

TINDAKAN KOLEKTIF MASYARAKAT JARINGAN DI INDONESIA: AKTIVISME SOSIAL MEDIA PADA AKSI #GEJAYANMEMANGGIL

Sofia Hasna

sofiahasna15@mail.ugm.ac.id

Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Gadjah Mada

Article Info

Keyword:

Mass Action; Mobilization; Social Media; Digital Participation; Collective Action

Abstract

The action that initiated by Aliansi Rakyat Bergerak on September 23, 2019 is one of the phenomena associated to responding the socio-political issues that become polemic in Indonesia that will be brought during the mass action in Gejayan Yogyakarta. This study uses a qualitative approach with a case study method that focuses on extracting various data like books and journal articles related to social media activism on #GejayanMemanggil. The research aims to find out the practice of #GejayanMemanggil social media activism. This research in the finding that in this action the emergence of collective action on the network society in Indonesia, namely this phenomenon is in accordance with the use of social media on 73,8 % of the society and students and society utilizing it through the hashtag #GejayanMemanggil which reached trending topic on Twitter in 23rd September 2019 with 4215 tweets. interPolitical participation to build collective awareness is built through the resource mobilization paradigm because of the mobilization system that is built both through offline and online activities through the use of social media.

Copyright © 2022 Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi.

PENDAHULUAN

Fenomena isu sosial dan politik yang terjadi di Indonesia menjadikan isu kesadaran kolektif oleh beberapa kelompok aktivis yang tergabung sebuah aliansi atas permasalahan sosial dan politik yang menjadi polemik di Indonesia, salah satu isunya diantaranya terkait wacana kebijakan pemerintah untuk mengesahkan RUU KUHP dan RUU KPK serta kebijakan pemerintah untuk membuat Dewan Pengawas KPK yang menjadikan negara yang tidak demokratis dan adanya pelemahan KPK sebagai lembaga independen untuk mengusut tuntas kejahatan korupsi di Indonesia, sehingga pada tanggal 23 September 2019 terjadi aksi massa di Gejayan Yogyakarta yang diinisiasi oleh Aliansi Rakyat Bergerak sebagai mobilisator.

Bentuk mobilisasi yang dilakukan oleh kelompok aktivis ini cenderung menggunakan media sosial Twitter, sebagai alat propaganda, membuat opini publik dengan menggunakan tagar

#GejayanMemanggil dengan membawa sebanyak tujuh tuntutan. Tujuh tuntutan tersebut, ialah menggugat RKUHP, menggugat pelemahan kedudukan KPK, menggugat kriminalisasi aktivis, berkaitan dengan isu lingkungan, pembakaran hutan dan tambang, RUU Ketenagakerjaan yang tidak berpihak pada rakyat, problematika RUU Pertanahan, dan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual yang belum ditetapkan (Kumparan, 2019). Beberapa tuntutan selain tuntutan KPK merupakan tuntutan yang sebelumnya menjadi isu panas sehingga beberapa kelompok aktivis memotivasi untuk mobilisasi massa melalui sosial media. Penggunaan sosial media ini dilakukan seiring dengan peningkatan penetrasi internet dari tahun 2018-2019 menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia meningkat 8,9% serta alasan penggunaan internet untuk mengakses media sosial berdasarkan riset survei APJII 2019 lebih banyak digunakan untuk sosial media (APJII, 2020).

Selain itu juga, dalam penggunaan media sosial dengan tagar #GejayanMemanggil ini sebagai tindakan

Corresponding Author:

Master of Communication Science Program, Gadjah Mada University, Indonesia
Jl. Sosio Yustisia, Bulaksumur, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta, 55281, Indonesia
Email: sofiahasna15@mail.ugm.ac.id

dengan skenario yang dibuat oleh koordinator Aliansi Rakyat Bergerak agar gerakan mahasiswa dikonsolidasikan ke jalan-jalan. Terdapat tiga poin pertemuan pada aksi, yaitu di Universitas Gadjah Mada (UGM) bundaran, gerbang utama Universitas Sanata Dharma, dan Persimpangan Revolusi UIN Sunan Kalijaga. Setelah semua orang berkumpul, massa diarahkan ke Jalan Colombo, Gejayan. Pemilihan tempat di Gejayan merupakan saksi 1998 Orde Baru perjuangan revolusioner dan pada tanggal 23 September 2019. Gerakan baru ini mengulangi sejarah lama gerakan perlawanan rezim (Sanny Nofrima, 2020).

Sama halnya dilakukan oleh demonstran Occupy Wall Street yang terjadi pada tahun 2011 di Amerika terkait protes yang disebabkan masalah penurunan ekonomi, pengangguran yang tinggi, kesenjangan ekonomi, ketidakpuasan dengan konsentrasi kekayaan di tangan para elit dan dengan sistem politik dan ekonomi yang lebih besar, dan penolakan kaum muda terdidik dan kelas menengah untuk menerima status quo (Xu, 2013). Gerakan yang diinisiasi oleh kelompok aktivis asal Kanada ini membuat propaganda untuk mobilisasi massa dengan tagar #OccupyWallStreet. Gerakan Occupy Wall Street ini aksi massa sering menggunakan alat media sosial, seperti Twitter, untuk berbagi informasi dan memobilisasi massa aksi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Zuoming Wang (2016) bahwasanya Twitter yang digunakan untuk pada aksi Occupy Wall Street bertujuan untuk menghasut, mengatur, dan melanggengkan gerakan protes. Hal ini juga menunjukkan bahwa Twitter adalah alat yang terutama digunakan untuk berbagi tujuan, informasi logistik, bersama dengan pendapat, untuk menciptakan kesatuan komunitas dan memobilisasi individu untuk berpartisipasi dalam ruang protes fisik (Zuoming Wang, 2016). Pada penelitian ini juga menandakan bahwa adanya tindakan kolektif pada komunikasi digital melalui media sosial yaitu Twitter sebagai alat propaganda hingga mobilisasi massa aksi yang diinisiasi oleh kelompok aktivis asal Kanada sebagai mobilisator.

