pendek berfungsi sebagai alat untuk menyebarluaskan informasi tentang operasi militer AS melawan ISIS dan kelompok ekstremis lainnya di Suriah. Dengan membingkai operasi ini dalam narasi pembebasan dan perlindungan hak asasi manusia, AS berupaya untuk mendapatkan dukungan baik di dalam negeri maupun inter.

Kerangka strategis ini sejalan dengan teori-teori tentang diplomasi publik yang menunjukkan bahwa pemerintah sering menggunakan teknik komunikasi persuasif untuk mengelola citra inter mereka selama konflik. Adapun integrasi influencer dan jurnalis warga ke dalam kampanye-kampanye ini semakin menggambarkan evolusi strategi propaganda digital. Dengan memanfaatkan individu-individu dengan pengikut daring yang substansial, AS secara efektif menjangkau audiens yang lebih muda yang mungkin lebih skeptis terhadap media tradisional. Metode ini tidak hanya memperluas jangkauan tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan narasi yang lebih menguntungkan seputar keterlibatan Amerika di Suriah di tengah kritik yang terus berlanjut (Helmus, 2020).

a. Framing dalam Kampanye Propaganda Digital AS

Sebagian besar konten digital yang diproduksi oleh aktor-aktor terkait di membingkai pemerintah Suriah, khususnya Presiden Bashar al-Assad, sebagai tiran yang menindas rakyatnya dengan menggunakan kekuatan militer secara brutal. Kampanye ini menyoroti penggunaan senjata kimia sebagai bukti dari kekejaman rezim Assad.

b. Platform yang Digunakan

Twitter dan *Facebook* menjadi platform yang paling banyak digunakan dalam menyebarkan propaganda ini. Di *Twitter*, penggunaan *hashtag* seperti *#StandWithSyria* dan *#AssadMustGo* sangat dominan, yang mempermudah penyebaran narasi tertentu. Di *Facebook*, kampanye ini lebih sering berbentuk artikel panjang atau video dokumenter yang menggugah emosi publik.

Youtube juga digunakan untuk mendistribusikan video-video propaganda yang menunjukkan kekejaman perang dan penindasan oleh pemerintah Suriah, serta menyebarkan pesan-pesan politik terkait kebijakan luar negeri AS. Konten-konten yang disebarkan oleh pemerintah AS dan kelompok pendukung kebijakan AS juga sering kali menekankan narasi bahwa intervensi AS di Suriah merupakan bagian dari upaya global melawan terorisme, khususnya dalam membasmi kelompok-kelompok seperti ISIS. Framing ini bertujuan untuk mendapatkan legitimasi moral dan inter bagi kebijakan AS di Suriah.

Beberapa konten digital juga menonjolkan dimensi hak asasi manusia, dengan menyoroti penderitaan warga sipil Suriah yang menjadi korban dalam konflik tersebut, terutama di bawah pemerintahan Assad. Media sosial dan artikel-artikel sering mengangkat isu pelanggaran hak asasi manusia, seperti pembunuhan massal dan serangan terhadap rumah sakit serta infrastruktur sipil.

Dampak Kampanye Propaganda Digital AS terhadap Persepsi Publik

Dampak kampanye propaganda digital, khususnya yang berasal dari Amerika Serikat, terhadap persepsi tentang konflik Suriah merupakan fenomena yang kompleks. Propaganda digital memanfaatkan berbagai platform untuk menyebarkan narasi yang disesuaikan yang memengaruhi opini publik.

Dalam konteks konflik Suriah, kampanye ini sering kali menggambarkan aktor dan peristiwa tertentu dengan cara yang sejalan dengan kepentingan geopolitik AS, sehingga membentuk cara warga memandang konflik itu sendiri dan implikasinya yang lebih luas (Felix I oyosoro). Manipulasi ini dapat menyebabkan pandangan yang terpolarisasi di antara berbagai segmen publik, menciptakan lingkungan tempat berkembangnya misinformasi.

