

PROPAGANDA ALIANSI MAHASISWA PAPUA (AMP) MELALUI MEDIA SOSIAL PADA KERUSUHAN DEMONSTRASI ANTI RASIS TAHUN 2019

Firman Widya Pranata¹, Arry Bainus², Ari Ganjar Herdiansah³

¹ Studi Keamanan, Universitas Padjadjaran, Bandung

² Hubungan Internasional, Universitas Padjadjaran, Bandung

³ Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran, Bandung

Email korespondensi: ari.ganjar@unpad.ac.id

ABSTRAK

Tahun 2019 menjadi tahun yang cukup menegangkan bagi bangsa dan negara Indonesia, dipenghujung tahun 2019 tepatnya pada rentang bulan agustus sampai dengan Desember terjadi kerusuhan secara sistematis tentang unjuk rasa antirasisme Papua, demonstrasi dan kerusuhan terjadi di berbagai kota di Indonesia seperti Surabaya, Malang, Jakarta, Bogor, bahkan demonstrasi di Papua disertai dengan kerusuhan seperti pembakaran gedung, fasilitas umum, dan lain sebagainya. Rangkain demonstrasi merupakan Aksi ini menjadi respons masyarakat Papua terhadap tindakan rasisme yang menimpa mahasiswa asal Papua di Malang dan Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Strategi Propaganda Aliansi Mahasiswa Papua (AMP) Melalui Media Facebook Tahun 2019. Adapun Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis konten. Hasil penelitian ini menyimpulkan Pertama, AMP memberikan signal dukungan gerakan separatis, teroris Papua melalui gerakan demonstrasi dengan menggunakan simbol-simbol Papua merdeka (bendera bintang kejora). Selain itu pusat komunikasi AMP terintegrasi dengan kelompok kepentingan elit pro-demokrasi Papua secara masif, hal ini dapat dilihat terjadi proses pembiaran gerakan AMP di setiap kota, sebagai contoh Asrama mahasiswa Papua dibiayai oleh anggaran daerah namun pada prakteknya asrama tersebut dijadikan sebagai sentral pergerakan Papua merdeka. Kontrol dari Pemerintah daerah Papua yang berkerja sama dengan Pemerintah daerah setempat serta pihak Universitas/ Kampus tempat mahasiswa Papua belajar harus benar-benar dilakukan sehingga mencegah Gerakan Pro-demokrasi Papua Merdeka. Kedua, strategi propaganda AMP cukup sistematis dan terorganisir, mereka memanfaatkan jaringan mediasosial untuk menyebarkan dan mengkampanyekan framing tentang kegagalan otonomi khusus Papua dengan tujuan akhir adalah cipta opini dan cipta kondisi, sehingga bisa mendapatkan simpatik masyarakat baik itu dari dalam negeri maupun luar negeri.

Kata Kunci: Strategi, Propaganda, AMP, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Tahun 2019 menjadi tahun yang cukup menegangkan bagi bangsa dan negara Indonesia, dipenghujung tahun 2019 tepatnya pada rentang bulan agustus sampai dengan Desember terjadi kerusuhan secara sistematis tentang unjuk rasa anti rasisme Papua, demonstrasi dan kerusuhan terjadi di berbagai kota di Indonesia seperti Surabaya, Malang, Jakarta, Bogor, bahkan demonstrasi di Papua disertai dengan kerusuhan seperti pembakaran gedung, fasilitas umum, dan lain sebagainya. Rangkain demonstrasi merupakan Aksi ini menjadi respons masyarakat Papua terhadap tindakan rasisme yang menimpa

mahasiswa asal Papua di Malang dan Surabaya (Tirto, 2019).

Aksi demonstrasi dan kerusuhan ini ditenggarai oleh beberapa aktivis muda Papua, salah satunya Aliansi Mahasiswa Papua (AMP). Pergerakan Aliansi Mahasiswa Papua telah menyuarakan permasalahan dalam temabesar hak asasi manusia, dan dalam tuntutan mereka meminta untuk memisahkan diri dari Indonesia. Organisasi ini awalnya dibentuk oleh mahasiswa Papua yang berkuliah di Yogyakarta dan kemudian secara sah didirikan 30 Mei 1998 di Jakarta. Aliansi Mahasiswa Papua berorientasi dalam memperjuangkan kemerdekaan Papua (Pamuji, 2018). Pokok pergerakannya sampai saat ini,

merekatelah melakukan pemetaan musuh bersama. Musuh bersama Aliansi Mahasiswa Papua oleh Douw (2018) dikatakan:

Kalau secara umum terutama soal aksi masa itu sendiri, boleh dibilang mulai tahun 1998 gerakan massa mulai bangkit di Indonesia, kawan-kawan mulai membentuk gerakan mahasiswa. Di sana metode perjuangan yang teman-teman dorong itu terutama aksi massa. Aksi-aksi dengan kekuatan mobilisasi massa.