Pada masyarakat digital yang dikatakan sebagai tindakan kolektif berawal ketika sumberdaya dapat dimobilisir oleh pemimpin gerakan dan ketika

kondisi sosio-politik telah terbuka terhadap mobilisasi yang dilakukan melalui media digital. Pada aktifitas tindakan kolektif ini melalui jaringan pribadi sangat memotivasi individu untuk melakukan kegiatan kolektif ekspresif publik melalui media sosial (Elmie Nekkama, 2015). Aktivitas tindakan kolektif pada masyarakat digital dilakukan menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan media interaktif seperti WhatsApp maupun Line. Pada aktivitas tindakan kolektif ini bagaimana melakukan mobilisasi masyarakat dengan satu pemahaman untuk melakukan demonstrasi massa. Selain itu juga terdapat kesadaran kolektif yang terbentuk pada masyarakat jaringan. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Van Dijk (1998) bahwa kesadaran kolektif merupakan bagian dari pengetahuan sosio-kultural, yaitu ketika sebuah kelompok masyarakat mempunyai sebuah pengetahuan tinggi dan pengetahuan tersebut bisa dikatakan sebagai *common ground*. Dalam hal ini kesadaran kolektif dapat bersifat sementara karena kesadaran kolektif ini membutuhkan media sebagai alat untuk menjadikan satu pemahaman dan kesadaran masyarakat yang kemudian dilakukan adanya tindakan kolektif.

Hasil pada penelitian terdahulu lainnya tentang tindakan kolektif masyarakat digital di Indonesia pada aktivisme media sosial yang dilakukan oleh Merlyna Lim (2014) dengan membahas kasus KPK Cicak VS Buaya bahwasanya aktivisme media sosial menandai suatu periode inovasi dan eksperimen dalam penggunaan teknologi media baru dan budaya partisipatif. Ekspresi online, budaya populer, dipadukan dengan kegiatan sosial, menciptakan ranah-ranah di mana jutaan orang Indonesia berkumpul bersama.

Selanjutnya pada penelitian terdahulu berikutnya berkaitan dengan penggunaan media sosial dengan aspek demokrasi yang diteliti oleh Devie Rahmawati (2014) yang menyatakan bahwasanya kaitannya penggunaan media sosial erat dengan sistem demokrasi. Seperti konsep Habermas dan Warren yaitu adanya integritas ranah publik bergantung pada kemampuannya untuk melibatkan diri dan memberi kesempatan kepada setiap orang untuk berargumentasi dan melakukan persuasi. Sehingga banyak kalangan menilai media sosial baik bagi peningkatan kebebasan

individu, sehingga ada proses demokratisasi.

Dari penelitian sebelumnya yang telah dijabarkan menjelaskan bahwasanya hadirnya tindakan kolektif pada masyarakat digital dipengaruhi oleh hadirnya media digital dan peningkatan kebebasan demokrasi pada setiap individu. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti dan menganalisis terkait bagaimana aktivitas demonstrasi pada #GejayanMemanggil yang dikoordinir oleh Aliansi Rakyat Bergerak sebagai mobilisator untuk memobilisasi massa melalui penggunaan media sosial, Twitter sebagai wujud tindakan kolektif oleh massa jaringan melalui tagar #GejayanMemanggil.

KAJIAN PUSTAKA

Kajian Konseptual

Masyarakat Jaringan dan Partisipasi Digital

Konsep masyarakat jaringan ini menekankan pada bentuk dan organisasi pemrosesan dan pertukaran informasi. Oleh karena itu, masyarakat jaringan dapat didefinisikan sebagai sosial dengan infrastruktur jaringan sosial dan media yang memungkinkannya modus utama organisasi di semua tingkatan baik tingkat individu, kelompok / organisasi dan masyarakat. Semakin lama, jaringan-jaringan ini menghubungkan semua unit atau bagian dari formasi ini (individu, kelompok, dan organisasi). Dalam masyarakat barat, individu yang dihubungkan oleh jaringan menjadi unit dasar dari masyarakat jaringan. Dalam masyarakat timur, ini mungkin masih kelompok (keluarga, komunitas, pekerjaan tim) ditautkan oleh jaringan (Dijk, 2006). Oleh karena itu, Jaringan sosial pada masyarakat jaringan ini didukung oleh jaringan media tersedia di semua tingkatan dan subsistem masyarakat. Munculnya difusi Internet, komunikasi seluler, media digital, dan berbagai alat sosial perangkat lunak telah mendorong pengembangan jaringan horisontal komunikasi interaktif itu hubungkan lokal dan global dalam waktu yang dipilih. Sistem komunikasi masyarakat industri terpusat di sekitar media massa, ditandai dengan distribusi massa pesan satu arah dari satu ke banyak. Fondasi komunikasi masyarakat jaringan adalah web global komunikasi horizontal jaringan yang mencakup pertukaran pesan interaktif multimedia dari banyak ke

banyak dan keduanya terdiri dari sinkron dan asinkron (Castells, 2007).

