Radikalisme Masif di TikTok, Kenapa Kontra-Radikalisme Diblokir?

written by Ahmad Khoiri

Harakatuna.com – Akun *TikTok* Harakatuna baru saja diblokir. Alasannya, melanggar ketentuan komunitas. Semua konten hilang dan tidak bisa dipulihkan. Aplikasi menyediakan menu banding, tetapi tidak ada guna karena akunnya sudah mati. Padahal, konten yang disebarkan sama sekali tidak membahayakan NKRI, justru berusaha mengonter para radikalis di NKRI. Ini memantik satu keheranan, mengapa *TikTok* cenderung represif dengan konten kontra-radikalisme?

Mungkin seseorang akan menjawab: *maklum diblokir karena kontennya menyerang*. Statemen semacam itu sangat mudah dibantah, karena yang menyerang NKRI di *TikTok* jumlah akunnya sangat banyak dan mereka aman-aman saja. Berapa banyak akun TikTok yang didedikasikan untuk menyebarkan ideologi Wahabi? Tidak terhitung. Siapa saja contoh akun yang mempropagandakan khilafah? Jelas, Aab Elkarimi salah satunya. Pengikutnya hampir setengah juta. Dan mereka "aman".

Memang, setiap media sosial memiliki pedoman komunitas. Setiap konten juga melewati tahap filtrasi oleh moderator. Di *Facebook*, sebagai contoh, atau *Instagram*, konten sensitif akan dinotifikasi sebelum dilihat/ditonton. Pemblokiran akun di *Facebook* juga sangat jarang, meskipun ramai-ramai pengguna melaporkan ke pihak *Facebook*. Masalahnya, Facebook hari ini tidak lagi populer dan *TikTok* ada di puncak popularitas. Namun mengapa moderator *TikTok* bak gegabah?

Tulisan ini hendak berspekulasi tentang dua hal. Pertama, mungkinkah algoritma *TikTok* hanya sensitif terhadap kontan kontra-radikalisme dan sejenisnya, namun longgar terhadap konten radikalisme. Kedua, apakah manajemen *TikTok* terlibat dalam pemblokiran yang politis. Dua kemungkinan tersebut ada dalam setiap media sosial dan *TikTok* adalah salah satunya. Bagaimana pun, *TikTok* yang kantornya berlokasi di ByteDance Ltd,Gandaria Office Tower 22, Jakarta Selatan, berisi orang-orang Indonesia.

Algoritma : Eksploitasi

"Apakah kita semua akan bekerja untuk mesin pintar, atau kita memiliki orang pintar di sekitar mesin?" Pertanyaan itu diajukan kepada Shoshana Zuboff, penulis buku fenomenal *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for A Human Future at The New Frontier of Power*, oleh seorang manajer pabrik kertas muda pada tahun 1981. Zuboff kemudian melakukan refleksi: benarkah media digital akan menjadi rumah, atau justru pengasingan?

Gagasan Zuboff sangat menarik. Ia mengulas tentang Kapitalisme Pengawasan (*Surveillance Capitalism*). Kapitalisme Pengawasan secara sepihak mengklaim pengalaman manusia sebagai bahan baku bebas untuk diterjemahkan menjadi data perilaku. Meskipun beberapa dari data tersebut diterapkan pada peningkatan produk atau layanan, untuk iklan misalnya, sisanya dinyatakan sebagai surplus perilaku hak milik, dimasukkan ke dalam proses manufaktur lanjutan yang dikenal sebagai 'kecerdasan mesin'.

Kecerdasan mesin tadi melacak produk prediksi yang mengantisipasi apa yang akan Anda lakukan sekarang, segera, dan nanti. Akhirnya, produk prediksi tersebut diperdagangkan di pasar jenis baru untuk prediksi perilaku yang disebut pasar berjangka perilaku. Para kapitalis pengawasan telah menjadi sangat kaya dari operasi perdagangan semacam ini, karena banyak perusahaan sangat ingin

bertaruh pada perilaku masa depan kita.

Dengan cara itu, *Surveillance Capitalism* melahirkan spesies kekuatan baru yang Zuboff sebut sebagai instrumentarianisme. Kekuatan instrumental mengetahui dan membentuk perilaku manusia menuju tujuan orang lain. Alih-alih persenjataan dan pasukan, ia bekerja sesuai keinginannya melalui media otomatis dari arsitektur komputasional yang semakin banyak ditemukan di mana-mana dari perangkat, benda, dan ruang jaringan pintar. *TikTok* adalah salah satunya yang tengah populer.