Awal yang mendorong itu terutama kesadaran kawan-kawan untuk memetakan siapa musuh sebenarnya. Misalnya AMP telah petakan soal imperialisme, awal munculnya imperialisme, sampai mendorong kolonialisme dan juga militerisme yang telah bertahun-tahun telah menghisap rakyat Papua dan alam Papua. Pada dasarnya mereka menuntut pemerataan ekonomi dan penegakan keadilan di Papua, mereka berpendapat bahwa dengan memetakan musuh bersama dapat memberikan pemahaman secara komunal, khususnya kepada masyarakat Papua agar dapat memahami kebutuhan penting mereka selama ini. Masyarakat Papua memiliki kebutuhan khusus yakni demokrasi.

Kebutuhan demokrasi mengharuskan masyarakat Papua untuk hidup sejahtera dan bebas untuk memilih hak dalam hidupnya, namun selama ini demokrasi telah dibungkam (Griapon, 2018). Musuh bersama yang telah dipetakan oleh Aliansi Mahasiswa Papua, menyiratkan dua hal penting yang saling bertautan. Pertama, dampak kapitalisme kepada orang Papua dalam sejarah perkembangannya telah menghasilkan imperialisme. Struktur kapitalis yang dominan telah berakumulasi dengan kekuatan-kekuatan besar dan dilindungi oleh aparat keamanan untuk mengamankan kepentingan penguasa (Griapon, 2018). Kedua, dampak Kapitalisme, Imperialisme dan Militerisme di masa lalu dan sekarang telah menghilangkan Hak asasi manusia (HAM) Papua (Supriyono, 2014; Widjojo dkk, 2009 ; Rahab, 2006).

Perkembangan teknologi informasi juga memungkinkan kelompok separatis menyebarkan pesan-pesan propaganda secara masif dalam lingkup global tanpa dibatasi oleh batas-batas teritorial suatu negara. Kecanggihan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan suatu “dunia dalam genggaman”. Hal ini sejajar dengan apa yang diutarakan oleh Thomas L Friedman (2007) sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber manapun. Hal ini didukung

dengan kecanggihan teknologi informasi yang diwujudkan lewat media baru yang menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan dibuka, serta membuat dapat berinteraksi lebih mudah dengan orang lain tanpa terhalang jarak dan waktu.

Salah satu pemanfaatan *platform* digital yang paling banyak digunakan adalah *facebook* dan *twitter*. Aktivitas masyarakat di kedua media sosial tersebut terbilang masif. Tercatat facebook merupakan media sosial paling populer di dunia dengan jumlah 1.71 miliar pengguna aktif perbulannya dan twitter memiliki pengguna aktif sejumlah 313 juta perbulannya (www.statistika.com). Dari angka tersebut menunjukkan bahwa masyarakat dunia kini mulai terdigitalisasi dan platform sosial media dianggap mampu mengakomodir keterlibatan publik (College & Terrace, 2014). Perkembangan internet itu pun dimanfaatkan oleh AMP. Hal ini dibuktikan dengan beberapa akun *facebook* mereka di dunia maya (Tabel 1.1 Fanpage Facebook Aliansi Mahasiswa Papua), akun-akun tersebut mengandung konten dan pesan pergerakan revolusi tentang Papua Merdeka. Pergerakan mereka yang sering dianggap hanya melakukan upaya konvensional yakni perlawanan terhadap aparat keamanan, kini sudah beralih dengan menggunakan media sosial sebagai alatnya. Menyadari potensi pemanfaatan sosial media dalam memicu partisipasi global secara masif. AMP sebagai cabang dari haluan gerakan Papua Merdeka mulai melakukan upaya propaganda viral yang dilancarkan lewat internet. Gerakan Papua Merdeka ini tercatat memiliki beberapa platform digital, seperti website, facebook, twitter, dan youtube. Hal ini membuktikan bahwa AMP serius dalam membangun opini publik yang memiliki aktivitas di dunia maya lewat media sosial.