Penggunaan telekomunikasi dan jaringan komputer sangat mendukung praktik-praktik pada masyarakat jaringan. Masyarakat juga menghubungkan jenis dan tingkat komunikasi antarpribadi, organisasi dan massa. Untuk pertama kalinya dalam sejarah yang kita miliki media, yang disebut internet, secara langsung menghubungkan mereka secara bersamaan. Telepon, surat, dokumen, file komputer, dan rapat melayani komunikasi antarpribadi dan organisasi, dan komunikasi massa pun demikian diwujudkan dengan penyiaran dan pers. Namun, dengan internet, perpecahan tradisional ini telah larut, karena digunakan untuk komunikasi di semua tingkatan (Dijk, 2006). Disisi lain, hal yang disebut dengan partisipasi digital adalah ketergantungan masyarakat pada platform digital dengan beragam keterjangkauan untuk personalisasi, serta sebagai bentuk mobilisasi dalam partisipasi politik (Theocharis, 2015). Partisipasi digital pada masyarakat jaringan erat kaitannya dengan tindakan komunikasi digital sebagai bentuk mobilisasi dipahami sebagai bagian integral partisipasi politik, misalnya dengan aktivasi jaringan sosial sebagai metode menyebarkan kesadaran tentang masalah sosial atau politik atau mengerahkan tekanan sosial dan politik untuk sebuah resolusi. Kemudian partisipasi digital pada masyarakat jaringan juga dibuktikan dengan seringnya tertanam dalam diri ekspresif, identitas, dan unsur-unsur pribadi sebagai bagian dari tindakan, misalnya tindakan antar individu dan media berbasis jaringan yang dilakukan oleh warga negara dengan maksud untuk menampilkan mobilisasi mereka sendiri dan mengaktifkan jaringan sosial mereka dalam rangka untuk meningkatkan kesadaran tentang suatu isu, atau mengerahkan tekanan sosial dan politik untuk solusi, masalah sosial dan politik (Theocharis, 2015).

Tindakan Kolektif Masyarakat Digital

Tindakan kolektif, menurut Olson (2013) adalah sistem logika rasionalitas tindakan kolektif gerakan sosial dipresentasikan dalam peranan-peranan faktor objektif tertentu sebagai kepentingan, organisasi, sumber daya, strategi, dan kesempatan dalam setiap mobilisasi kolektif (*collective mobilization*) skala besar. Se-

dangkan dalam melakukan tindakan kolektif sekaligus melakukan hal yang disebut dengan aktivisme online, yaitu keterlibatan sebelumnya dalam aktivisme dapat memengaruhi keterlibatan di masa depan dalam kegiatan kolektif. Dalam sebuah studi mobilisasi aksi kolektif untuk aktivisme lingkungan, keterlibatan sebelumnya sangat berperan dalam partisipasi orang-orang dari berbagai latar belakang keterlibatan yaitu hardcore, simpatisan, non-aktivis (Elmie Nekmata, 2015).

Tindakan kolektif yang dilakukan sama halnya dengan gerakan sosial baik dilakukan di media sosial maupun tindakan aksi massa. Gerakan sosial merupakan gerakan yang dilakukan oleh masyarakat berdasarkan isu-isu sosial dengan mengadopsi nilai-nilai dan membentuk struktur organisasi yang khusus, seperti aliansi masyarakat sesuai dengan kejadian isu berlangsung. Sehingga, gerakan sosial ini terbentuk karena ada kesepakatan keragaman budaya dan politik. Disisi lain, pada hubungan kekuasaan terstruktur yang terjadi dalam jaringan global dan dimainkan di bidang komunikasi sosial, gerakan-gerakan sosial juga bertindak atas struktur jaringan global dan memasuki pertempuran opini dengan ikut campur proses komunikasi global. Pola gerakan sosial ini dilakukan dengan cara berpikir lokal untuk mengakar dalam masyarakat, dan bertindak global untuk menghadapi kekuatan dimana pemegang kekuasaan berada dalam jaringan kekuasaan global serta dalam bidang komunikasi (Castells, 2007).

Fokus utama tindakan kolektif terdapat pada kepentingan bersama dan kemungkinan keuntungan dari aksi yang terkoordinasi. Seperti halnya dalam teori mobilisasi sumberdaya (*resource mobilization theory*) yang mendasarkan asumsinya bahwa tindakan kolektif merupakan respon para aktor politik rasional terhadap kondisi-kondisi konflik yang dihadapi (Wortmann, 2016). Van Aelst (2010) juga menjelaskan bahwa tindakan kolektif dan gerakan sosial telah menjadi hal umum pada era demonstrasi-demokrasi. Tindakan kolektif dimulai sumberdaya dapat dimobilisir oleh pemimpin gerakan dan ketika kondisi sosio-politik telah terbuka terhadap mobilisasi.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan

penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi literatur, yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Oleh karena itu peneliti mengumpulkan data isi konten berita dan Twitter #GejayanMemanggil dan kemudian mengkaji buku-buku ataupun sumber bacaan yang lain (Zed, 2008). Pada penelitian ini menganalisis berdasarkan sumber yang memiliki relevansi dengan penelitian ini yaitu isi konten terkait tindakan kolektif masyarakat digital khususnya pada aksi Gejayan memanggil di media sosial dan artikel berita. Pada konsep penelitian ini melihat strategi melakukan aktivitas propaganda di media sosial dan bentuk isi konten yang digunakan dalam propaganda di media sosial platform Twitter yang terjadi pada bulan September 2019. Analisis data dilakukan dengan analisis dokumen yang terdapat di berbagai sumber seperti jurnal dan artikel berita untuk membahas terkait aktivitas #GejayanMemanggil dalam penyebaran propaganda melalui media sosial yang kemudian dianalisis sesuai kajian teoritis yang digunakan.