Selain itu, media sosial berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk menyebarkan informasi dan melawan narasi yang dominan. Penelitian telah menunjukkan bahwa individu semakin bergantung pada media sosial untuk konsumsi berita. Dengan demikian, pembingkaihan yang digunakan oleh propaganda digital dapat secara signifikan memengaruhi pemahaman mereka tentang isu-isu kompleks seperti konflik Suriah.

Peran Media Sosial dalam Menyebarkan propaganda digital AS

Media sosial telah memainkan peran yang signifikan dalam menyebarkan propaganda digital, termasuk dalam konteks konflik Suriah. Sebagai platform komunikasi yang cepat dan luas, media sosial memungkinkan berbagai pihak untuk menyampaikan narasi mereka secara langsung kepada audiens global. Dalam hal ini, aktor negara dan non-negara menggunakan media sosial untuk membentuk opini publik mengenai konflik tersebut, sering kali dengan tujuan mendiskreditkan lawan atau menggalang dukungan inter (The Syrian Uprising: What Role Did Social Media Play?, 2017).

Salah satu aspek penting dari penyebaran propaganda di media sosial adalah framing informasi. Framing merujuk pada cara informasi disajikan untuk memengaruhi cara pemahaman audiens terhadap suatu isu. Dalam konteks konflik Suriah, aktor-aktor tertentu dapat memilih elemen tertentu dari sebuah narasi sambil mengabaikan atau mengecilkan elemen lain untuk menciptakan pandangan yang diinginkan (Keen, 2019). Misalnya, propaganda yang menyoroti tindakan kekerasan oleh kelompok tertentu dapat digunakan untuk menggambarkan mereka sebagai teroris tanpa mempertimbangkan konteks yang lebih luas.

Selain itu, media sosial juga menyediakan ruang bagi penyebaran hoaks dan informasi palsu. Ketidakkuratan informasi ini sering kali dimanfaatkan oleh pihak-pihak

dengan agenda tertentu untuk memperkuat posisi mereka dalam konflik Suriah. Oleh karena itu, penting bagi pengguna media sosial untuk kritis terhadap informasi yang diterima dan selalu melakukan verifikasi sebelum membagikannya lebih lanjut.

a. Peran Media Sosial dalam Membentuk Persepsi Publik

Salah satu alasan mengapa media sosial sangat efektif dalam membentuk persepsi adalah karena kemampuan platform ini untuk mengaktifkan respons emosional pada audiens. Konten yang disebar di media sosial sering kali memanfaatkan emosi seperti kemarahan, kesedihan, dan rasa empati. Ini dapat sangat memengaruhi cara orang memandang suatu isu (Ausat, 2023).

Dalam kasus Suriah, video atau gambar yang menunjukkan penderitaan rakyat akibat perang atau serangan senjata kimia cenderung membangkitkan empati yang kuat, mendorong orang untuk mengambil sikap pro-intervensi atau mendukung kebijakan inter terhadap Suriah.

Video, gambar, dan infografik sering digunakan dalam kampanye digital karena media visual lebih mudah dicerna dan lebih mengesankan secara emosional. Misalnya, gambar-gambar anak-anak yang terluka akibat perang atau serangan senjata kimia sering digunakan untuk menggugah perasaan simpati kepada korban dan untuk mendiskreditkan pemerintah Suriah dan sekutunya.

Narasi yang dibangun sering kali dirancang untuk menumbuhkan perasaan kuat tentang keadilan atau ketidakadilan. Misalnya, narasi yang menggambarkan rakyat Suriah yang tidak bersalah sebagai korban dari kebijakan kejam rezim Assad dapat mengarahkan opini publik untuk mendukung kebijakan inter yang lebih keras terhadap pemerintah Suriah.