Dalam perjuangan AMP di sosial media, aktivitas gerakan tersebut diwujudkan dengan memberikan informasi yang berisi tentang perjuangan mereka dalam memperoleh kemerdekaan lewat informasi yang meyakinkan masyarakat dunia bahwa masyarakat Papua mengalami diskriminasi dan penindasan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia.

Di tiap platform digital yang memiliki gerakan ini, baik situs dan media sosial, semua ditampilkan dengan penggunaan bahasa Indonesia. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti memiliki asumsi dasar bahwa Aliansi Mahasiswa Papua (AMP) melakukan kampanye Papua merdeka melalui media propaganda di media Sosial *Facebook*. Adapun teori yang akan digunakan dalam menganalisis permasalahan penelitian ini adalah dengan teori propaganda, menurut Jacques Ellul (1965) mendefinisikan bahwa propaganda sebagai komunikasi yang digunakan oleh kelompok organisasi yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-tindakan suatu massa yang terdiri atas individu-individu, dipersatukan secara psikologis dan tergabungkan di dalam suatu kumpulan organisasi.

Dalam penulisan ini, peneliti telah merujuk beberapa penelitian terdahulu, beberapa peneliti terdahulu telah melakukan penelitian yang sama yakni Simanjuntak (2015), Pamuji (2018), Hutubessy (2019), Karlina (2020), Alfredo (2014), penelitian-penelitian tersebut membahas dari perspektif yang berbeda antara lain dari aspek ideologi, komunikasi, dan politik. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penulis akan meneliti masalah propaganda yang digunakan oleh AMP melalui media sosial *facebook*. Berdasarkan latar belakang tersebut maka, penelitian ini akan membahas tentang bagaimana propaganda AMP di media sosial *facebook* selama tahun 2019, adapun judul penelitian ini adalah "Propaganda Aliansi Mahasiswa Papua (Amp) Melalui Media Sosial Pada Kerusuhan Demonstrasi Anti Rasis Tahun 2019.

LANDASAN TEORI

Propaganda Gerakan Separatis

Menurut Changara (2009: 332) mengemukakan bahwa propaganda adalah usaha yang disengaja dan sistematis yang ditujukan untuk mencapai tanggapan yang lebih jauh sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh propagandi. Propaganda juga sering diartikan sebagai proses disseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi. Lebih lanjut, dalam literatur yang sama, Lasswell melihat propaganda membawa masyarakat dalam situasi kebingungan, ragu-ragu dan terpacu pada sesuatu yang licik yang tampaknya menipu dan menjatuhkan mereka.

Menurut Alfredo (2014, 94-96) dalam tulisannya mengemukakan bahwa secara umum,

propaganda adalah upaya sistematis untuk memanipulasi perilaku, keyakinan dan tindakan dari masyarakat melalui penggunaan simbol-simbol seperti katakata, gerakan anggota badan, slogan, bendera dan seragam. Ide, fakta dan "sandiwaras" diluncurkan untuk mendukung atau menentang sesuatu. Faktor yang membedakan antara propaganda dengan informasi adalah terletak pada pemilihan "tema" dan "pemanipulasian"-nya. Sehingga walaupun bentuknya berupa informasi, tapi propaganda itu sendiri penekanannya adalah untuk mempengaruhi opini (dan perilaku) dan bukan sekedar menginformasikan apa adanya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Menteri Propaganda Jerman Dr. Joseph Goebbels mengatakan bahwa propaganda tidak mengenal "aturan" dan "etika". Tujuannya ialah membelenggu rakyat dengan segala cara untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Propaganda melalui media Online, jika dikaitkan dengan ke-4 teori komunikasi yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dikatakan bahwa upaya propaganda separatis yang dilakukan melalui media online, merupakan cara yang ampuh karena sifatnya yang dapat menjangkau khalayak luas dalam waktu yang singkat, apalagi jika pesan yang dilemparkan kepada publik dikemas dengan baik, menggunakan isu trend tentang keresahan yang sedang terjadi di masyarakat, maka dapat dipastikan sebagian besar dari khalayak yang dapat menjangkau pesan itu akan terpengaruh, entah seberapa jauh pengaruhnya pada khalayak. Salah satu keunggulan dari penggunaan media online ini adalah bahwa sumber informasi yang mengirimkan pesan propaganda tersebut tidaklah harus seorang yang dianggap kompeten oleh khalayak sebagaimana yang kita pahami dalam proses pembentukan pendapat umum melalui media lainnya.