TEMUAN DAN DISKUSI

Masyarakat Jaringan dan Partisipasi Digital di Indonesia

Sebuah teknologi komunikasi baru yang telah dikembangkan memungkinkan orang untuk berkomunikasi secara praktis dan cepat melintasi jarak yang sangat jauh tidak terbatas jangkauannya, sehingga teknologi komunikasi baru ini yang pada dasarnya menjadikan pola komunikasi menjadi lebih cepat dan lebih jauh jangkauannya dari teknologi sebelumnya (Thurlow, Lengel, & Tomic, 2004). Perkembangan teknologi baru ini yang membentuk pola jaringan komunikasi antar personal yang dapat dilakukan dengan adanya media digital, sehingga interaksi hal ini membentuk masyarakat jaringan digital. Pada masyarakat jaringan digital ini memiliki karakteristik diantaranya adalah sisi sosial dari jaringan masyarakat bersifat terpecah-pecah dan tersebar. Hal ini karena kepadatan kontak dan ikatan dalam unit-unit ini relatif rendah dibandingkan dengan grup konvensional, lingkungan, komunitas dan organisasi dalam masyarakat massa. Alih-alih, elemen-elemen dari unit sosial ini, beberapa individu memilih kontak dan ikatan mereka

sendiri di luar unit sosial ini. Menggunakan semua jenis telekomunikasi yang masyarakat gunakan dengan mengembangkan tingkat konektivitas yang sangat tinggi di antara mereka sebagai individu dan sesuai antara unit-unit masyarakat jaringan di mana mereka menjadi bagian dari suatu kelompok (Dijk, 2006). Pada fenomena masyarakat jaringan digital ini pula terbentuk adanya partisipasi digital.

Di era digital saat ini, sebagian besar masyarakat memiliki berbagai bentuk aktivitas dalam partisipasi digital, yaitu ketergantungan masyarakat pada platform digital dengan beragam keterjangkauan untuk personalisasi (Bennett, 2012). Personalisasi ini biasanya dikaitkan dengan karakteristik penggunaan media sesuai dengan keterampilan dan kebutuhan masyarakat, baik berkomunikasi, mencari hiburan ataupun mencari sebuah informasi. Oleh karena itu, di era digital saat ini semakin mudahnya keterbukaan informasi dan komunikasi bagi masyarakat, bahkan masyarakat dapat berkomunikasi dan bebas berpendapat serta mengkritik kebijakan pemerintah melalui akses jaringan digital. Fenomena ini berkembang selaras dengan perkembangan teknologi digital yang kemudian hadirnya masyarakat jaringan yang dikemukakan oleh Van Dijk (2006) yaitu formasi sosial yang terdiri dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi, baik individu, kelompok, organisasi, dan kelompok sosial. Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi yang dimaksud dengan masyarakat jaringan adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektifitas. Van Dijk juga menyatakan bahwa *network/jaringan* adalah sesuatu hal yang terbuka bagi siapa saja dan dimana saja. Pada aktivitas yang dilakukan oleh masa aksi #GejayanMemanggil selaras dengan fenomena masyarakat jaringan dengan hadirnya kelompok yang berasal dari suatu individu-individu yang bertemu pada akses jaringan media digital, salah satunya dengan penggunaan media sosial, kemudian membentuk sebuah formasi kelompok sosial berupa aliansi berjejaring digital.

Pada fenomena hadirnya teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia ini yang menandakan

munculnya masyarakat digital dengan data pengguna media sosial menurut survei data penelitian yang disajikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwasanya pada tahun 2019-2020 penetrasi penggunaan internet di Indonesia mencapai 73.7%, kemudian dilanjutkan untuk wilayah Yogyakarta terdapat 71% pengguna internet (APJII, 2020), serta dilihat dari segi pengguna internet dengan tingkat pendidikan perguruan tinggi pada tahun 2018 sejumlah 92.6% (APJII, 2018). Data yang disajikan sebelumnya menjelaskan bahwa penggunaan internet bagi masyarakat Indonesia khususnya pada Wilayah Yogyakarta dan tingkat pendidikan perguruan tinggi pada massa aksi #GejayanMemanggil telah melebihi 50% penggunaan internet yang menandakan masyarakat Indonesia aktif berjejaring dalam penggunaan media digital khususnya pada massa aksi #GejayanMemanggil.

Penggunaan media digital khususnya pada media sosial sering dihubungkan dengan kebebasan demokrasi informasi karena mengubah seseorang dari pembaca konten, menjadi penerbit konten. Ini merupakan pergeseran dari mekanisme siaran, berakar pada percakapan antara penulis, orang, dan teman sebaya. Unsur fundamental media sosial adalah pertama, media sosial melibatkan saluran sosial yang berbeda dan online menjadi saluran utama. Kedua, media sosial berubah dari waktu ke waktu, artinya media sosial terus berkembang. Ketiga, media sosial bersifat partisipatif. "penonton/ khalayak" mempunyai hak bicara dianggap kreatif, sehingga dapat memberikan komentar (Evans dalam Susanto, 2017). Media sosial mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi pendapat masyarakat. Upaya penggalangan untuk memperoleh dukungan yang cepat menjadi kekuatan media sosial dalam kecepatan penyampaian pesan (Susanto, 2017).