Respon Publik terhadap Kampanye Propaganda Digital AS

Publik memiliki beragam respons terhadap kampanye propaganda digital yang diluncurkan oleh AS, terutama yang berfokus pada konflik Suriah antara tahun 2020 hingga 2024. Respon ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tingkat paparan terhadap informasi, orientasi politik, serta pemahaman terhadap situasi internasional.

Sebagian publik merespons positif kampanye propaganda digital AS terkait konflik Suriah, terutama dalam konteks pemberantasan terorisme dan perlindungan hak asasi manusia. Beberapa kelompok publik yang terpapar kampanye digital AS cenderung melihat intervensi AS sebagai bagian dari upaya global untuk mengalahkan terorisme dan kelompok ekstremis seperti ISIS. Kampanye yang menekankan perjuangan AS melawan

kelompok teroris ini mendapatkan dukungan dari mereka yang menganggap bahwa terorisme adalah ancaman global yang harus diperangi.

Narasi yang menyoroti penderitaan warga sipil Suriah, terutama anak-anak dan keluarga yang menjadi korban serangan militer, menumbuhkan rasa empati yang kuat di kalangan publik. Konten-konten digital yang memperlihatkan korban perang sering kali memicu solidaritas terhadap rakyat Suriah dan meningkatkan kesadaran tentang kondisi mereka. Beberapa responden dalam survei mengaku merasa bahwa AS berusaha untuk membantu rakyat Suriah yang tertindas oleh rezim Assad (Na, 2019).

Namun, tidak sedikit pula publik yang memberikan respons negatif terhadap kampanye propaganda digital AS, terutama karena keraguan terhadap motif politik AS dan dampak dari intervensi militer tersebut. Sebagian kelompok lebih skeptis terhadap motif tersembunyi di balik intervensi AS. Mereka beranggapan bahwa kebijakan luar negeri AS lebih didorong oleh kepentingan geopolitik dan ekonomi, seperti kontrol terhadap sumber daya alam di Timur Tengah atau memperkuat posisi politiknya di kawasan tersebut. Pandangan ini didorong oleh narasi yang menyebutkan bahwa AS hanya berpura-pura peduli pada rakyat Suriah, namun tujuannya lebih kepada memperluas pengaruhnya di kawasan tersebut, yang melibatkan minyak dan posisi strategis Suriah.

Banyak kelompok publik terutama di sosial media yang lebih kritis terhadap kebijakan luar negeri AS, beranggapan bahwa intervensi militer AS tidak pernah menghasilkan perdamaian, melainkan justru menyebabkan kerusakan lebih lanjut di negara-negara yang terlibat. Mereka mencatat contoh-contoh sebelumnya, seperti invasi Irak dan Afganistan, di mana kebijakan AS sering berujung pada ketidakstabilan jangka panjang. Mereka cenderung melihat bahwa intervensi AS di Suriah hanya akan memperburuk kondisi dan menguntungkan pihak-pihak tertentu, terutama perusahaan-perusahaan senjata dan industri militer.

Publik ini juga mungkin kurang memahami dampak jangka panjang dari intervensi AS, seperti perpecahan sosial, perang saudara, atau kerusakan ekonomi yang disebabkan oleh invasi dan intervensi asing. Meskipun mereka dapat merasakan empati terhadap rakyat Suriah, mereka sering kali merasa bingung dengan bagaimana kebijakan inter, khususnya AS, dapat membawa solusi yang lebih baik bagi konflik tersebut.

Di media sosial, respon publik terhadap kampanye propaganda digital AS sering kali mencerminkan polarisasi opini yang semakin tajam. Media sosial, sebagai ruang interaksi publik, sering kali memperburuk perbedaan pendapat antara mereka yang mendukung kebijakan AS dan yang menentangnya.