Model Propaganda

Dalam kajian propaganda, terdapat lima filter dari model propaganda Herman dan Chomsky, yakni;

1. *The size*

Dalam hal ini merujuk pada pemilik media, kesejahteraan owner dan orientasi keuntungan para pemilik media massa. Pemilik media memiliki peran sentral dalam konten

pemberitaan yang ingin disampaikan. Apa yang disampaikan ke publik selalu berkaitan dengan orientasi dan kepentingan pemilik.

2. Advertising

Media massa merupakan hal yang bisa dilepaskan dari industri. media massa pada praktiknya membutuhkan pengiklan sebagai sumber pemasukan utama untuk membiayai segala kebutuhan media massa tersebut.

3. Sourcing

Dalam tahapan filterisasi ini merujuk pada institusi elit dan para ahli yang memberikan kontribusi dengan memberikan informasi yang 'objektif' agar masyarakat mengira informasi tersebut objektif. Dengan kata lain media massa memerlukan sumber berita atau narasumber untuk meyakinkan bahwa berita tersebut aktual dan faktual. Narasumber tidak hanya berasal dari ahli atau elit semata, namun juga pihak yang mengetahui peristiwa tersebut serta sosok yang dianggap otoritatif dalam menjelaskan suatu peristiwa. Apabila suatu informasi tidak terdapat narasumber, masyarakat dapat berspekulasi bahwa pemberitaannya tersebut hanya sekedar rumor belaka. Narasumber berita penting dalam dua hal, yakni kredibilitas berita, semakin sulit narasumber diraih semakin prestise suatu berita. Kedua, media dapat dengan mudah mengklaim berita yang dihasilkan "objektif" (Herman and Chomsky, 2002).

4. Flak and Enforcers

Flak merupakan respon negatif pada program atau institusi media tersebut. respon tersebut bisa berupa komentar di media sosial, surat, petisi, telepon, gugatan hukum, dan bentuk bentuk protes lainnya. Flak bisa muncul secara sporadic dan juga formil dan terorganisir oleh korporasi atau pergerakan sosial yang ada di masyarakat.

5. Ideology

Filter ini dipahami sebagai ideologi yang berkontribusi dalam membantu melakukan mobilisasi dukungan publik dalam melawan pihak yang dianggap musuh bersama. Ideologi dan musuh bersama tersebut inilah yang menjadikan media dan pandangan khalayak dalam ke dalam satu persepsi yang sama. Dalam wawancara khusus dengan Andrew Mullen untuk memperingati 20 tahun dikeluarkannya model propaganda, Herman dan Chomsky mengatakan bahwa model propaganda model masih dapat digunakan dalam media baru, yakni website, media

online, dan media sosial. Sehingga propaganda model masih relevan dipakai dalam penelitian dengan objek media baru. Propaganda juga sering dikaitkan dengan agenda politik pihak tertentu yang bertujuan untuk menjatuhkan individu maupun kelompok dan berusaha menaikkan citra individu atau kelompok tertentu yang bertujuan agar tujuan politiknya tercapai. Hal ini bisa dianalogikan dimana dalam merebut hati rakyat, salah satu pihak menggunakan media massa untuk menebarkan isu negatif pihak yang dianggap menjadi lawan politiknya dan mempromosikan dirinya dan aktivitas politiknya. Dengan demikian pihak yang mempropagandakan dirinya mendapatkan simpati atau bahkan empati dari masyarakat.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Tylor (dalam Moleong, 2004: 4) mendefinisikan pendekatan kualitatif bahwa Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Peneliti memilih menggunakan pendekatan kualitatif karena sesuai dengan sifat masalah serta tujuan yang ingin diperoleh yakni berusaha memperoleh gambaran yang nyata tentang Strategi propaganda Aliansi Mahasiswa Papua (AMP) melalui Media Sosial Facebook Tahun 2019. Ada beberapa hal mengenai karakteristik dari pendekatan kualitatif (Moleong, 2004: 4) yaitu sebagai berikut:

Peneliti sebagai instrumen utama untuk mendatangi secara langsung sumber data;

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini lebih cenderung dalam bentuk kaidah dari pada angka-angka;

Menjelaskan bahwa hasil penelitian ini lebih menekankan kepada proses tidak semata-mata pada hasil; dan

Mengungkapkan makna sebagai hal esensial dari pendekatan kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika ditinjau dari teori propaganda, kampanye propaganda secara intens dapat mengatur opini publik sehingga apa yang ditampilkan merupakan representasi realitas yang ada. Di samping itu terdapat beberapa filter yang memengaruhi propaganda dapat diterima khalayak luas yang meliputi *The Size* (pemilik media), *advertising* (pengiklan atau sumber pemasukan), *Sourcing*, *Flak & Enforcers*, dan *Ideology*. Berikut analisis Media Sosial AMP bila dilihat dari model propaganda Chomsky.