Pada peristiwa yang terjadi pada aksi #GejayanMemanggil merupakan bagian dari tindakan partisipasi digital menurut Bennett (2012) terkait konsep baru untuk memahami dinamika aktivisme digital dengan konsep "*connective action*", yaitu (1) partisipasi politik dalam ruang maya jika individu tidak perlu memiliki komitmen terhadap kelompok tertentu. Dalam ruang maya, aktivisme politik bersifat cair, fleksibel, dan tidak mengikat karena dilakukan secara

personal, tetapi terkoneksi satu sama lain oleh kepedulian bersama akan isu tertentu. Jika dilihat aksi massa pada Aliansi Rakyat Bergerak yang terdiri atas elemen mahasiswa dan masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya yang bersifat cair, fleksibel tanpa terikat suatu komitmen terhadap aliansi tersebut, sehingga yang terjadi pada Aliansi Rakyat Bergerak adalah suatu kesepakatan atas kesepakatan bersama atas tuntutan yang terangkum dalam sebuah release (Buruh.co, 2019) sebagai wujud bentuk partisipasi politik. Selain itu, Rico Tode sebagai Koordinator Umum Aliansi Rakyat Bergerak menyatakan bahwa aksi #GejayanMemanggil murni inisiatif dari seorang warga negara yang sadar bahwa banyak regulasi yang dibuat oleh pemerintah yang terkesan otoriter (Tribunnews, 2019). Hal ini menandakan bahwanya adanya partisipasi politik bagi aksi massa #GejayanMemanggil tergerak adanya sebuah kesadaran politik yang dibangun.

(2) Dalam media digital, partisipasi politik lebih menyerupai ekspresi personal individu dibanding aksi kelompok. Beredarnya tagar (hashtag) menjadi bingkai bersama sebagai penanda akan suatu isu, tetapi pemaknaannya bisa berbeda bagi setiap orang. Melalui bingkai ini, mampu terkoneksi berupa sebuah narasi, pandangan, dan makna yang diberikan bisa sangat personal, sesuai dengan aspirasi, harapan, keluhan, keyakinan, dan gaya hidup masing-masing. Hal ini sangat relevan pada strategi yang digunakan oleh Aliansi Rakyat Bergerak untuk membangun narasi bersama atas membingkai isu melalui tagar #GejayanMemanggil sebagai bentuk upaya penyebaran propaganda, pembuatan petisi, rekrutmen anggota, iuran dana, rapat dan koordinasi aksi dilakukan via bermacam aplikasi dan media sosial. Salah satu yang dilakukan adalah penggalangan dana aksi melalui akun sosial media Twitter oleh salah satu akun @obedkresna pada tanggal 22 September 2019 yang mengatakan "Aksi Aliansi Rakyat Bergerak adalah aksi damai mahasiswa & masyarakat di Jogja sbg protes atas buruknya kinerja elit politik & penguasa saat ini. Aksi ini butuh bantuanmu! Aliansi membuka saluran dukungan kpd siapapun yg mau berdonasi bagi aksi besok, silahkan #GejayanMemanggil"

Aktivisme Sosial Media pada Tindakan Kolektif Aksi #GejayanMemanggil

Munculnya tindakan kolektif pada masyarakat digital dimulai dengan adanya kebebasan masyarakat dalam berpendapat (*freedom of speech*) dimana adanya demokrasi bagi masyarakat untuk memiliki hak bertindak, bersuara, memberikan literasi kesadaran dengan mengkritik kebijakan pemerintah. Terlebih munculnya media digital saat ini, masyarakat semakin bebas dalam bertindak, berekspresi, hingga berpendapat sampai pada akhirnya masyarakat mulai memiliki kesadaran terhadap realitas sosial. Dalam hal ini Aksi #GejayanMemanggil merupakan bagian dari tindakan kolektif yang muncul adanya sebuah gerakan sosial baru.

Sebuah gerakan sosial baru (*new social movement*) terjadi pada tahun 1970-an di Amerika Serikat dan Kawasan Eropa terkait gerakan perjuangan hak-hak sipil warga negara (*civil rights movements*) terutama di Amerika Serikat, dan salah satu paradigma terkait gerakan sosial baru ialah paradigma mobilisasi sumber daya (*resource mobilization paradigm*), yaitu memusatkan perhatian gerakan masyarakat pada proses sistem mobilisasi yang terorganisir secara lebih rasional dan yang lebih canggih, baik dari segi karakteristik, model-model bahkan bentuk-bentuk gerakan yang diambil oleh para konstituen sebagai anggota dari gerakan sosial baru pada masyarakat kontemporer (Rusmanto, 2013). Jika melihat pada aksi #GejayanMemanggil juga merupakan sebuah gerakan sosial baru untuk memperjuangkan hak-hak sipil dengan memberikan 7 tuntutan seperti menuntut RUU Ketenagakerjaan, RUU KPK yang dinilai tidak demokratis dan merugikan masyarakat dan menuntut untuk mengesahkan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual yang sering menjadi perdebatan, kemudian pada aksi ini jika dianalisis menggunakan paradigma mobilisasi sumber daya (*resource mobilization paradigm*) karena terjadinya sistem mobilisasi yang dibangun baik melalui kegiatan offline maupun online dengan penggunaan media sosial.

Kaitannya dengan tindakan kolektif, menurut Olson (2013) ia menekankan bahwa sistem logika rasionalitas tindakan kolektif gerakan sosial dipresenta-