Terjadi banyak perdebatan dan diskusi polarizing yang melibatkan pengguna media sosial dengan pandangan politik yang berbeda. Mereka yang mendukung intervensi AS sering kali berargumen bahwa dunia inter tidak bisa diam melihat kekejaman yang terjadi di Suriah, sementara mereka yang menentang kebijakan tersebut menilai bahwa intervensi AS justru berbahaya dan merugikan rakyat Suriah.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan atau Penolakan Publik terhadap Propaganda Digital AS

Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan atau penolakan publik terhadap propaganda digital Amerika Serikat mengenai konflik Suriah sangat kompleks dan beragam. Pertama, latar belakang politik dan ideologis individu memainkan peran penting dalam cara mereka menanggapi informasi yang disampaikan. Individu dengan pandangan politik tertentu mungkin lebih cenderung menerima narasi yang sejalan dengan keyakinan mereka, sementara mereka yang memiliki pandangan berbeda cenderung menolak informasi tersebut. Selain itu, pengalaman pribadi dan pemahaman tentang konflik Suriah juga dapat memengaruhi sikap publik terhadap propaganda digital ini.

Kedua, media sosial sebagai platform penyebaran informasi memiliki dampak signifikan dalam membentuk opini publik. Melalui analisis framing, kita dapat melihat bagaimana pesan-pesan tertentu dikonstruksi untuk mempengaruhi audiens. Misalnya, penggunaan bahasa agama atau simbol-simbol budaya dalam konten dapat menarik perhatian kelompok tertentu dan meningkatkan penerimaan pesan. Di sisi lain, jika propaganda dianggap tidak autentik atau manipulatif, hal ini justru akan mengarah pada penolakan dari publik.

Ketiga, kepercayaan terhadap sumber informasi juga menjadi faktor kunci dalam menentukan respons publik. Jika publik merasa bahwa sumber berita tersebut kredibel dan terpercaya, mereka akan lebih cenderung untuk menerima pesan yang disampaikan. Sebaliknya, ketidakpercayaan terhadap media atau pemerintah bisa menyebabkan skeptisisme dan penolakan terhadap propaganda digital. Dengan demikian, memahami faktor-faktor ini adalah penting untuk mengevaluasi efektivitas propaganda digital terkait konflik Suriah (Ahmad, 2018).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian mengenai dampak kampanye propaganda digital AS terhadap persepsi publik dengan studi kasus pada konflik Suriah tahun 2020-2024, dapat disimpulkan bahwa kampanye propaganda digital yang dilakukan oleh Amerika Serikat

memiliki dampak signifikan terhadap pembentukan persepsi publik, baik di dalam negeri AS maupun di luar negeri. Kampanye ini memanfaatkan berbagai platform media sosial, situs web, dan kanal digital lainnya untuk mempengaruhi opini publik terkait dengan kebijakan AS di Suriah, serta untuk membentuk narasi yang mendukung kepentingan politik dan militer AS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye propaganda digital ini mampu mengubah pandangan masyarakat, terutama dalam hal bagaimana publik menilai intervensi AS di Suriah. Kampanye propaganda digital berhasil meningkatkan dukungan terhadap kebijakan AS, terutama di kalangan audiens yang sudah memiliki kecenderungan politik sejalan dengan pemerintah AS. Informasi yang disajikan secara selektif dan dalam bentuk yang mudah dipahami membuat sebagian besar masyarakat merasa lebih mendukung tindakan AS di Suriah.

Di luar AS, kampanye ini juga menimbulkan reaksi kritis dari sejumlah negara dan kelompok masyarakat yang merasa terpapar pada informasi yang dianggap manipulatif dan bias. Beberapa pihak mengkritik bagaimana propaganda ini menggambarkan Suriah dan aktor-aktor lainnya dalam konflik, yang dianggap merugikan citra negara-negara tertentu serta menyesatkan opini publik global.

Untuk mengurangi dampak negatif dari kampanye propaganda digital, penting bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi media mereka tentang cara memverifikasi informasi dan mengenali propaganda dapat membantu publik untuk lebih kritis dalam menyaring informasi yang diterima melalui platform digital.