Sebagai contoh, seseorang suka menonton atau menekan tombok 'like' yang muncul di FYP *TikTok*. Maka, *TikTok* dengan cerdas akan membaca inti konten tersebut. Kemudian, di kesempatan berikutnya, *TikTok* akan menyuguhkan orang tersebut konten dari apa yang dia tonton sebelumnya, atau bahkan yang kontennya sejenis. Lumrahnya, algoritma cerdas seperti itu digunakan untuk dagang atau jual-beli. Tapi, apakah kepentingan lainnya tidak? Mustahil. Para kapitalis *TikTok* tidak bodoh.

Para kapitalis melihat konten apa yang banyak ditonton, lalu mengkapitalisasinya. Algoritma dieksploitasi untuk kepentingan bisnis. Pertanyaannya, bagaimana jika yang banyak ditonton adalah konten radikalisme? Atau, bagaimana sosok di balik pengawasan tersebut adalah orang yang terpapar? Jawabannya jelas, *TikTok* akan menjadi sarang radikalisme dan segala konten kontra-radikalisme akan di-*suspend*. Seseorang mengira algoritma *TikTok* cerdas, dia tidak sadar bahwa dirinya dieksploitasi.

TikTok; Kepentingan Siapa?

Ini pertanyaan penting. Apakah mungkin pengawasan *TikTok* dilakukan oleh para radikalis apalagi teroris? Jawabannya adalah tidak. Tetapi dalam prinsip *Surveillance Capitalism*, bisnis adalah segalanya; melebihi kepentingan agama, politik, atau ideologi tertentu. Ke mana algoritma menunjukkan minat mayoritas pengguna, para kapitalis akan menyediakannya. Jadi bagi para kapitalis, kepentingannya murni bisnis. Sementara bagi pembuat konten, kepentingannya adalah ideologis.

Ini yang banyak tidak dipahami hari ini. Karena konten Wahabisme banyak ditonton, *TikTok* menganggapnya tidak melanggar komunitas, sekalipun isinya provokasi yang berbahaya bagi NKRI. Karena Aab Elkarimi banyak

penggemarnya, sekalipun kontennya menjelek-jelekkan NKRI dan mempropagandakan khilafah, *TikTok* tidak menangguhkan akunnya. Jika seseorang bilang itu kerja mesin, ia harus paham bahwa mesin pintar tetap ada pengawas di baliknya.

Sementara itu, konten-konten kontra-radikalisme, sebagaimana yang dilakukan Harakatuna, banyak diabaikan orang. Pihak *TikTok* lantas membaca algoritma dan menemukan bahwa kontennya tidak bisa dikapitalisasi maka langsung diblokir. Jelas agak tidak adil, tetapi prinsip *Surveillance Capitalism* tidak peduli dengan keadilan. Kepentingan satu-satunya adalah bisnis. Ke mana lebah bersarang, di sana madu berada. Kontra-radikalisme bukan madu karena ia pahit, maka dianggap melanggar komunitas.

Dengan itu semua, apakah *TikTok* harus disalahkan? Tidak. Yang perlu berbenah adalah diri kita sendiri, pengguna *TikTok*. Media sosial tersebut mengikuti kecenderungan kita lalu mengkapitalisasinya. Jika kita lebih suka radikalisme, maka konten semacam itu akan disemarakkan. Tetapi jika kontra-radikalisme banyak diminati, *TikTok* juga akan mengubah ketentuan komunitasnya.

Lalu bagaimana membaca kepentingan dan keuntungan? Simbiosis mutualisme. Para radikalis sebagai konten kreator tentu menghasilkan keuntungan dari segi indoktrinasi, sementara pengawas menghasilkan keuntungan dari segi kapitalisasi. Jadi, kembali pada pertanyaan di judul: radikalisme masif di *TikTok*, kenapa kontra-radikalisme diblokir? Tidak lain karena algoritma menunjukkan banyak orang lebih suka radikalisme daripada kontra-radikalisme. Kebiasaan tersebut harus segera diubah.

Wallahu A'lam bi ash-Shawab…