sikan dalam peranan-peranan faktor objektif tertentu sebagai kepentingan, organisasi, sumber daya, strategi, dan kesempatan dalam setiap mobilisasi kolektif (*collective mobilization*) skala besar. Sedangkan dalam melakukan tindakan kolektif sekaligus melakukan hal yang disebut dengan aktivisme online, yaitu keterlibatan sebelumnya dalam aktivisme dapat memengaruhi keterlibatan di masa depan dalam kegiatan kolektif. Dalam sebuah studi mobilisasi aksi kolektif untuk aktivisme lingkungan, keterlibatan sebelumnya sangat berperan dalam partisipasi orang-orang dari berbagai latar belakang keterlibatan yaitu hardcore, simpatisan, non-aktivis (Elmie Nekmata, 2015). Selain itu dalam tindakan kolektif di era digital pada aksi #GejayanMemanggil jika melihat data menurut Hootsuite (2019) bahwa pengguna sosial media di Indonesia pada tahun 2019 cukup signifikan dengan penjabarannya yaitu penggunaan Youtube 88%, Facebook 81%, Instagram 80% dan twitter meningkat hingga 52%. Sehingga tindakan kolektif yang digunakan oleh massa aksi #GejayanMemanggil lebih memasifkan dalam penggunaan media sosial, khususnya pada media Twitter sebagai bentuk mobilisasi kolektif yang terdiri atas hardcore yang meliputi koordinator umum aksi, simpatisan yang meliputi organisasi pergerakan mahasiswa dan non-aktivis yaitu masyarakat yang memiliki tingkat kesadaran dan satu kesepahaman yang sama terkait isu yang dituntut dalam aksi #GejayanMemanggil. Dalam hal ini yang dimaksud dengan aktivisme media sosial (Lim, 2013) adalah lebih mungkin untuk berhasil memobilisasi dukungan massa ketika narasinya sederhana, terkait dengan tindakan berisiko rendah dan kongruen dengan meta-narasi dominan, seperti nasionalisme dan religiusitas, sehingga media sosial tidak secara tidak sengaja menghasilkan ruang publik yang ideal di mana partisipasi publik yang efektif dan kuat terjadi. Media sosial memungkinkan banyak ruang jaringan yang beragam muncul. Disisi lain, demonstrasi atau aksi massa merupakan upaya sebagai media dalam menyampaikan aspirasi dan kritik pun sudah mulai ditinggalkan, saat ini telah banyak petisi online yang menampung suara. Pada media digital saat ini pun hadirnya aktivisme media sosial juga diikuti dengan kanal aspirasi digital, misalnya hadirnya *change.org*

bertema “serahkankeKPK” oleh penggiat anti korupsi yang dilakukan intelektual dan mahasiswa pada tanggal 4 Oktober 2012, yang diterima ketua KPK Abraham Samad dan wakil ketua KPK Busyro Muqqodas, mereka meyerahkan satu kardus besar berisi nama-nama pendukung petisi yang berjumlah 5.000 orang, yang kemudian oleh Busyro menamai tindakan mereka sebagai “semut rang-rang” (Dewantara & Widhyharto, 2015).

Penggunaan efektif pada media sosial untuk mengorganisir, berkomunikasi, dan mendapatkan informasi melalui jaringan digital media sehari-hari dan jaringan media sosial yang digunakan dengan cara-cara kreatif untuk menghubungkan protes baik secara internal maupun eksternal aktor media dan opini global, dan untuk merencanakan dan mempercepat mobilisasi protes (Spier, 2017). Oleh karena itu, aktivisme sosial media pada aksi massa #GejayanMemanggil untuk memanfaatkan media sosial untuk mengorganisir, berkomunikasi hingga menggunakan cara-cara kreatif untuk mempercepat mobilisasi protes atas isu sosial politik di Indonesia. Salah satunya pada akun @obedkresna di Twitter yang memposting poster-poster tuntutan yang akan dibawa saat aksi #GejayanMemanggil. Mobilisasi massa menggunakan media sosial yang dilakukan berupa postingan-postingan yang berisikan pesan singkat *broadcast* ajakan aksi damai di Gejayan, Yogyakarta melalui tagar #GejayanMemanggil menjadi *the first trending in social media* (Detik.com, 2019). Jumlah tagar pada masa aksi #GejayanMemanggil mulai tanggal 22 -24 September 2019 dengan beberapa tagar yang memiliki tweet tagar terbanyak, antara lain #GejayanMemanggil (4215 tweet), Reformasi dikorupsi (13.031 tweet) dan Mahasiswa Bergerak (20.971 tweet) (Fahmi, 2019).

Hasil dari viral trending topik di sosial media dalam melakukan mobilisasi massa dan membangun kesadaran masyarakat melalui opini publik tidak sekedar pada media sosial, namun menurut Rico Tode jumlah aksi massa pada #Gejayan Memanggil mencapai 20.000 orang (Tribunnews, 2019). Sesuai dengan kesuksesan dalam aktivisme sosial media untuk mendapatkan dukungan massa karena konten propaganda yang dilakukan melalui tagar #GejayanMemanggil meliputi unsur-unsur (Lim, 2013) yaitu, (1) *Light*

Package, yaitu konten yang dapat dinikmati tanpa membuang banyak waktu; (2) *Headline appetite*, memadatkan informasi untuk mendapatkan perhatian secara singkat; dan (3) *Trailer vision*, cerita yang disederhanakan yang kemudian konten tersebut memiliki banyak *like*, *comment* dan *retweet*, misalnya pada akun @arman_dhani yang memiliki 7.200 retweet dan 8.500 like pada postingan tanggal 23 September 2019 yang menyebutkan, “*apakah demonstrasi dan aksi masa bisa langsung mengubah keadaan? Jawabannya tidak. Tapi sebagai sebuah aksi, ia menunjukkan dimana sikap kita. Utas ini saya coba susun sebagai basis argument dan landasan moral protes langsung oleh publik.*” Konten tersebut memiliki ketiga unsur tersebut sehingga konten yang membawa tagar #GejayanMemanggil secara tidak langsung menjadi faktor trending topik pada Twitter.