Pemerintah dan organisasi internasional perlu bekerja sama untuk melakukan pengawasan terhadap penyebaran propaganda di media sosial dan platform digital lainnya. Pembatasan dan regulasi terhadap informasi yang dapat menyebabkan distorsi dalam persepsi publik sangat penting untuk menjaga objektivitas dalam menyampaikan berita.

Pihak berwenang, baik di AS maupun di negara lain, perlu lebih transparan dalam memberikan informasi kepada publik terkait kebijakan luar negeri, terutama dalam konteks konflik internasional. Penjelasan yang jelas dan akurat mengenai tujuan serta dampak dari kebijakan tersebut dapat mengurangi potensi disinformasi.

Penelitian lebih lanjut mengenai dampak kampanye propaganda digital di wilayah lainnya, terutama yang melibatkan aktor negara besar, dapat memberikan wawasan lebih dalam tentang strategi komunikasi politik global dan bagaimana media digital berperan dalam membentuk pandangan masyarakat internasional.

DAFTAR REFERENSI

- Adhimurti Citra Amalia, S.Ant. (2020). *Teori Agenda Setting dan Framing dalam Media Relations*. Retrieved from Public Relations Binus University: <https://binus.ac.id/malang/2020/04/teori-agenda-setting-dan-framing-dalam-media-relations/>
- Ahmad, A. R. (2018). The role of social media in the “Syrian uprising.” *Journal of Economic Development Environment and People*, 7(4), 38–45.
- Ausat, A. M. (2023). The role of social media in shaping public opinion and its influence on economic decisions. *Jurnal Literasi Sains Nusantara*, 5(1), 37–44.
- DQLab. (2022, August 23). *Mengenal komponen teknik analisis data deskriptif kualitatif*. Retrieved from DQLab: <https://dqlab.id/mengenal-komponen-teknik-analisis-data-deskriptif-kualitatif>
- Felix I. Oyosoro, E. H. (n.d.). *Key actors and geopolitical intrigues*. Retrieved from OSF IO: <https://osf.io/ew9au/download/?format=pdf>
- Frey, C. (2024). Digital diplomacy: The impact of technology on modern diplomacy and foreign policy. *Current Realities and Future Prospects, Romanian Journal of European Affairs*, 24(2), 110–115.
- Gama Prabowo, S. G. (2020, December 2). *Sejarah terjadinya konflik di Suriah*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/02/143230769/sejarah-terjadinya-konflik-di-suriah>
- Helmus, T. C. (2020, November 4). Strategic assessment 2020. Retrieved from National Defense University Press: <https://ndupress.ndu.edu/Media/News/News-Article-View/Article/2404329/7-social-media-and-influence-operations-technologies-implications-for-great-pow/>
- Keen, D. (2019). *Syria: Playing into their hands*. Retrieved from Saferworld: <https://www.saferworld-global.org/downloads/syria-playing-into-their-hands.pdf>
- Latuheru, R. (2024). The role of social media algorithms in shaping and conflict resolution. *Jurnal Digital Media Communication*, 3(1), 21–24.
- Megayati. (2022). *Analisis framing*. Retrieved from Universitas Baturaja: <http://repository.unbara.ac.id/id/eprint/1463/3/BAB%20I.pdf>
- Muhammad Khanafi, M. S. (2017). American propaganda machine: Critical discourse analysis. *STKIP PGRI Jombang*, 8(2), 1918–1926.
- Mustofa, A. Z. (2021). Keterlibatan Amerika Serikat dan Iran dalam konflik di Suriah. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, 8(2), 194–197.
- Na, Z. (2019). Syrians during the Syrian crisis. *JSTOR*, 9(3), 329–334.

Palembang, U. R. (2019). *BAB 1*. Retrieved from Repository UIN Raden Fatah:
<https://repository.radenfatah.ac.id/17524/1/BAB%20I%20fix.pdf>

The Syrian uprising: What role did social media play? (2017, June). Retrieved from The Caravan: <https://www.hoover.org/research/combo>