1. *The Size*

Dalam kampanye atau propaganda AMP, pemilik media yang memiliki peran sentral dalam konten pemberitaan adalah tokoh-tokoh pemuda AMP. Bila meninjau konten, Pemberitaan di media sosial AMP tersebut pun selalu menyebut bahwa Otsus Papua gagal dan tidak perlu diperpanjang.

2. *Advertising*

Media pada dasarnya membutuhkan suntikan dana/pengiklan agar regulasi media dapat terlaksana. Pada konteks ini propaganda AMP, media sosial anak-anak muda Papua dimanfaatkan sebagai platform penggalangan dana untuk perjuangan AMP. Dalam mendapatkan dana, AMP melakukan permohonan donasi agar masyarakat luas mau memberikan sumbangan materi terhadap perjuangan AMP dalam memperjuangkan kemerdekaan Papua dari Indonesia. permintaan donasi tersebut biasanya di Post tiap bulannya lewat Media Sosial disertai dengan pemberian informasi seputar teknis pengiriman.

Kemudian cara yang mendapatkan dana demi perjuangan AMP adalah dengan mengadakan acara seperti kegiatan sosial atau *event-event* lainnya yang ditujukan untuk membantu perjuangan Papua dalam memperoleh hak merdeka. Beberapa kali, kampanye Papua merdeka diwujudkan dengan mengadakan konser yang melibatkan seniman-seniman yang turut mengikuti isu kemanusiaan di Papua yang diberikan oleh AMP. Tidak hanya itu, penjualan merchandise juga menjadi andalan utama dalam mendapatkan dana yang digunakan untuk gerakan separatis Papua.

3. *Sourcing*

Pada tahapan ini AMP kerap menampilkan beberapa institusi elit dan para ahli dengan memberikan pernyataan, data, maupun informasi lainnya agar masyarakat dapat melihat informasi

yang menurutnya objektif dan terpercaya. AMP dalam tiap post-nya beberapa kali mencantumkan beberapa tokoh ahli dan institusi elit terkait dengan isu kemanusiaan di Papua. Sederet organisasi pendukung seperti KNPB pun disebut AMP sebagai pihak yang mendukung kemerdekaan Papua.

4. *Flak and Enforcers*

Flak dan Enforcers merujuk pada suatu respon negative terhadap media tersebut dan antisipasi media tersebut menangkalkan respon negatif yang menimpa mereka. Dalam AMP, tokoh-tokoh ataupun kasus yang diangkat ada beberapa yang berpotensi mendapatkan respon negatif dari pihak yang pro Indonesia, seperti status Benny Wenda yang merupakan residivis Indonesia dan cap genosida yang dinilai berlebihan. Namun, kejadian seperti ini telah diperhitungkan oleh AMP dengan melakukan strategi *play as victim* dengan membingkai cerita dimana Indonesia merupakan pihak yang justru negatif dan image tidak menjunjung tinggi demokrasi dan kemanusiaan di Papua dengan memberitahukan informasi teraktual apabila terdapat beberapa aktivis maupun tokoh Papua merdeka yang ditahan ataupun meninggal. Dari post tersebut dapat dilihat bahwa terlepas dari siapa pembunuh orang Papua tersebut, AMP mencoba membangun image bahwa mereka adalah korban. Bila kita amati pihak yang terbunuh adalah satu orang, namun dengan memberikan informasi tersebut di facebook, masyarakat bisa memiliki asumsi bahwa pemerintah Indonesia melakukan tindakan pembunuhan dan melakukan praktek genosida. Penggiringan opini tipe ini merupakan hal yang ada di tiap bulannya dan menjadi topik yang paling banyak mendapatkan komentar dari Media Sosial tersebut. AMP membuktikan bahwa walau dia akan menghadapi tantangan yang cukup berat lewat upaya pemerintah Indonesia untuk membuktikan kepada dunia internasional, metode ini cukup membuat klarifikasi pemerintah Indonesia kurang efektif.