Aktivisme yang dibangun oleh aktivis melalui media sosial berhasil dalam menyalurkan sudut pandang aktivis kepada masyarakat sehingga jumlah relawan meningkat. Tetapi terdapat perbedaan disini antara aktivis dengan aktivisme kaum muda. Aktivis adalah individu yang aktif dalam komunitas yang bertujuan untuk melakukan sebuah perubahan yang berlandaskan pada ideologi ataupun nilai tertentu, memegang prinsip dengan kuat dalam melakukan aktivisme, individu-individu tersebut berbeda dengan aktivisme kaum muda, yang sama aktifnya di dalam komunitas, tetapi mereka mungkin mempunyai kepentingan pragmatis sehingga perannya sebagai aktivis mudah tergoyahkan (Dewantara & Widhyarto, 2015). Sehingga yang menjadi tantangan pada aktivisme media digital pada #GejayanMemanggil adalah juga ada kemungkinan terjadi gap pemahaman dan spirit pada isu aksi yang dilakukan sehingga pada aktivisme media sosial hanya gaung diawal saja.

Pada tindakan kolektif yang terjadi dalam aksi #GejayanMemanggil ini juga dilihat dari paradigma gerakan sosial baru dengan menggunakan paradigma mobilisasi sumberdaya, memiliki kelemahan dan kritikan oleh Fireman, B dan W.A Gamson, (1979); juga Jenkins, Craig, J, (1983) terkait dengan voluntarisme yang agak berlebihan dari teori mobilisasi sumber daya dalam fokus sentralnya. Oleh karena itu tokoh

-tokoh tersebut berpendapat bahwa gerakan sosial harus dipahami dalam kerangka model konflik aksi kolektif dan hanya menempatkan sasaran yang dicapai hanyalah mengejar target politik yang diharapkan untuk diperjuangkan (Rusmanto, 2013). Selain itu juga, terkait sosial media aktivisme yang dilakukan dalam aksi #GejayanMemanggil menurut Ismail Fahmi, analisis sosial media dan digital bahwa terjadinya aksi #GejayanMemanggil dengan menghimpun massa yang cukup banyak ini karena banyaknya massa berkumpul dalam waktu yang singkat dari aksi massa di Gejayan (Kompas.com, 2019). Hal ini menguatkan dari kelemahan aksi #GejayanMemanggil yang hanya mengejar target politik yang diperjuangkan meliputi tujuh tuntutan. Namun, aktivisme media sosial menghasilkan banyak klik, tetapi tongkat kecil, yaitu banyak yang gagal mencapai mobilisasi kritis. Selain itu, percakapan dan informasi yang mendominasi media sosial mencerminkan minat, pilihan dan preferensi penggunaannya. Isu disebar oleh media arus utama yang melibatkan masyarakat urban minat kelas menengah menerima cakupan terbanyak (Lim, 2013). Sama halnya pada aksi #GejayanMemanggil dengan memiliki dominasi minat, pilihan dan preferensi pengguna media sosial yang menyebabkan trending topik #GejayanMemanggil hanya bertahan hingga 24 September 2019 sehingga cepat meredup karena preferensi peminat netizen terhadap isu sosial-politik semakin cepat berubah.

Kelemahan pada aktivisme sosial media dalam aksi #GejayanMemanggil juga dapat dilihat pada postingan Twitter bertagar #GejayanMemanggil yang memiliki unsur yang tidak satu kesepemahaman dengan tujuh tuntutan yang sudah disepakati oleh Aliansi Rakyat Bergerak, yaitu meliputi “*efektifkan Angkatan Darat dan Polisi Indonesia untuk menduduki posisi pemerintah; keempat, hentikan militerisme di Papua dan daerah lain. Segera lepaskan tahanan politik Papua; hentikan kriminalisasi aktivis; berhenti membakar hutan di Kalimantan dan Sumatra oleh korporasi, dan mencabut izin perusahaan dari para pembakar hutan; membawa pelanggar hak asasi manusia dan penjahat ke pengadilan, termasuk mereka yang duduk di lingkaran kekuasaan.*” (Sanny Nofrima, 2020). Postingan tersebut merupakan diseminasi infor-

masi yang terjadi selama berjalannya aktivitas aktivisme sosial media bertagar #GejayanMemanggil.

KESIMPULAN

Pada aktivitas yang dilakukan oleh masa aksi #GejayanMemanggil selaras dengan fenomena masyarakat jaringan dengan hadirnya kelompok yang berasal dari suatu individu-individu yang bertemu pada akses jaringan media digital, salah satunya dengan penggunaan media sosial yang dilihat lebih dari 50% masyarakat bahkan yang aksi massa #GejayanMemanggil, sehingga hal tersebut mempermudah untuk membentuk sebuah formasi kelompok sosial berupa aliansi berjejaring digital. Untuk membangun partisipasi politik melalui media digital sangat penting membangun kesadaran kolektif dalam melakukan aksi yang diinisiasi oleh Aliansi Rakyat Bergerak melalui strategi tagar #GejayanMemanggil yang mencapai trending topik Twitter pada tanggal 23 September 2019 sejumlah 4215 tweet.

Tindakan kolektif pada aksi #GejayanMemanggil merupakan bagian dari gerakan sosial baru pada paradigma mobilisasi sumberdaya (*resource mobilization*) sebagai bentuk mobilisasi kolektif dalam pengerahan massa aksi. Hal ini berkaitan dengan aktivisme sosial media yang dilakukan oleh aksi massa dengan menggunakan tagar #GejayanMemanggil dengan mengorganisir, berkomunikasi, dan mendapatkan informasi jaringan media sosial yang digunakan dengan cara-cara kreatif untuk menghubungkan protes serta untuk mempercepat mobilisasi protes. Faktor dalam mudah, cepat dan banyaknya tweet bertagar #GejayanMemanggil karena beberapa unsur yang meliputi *light package*, *headline appetite* dan *trailer vision* sehingga netizen mudah tergerak dengan bahasa yang ringan dan sesuai dengan bahasa sehari-hari. Dan ini menjadikan pembentukan opini publik pada aksi #GejayanMemanggil.

Namun yang menjadi kritik dan kelemahan pada aksi #GejayanMemanggil adalah dengan menggunakan paradigma mobilisasi sumberdaya (*resource mobilization*) tidak ada model konflik aksi kolektif dan hanya mengejar target politik yang diperjuangkan, selain itu juga pada aktivisme media sosial

mudahnya isu politik yang diperjuangkan pada aksi #GejayanMemanggil karena mudahnya pergeseran preferensi minat publik terhadap isu sehingga tagar #GejayanMemanggil menjadi top trending di Twitter dalam waktu hingga 24 September 2019. Selain itu juga yang menjadi kelemahan pada aktivisme sosial media pada aksi ini adalah munculnya diseminasi informasi pada konten yang tidak sesuai dengan isu yang dipropagandakan oleh aliansi melalui tujuh tuntutan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bennett, W. L. (2012). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. In W. L. Segerberg, *Information, Communication & Society*. London: Routledge.
- Crispin Thurlow, L. L. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction And The Internet*. London: Sage Publications.
- Dijk, J. A. (2006). *The Network Society, Social Aspect of New Media*. London: Sage Publications.
- Rusmanto, J. (2013). *Gerakan Sosial: Sejarah Perkembangan Teori Antara kekuatan dan Kelemahannya*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Spier, S. (2017). *Collective Action 2.0 The Impact of Social Media*. United Kingdom: Elsevier Ltd.

Artikel Jurnal dengan DOI

- Bimber, B. (2017). Three Prompts for Collective Action in the Context of Digital Media. *Political Communication Vol. 34*, 6–20. doi: 10.1080/10584609.2016.1223772
- Elmie Nekomata, K. K. (2015). Source effects in the micro-mobilization of collective action via social media. *Information, Communication & Society Vol. 18, No. 9*, 1076–1091. doi: 10.1080/1369118X.2015.1018301
- Lim, M. (2013). Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia Vol. 43, No. 4*, 636–657. doi: 10.1080/00472336.2013.769386
- Lim, M. (2014). *Klik yang Tak Memantik: Aktivisme*

Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia Volume 3 Nomer 1*.doi: 10.7454/jki.v3i1.7846

Pavan, E. (2017). The integrative power of online collective action networks beyond protest. Exploring social media use in the process of institutionalization. *Social MoveMent Studies*, vol. 16, no. 4, 433–446 .doi: 10.1080/14742837.2016.1268956

Rahmawati, D. (2014). Media Sosial dan Demokrasi di Era Informasi. *Jurnal Vokasi Indonesia Volume 2 Nomer 2*.doi: 10.7454/jvi.v2i2.40

Ras Amanda Gelgel, N. M. (2020). Media Sosial Dan Literasi Kebencanaan Di Bali. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 19-30. <https://doi.org/10.14710/interaksi.9.1.19-30>

Sanny Nofrima, A. N. (2020). Cyber-activism on the dissemination of #Gejayanmemanggil: Yogyakarta's student movement. *Jurnal Studi Komunikasi Vol.4(1)*, 103-116.doi: 10.25139/jsk.v4i1.2091

Theocharis, Y. (2015). The Conceptualization of Digitally Networked Participation. *Social Media and Society Sage Publications*, 1-15.doi: 10.1177/2056305115610140

Wortmann, S. (2016). Collective Consciousness. *Wiley Online Library*.doi:10.1002/9781405165518.wbeosc062.pub2

Zuoming Wang, K. C. (2016). #Occupywallstreet: An Analysis of Twitter. *Social Networking*, 5, 101-117. doi: 10.4236/sn.2016.54011

Artikel Jurnal Pada Website

Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication 1* , 238-266. Diterima dari <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>

Ramma Wisnu Dewantara, D. S. (2015). Aktivisme dan Kesukarelawanan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 19*

Nomer 1, 40-52. Diterima dari: <https://journal.ugm.ac.id/jsp/article/view/10855/pdf>

Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomer 3*, 379-398. Diterima dari: <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/123/131>

Xu, K. (2013). Framing Occupy Wall Street: A Content Analysis of The New York Times and USA Today . *International Journal of Communication 7* , 2412-2432. Diterima dari:<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2089/1017>

Artikel Berita Pada Website

Buruh.co. (2019, September 23). *Pergerakan Kita*. Retrieved from Buruh.co: <https://buruh.co/aksi-damai-gejayanmemanggil-usai-tetapi-jangan-lupa-terus-kawal-dpr-ri-dan-pemerintah/>

Detik.com. (2019, September 23). *Kolom*. Retrieved from Detiknews: <https://news.detik.com/kolom/d-4719066/gejayan-memanggil-viral-di-media-sosial-masif-di-lapangan>

Kompas.com. (2019, September 23). *Tren*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2019/09/23/203000265/cuma-trending-sehari-kok-gejayanmemanggil-bisa-gerakkan-ribuan-massa->

Kumparan. (2019, September 23). *Kumparan news*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/@kumparannews/7-tuntutan-mahasiswa-di-balik-aksi-damai-gejayan-1rv0kSzbdpM>

Tribunnews. (2019, September 23). *DIY*. Retrieved from Tribun Jogja: <https://jogja.tribunnews.com/2019/09/23/aksi-damai-gejayan-memanggil-berjalan-tertib>

Report

APJII. (2018). *Hasil Survei Nasional Penetrasi Pengguna Internet* . Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

APJII. (2020). *Data Penetrasi Internet 2019-2020*. Jakarta: APJII.