5. *Ideology*

Filter ideologi menjelaskan bahwa ideologi berkontribusi dalam penggalangan massa. Berbicara mengenai AMP, transfer ideologi telah terjadi khususnya dengan segmentasi masyarakat internasional. Hal ini dikarenakan mayoritas likers bukan berasal dari Indonesia, akan tetapi dari mancanegara. Pemberian informasi yang dilakukan AMP secara intens membuat beberapa kalangan masyarakat mendukung kemerdekaan lewat beberapa sarana, baik dengan melakukan

pengisian petisi, aksi damai di jalan, hingga membuat suatu acara yang merupakan suatu aksi kampanye dukungan terhadap kemerdekaan Papua. Ideologi inilah yang meyakinkan publik akan adanya musuh bersama, yakni Indonesia. Banyak dari khalayak yang mendukung kemerdekaan Papua, lintas negara beranggapan bahwa apa yang telah dilakukan oleh Indonesia merupakan bagian dari aksi kolonialisme dan genosida. Atas dasar kemanusiaan, mereka mendukung kemerdekaan Papua dengan sukarela.

Dalam menganalisa strategi propaganda yang dilakukan oleh AMP, peneliti melakukan analisis dengan melihat tipe propaganda yang ada di AMP berdasarkan tujuh teknik propaganda menurut Lee & Lee (1979) yang tertuang dalam buku *The Fine Art of Propaganda*, yakni *Name Calling*, *Glittering Generalities*, *Transfer*, *Testimonial*, *Plain Folk*, *Card Staking*, dan *Bandwagon*. Pada dasarnya, ketujuh teknik propaganda Lee diterapkan di setiap narasinya. Dalam suatu konten pun terdapat narasi yang terdapat kombinasi dari tujuh teknik propaganda. Berikut hasil analisis dari teknik propaganda di dalam fanpage AMP.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa AMP memberikan signal dukungan gerakan separatis, teroris Papua melalui gerakan demonstrasi dengan menggunakan simbol-simbol Papua merdeka (bendera bintang kejora). Selain itu pusat komunikasi AMP terintegrasi dengan kelompok kepentingan elit pro-demokrasi Papua secara masif, hal ini dapat dilihat terjadi proses pembiaran gerakan AMP di setiap kota, sebagai contoh Asrama mahasiswa Papua dibiayai oleh anggaran daerah namun pada prakteknya asrama tersebut dijadikan sebagai sentral pergerakan Papua merdeka. Strategi propaganda AMP cukup sistematis dan terorganisir, mereka memanfaatkan jaringan media sosial untuk menyebarkan dan mengkampanyekan framing tentang kegagalan otonomi khusus Papua dengan tujuan akhir adalah cipta opini dan cipta kondisi, sehingga bisa mendapatkan simpatik masyarakat baik itu dari dalam negeri maupun luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfredo, R. (2014). Propaganda Separatis dalam Situs Sosial. *Populis*, 8(2), 91-100.
- Bungin, B. (2008). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Cangara, H. (2009). Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Hutubessy, F.K., Engel, J.D. (2019). Sakralitas Nasionalisme Papua: Studi Kasus Pergerakan Aliansi Mahasiswa Papua. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 77-93
- Joesoef, D. (2014). Studi Strategi: Logika Ketahanan dan Pembangunan Nasional. Jakarta: Kompas.
- Karlina, S. S., Wardhani, N. K. (2020). Media Online Dan Diskriminasi Rasial Papua (Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki Terhadap Kasus Pengepungan Asrama Mahasiswa Papua Pada Pemberitaan Media Online Detik.com dan Tirto.id). *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 3(2).
- Herman, E.S., Chomsky, N. (2002). *Manufacturing Consent*. United States: Pantheon Books.
- Pamuji, R. (2018). Nasionalisme Papua Dalam Organisasi Aliansi Mahasiswa Papua (Study Kasus: Aliansi Mahasiswa Papua Komite Kota Yogyakarta), Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Riris, K. (2019). Insiden Asrama Mahasiswa Papua di Surabaya. *Jurnal Info Singkat*, 10(16).
- Simanjuntak, A. S. (2015). Hambatan Komunikasi Antara Aparat Polisi Dengan Aliansi Mahasiswa Papua (Amp) Surabaya, *KANAL. Vol. 4, No.1, Hlm 1-1*