

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Social activism merupakan proses sosial yang dilakukan oleh para aktivis kolektif dalam mengartikulasikan kepentingan mereka, menyuarakan keluhan dan kritik, serta menyarankan solusi terhadap masalah yang telah terindikasi dan terlibat dalam berbagai tindakan kolektif (Cammaerts, 2015). Selanjutnya, Cammaerts juga menjelaskan Terdapat 3 ciri dari gerakan aktivisme sosial yaitu: 1) Gerakan muncul dan bersifat konfliktual serta memiliki lawan ideologis yang jelas; 2) gerakan harus tersruktur melalui jaringan-jaringan informal yang padat; dan 3) diarahkan pada pengembangan, mempertahankan, dan berbagi identitas yang kolektif.

Selanjutnya, dijelaskan bahwa aktivisme merupakan sebuah gerakan sosial yang bertujuan untuk membawa perubahan di masyarakat yang umumnya dilakukan oleh kelompok maupun aktivis sosial yang peduli terhadap sebuah isu sosial serta secara terorganisir melakukan tindakan untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan isu tersebut (Putri, 2022). Pergeseran media dalam masanya memunculkan teknologi jaringan digital menyebabkan perpindahan saluran distribusi dan format komunikasi yang termasuk di dalamnya adalah media sosial. (Cammaerts, 2015) akhirnya media sosialpun dapat memainkan peran yang semakin konstitutif dalam mengorganisasi sebuah aktivisme sosial.

Media sosial merupakan jejaring sosial sebagai media para pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, bahkan memuat konten termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum di dunia virtual menjadi bagian krusial dari dunia teknologi dan internet saat ini (Nainggolan et al., 2018). Pada umumnya bentuk aktivisme dilakukan secara langsung seperti kampanye, demonstrasi, protes maupun boikot, tapi pergeseran ini muncul saat aktivisme sosial dalam membentuk gerakannya bukan lagi dilakukan berupa aksi langsung, namun terdapat peran media baru sebagai wadah penggerak aktivis sehingga dapat membentuk gerakan sosial (Putri, 2022).

Perkembangan aktivisme digital ini telah dilakukan sejak tahun 1994 dengan 4 fase perkembangan menurut Karatzogiani dalam (Rochmawati & Alamiyah, 2024). Menjelaskan bahwa fase pertama diawali oleh tim Berners Lee yang menemukan *World Wide Web* pada tahun 1991, saat *digital social activism* pertama kali dilakukan saat gerakan Zapastista di Meksiko pada tahun 1994, yaitu gerakan anti globalisasi yang menolak pelaksanaan perjanjian perdagangan bebas Amerika Utara, gerakan ini menggunakan teknologi telepon satelit dan internet dalam proses penggalangan massanya.

Fase kedua, dalam kurun waktu 2001-2007 dengan aksi *digital social activism* berupa Peristiwa perang Afghanistan dan Irak yang menimbulkan dampak peningkatan politik internet diruang publik global yang kemudian meningkatkan aktivisme digital dalam bentuk protes anti-perang, yang mana TIK digunakan untuk mempercepat mobilisasi massa. Selanjutnya fase ketiga, pada tahun 2007-2010 yang dimulai dari konflik besar Ossetia Selatan, pada tahun 2008 senator Barack Obama menggerakkan kekuatan aktivisme media sosial untuk memenangkan pemilihan presiden di Amerika Serikat. Fase terakhir pada kurun waktu 2010-2014 aktivisme digital dilakukan saat rilis video dari *WikiLeaks*, sebuah situs yang terkenal karena sering menerbitkan informasi mengenai rahasia pemerintah dan perusahaan yang berkaitan erat dengan kepentingan publik. Hingga sebuah peretasan Sony di akhir tahun 2014 yang menandakan bahwa *social activism* ini menuju babak baru yaitu berupa aktivisme digital.

Aktivisme di internet dapat dikatakan sebagai bentuk partisipasi dalam gerakan sosial melalui teknologi komunikasi media sosial seperti instagram, facebook, twitter bahkan youtube (Yilmaz, 2017). Dari bentuk aktivisme secara *online* tersebut sangat memungkinkan bagi para aktivis dalam berkomunikasi lebih cepat dengan penyebaran informasi kepada khalayak yang lebih luas. Media yang digunakan dalam aktivisme digital merupakan media sosial yang banyak hadir di era sekarang.

Menurut Rotman,et al dalam (Hartoyo Maharani Nunik & Supriadi Dandi, 2015) mengkategorikan dua jenis kegiatan aktivisme di media yaitu adalah 1) *Practical activism* yang didefinisikan “*the use of a direct, proactive and often confrontational action towards attaining a societal change*” yang berarti tindakan aktivisme sosial ini haruslah

berupa tindakan langsung yang berdampak seringkali konfrontatif yang bertujuan untuk mencapai perubahan dalam masyarakat. 2) *Slacktivism* yang didefinisikan sebagai “*low-risk, low-cost activity via social media, whose purpose is to raise awareness, produce change, or grant satisfaction to the person engaged in the activity*”.

Pernyataan diatas menambah kesan bahwa sebuah aktivisme sosial yang dilakukan di media sebagai sebuah gerakan malas tanpa mengetahui tujuan gerakan tersebut. (Madison Nora & Klang Mathias, 2020) menjelaskan beberapa kritik mengenai aktivisme digital, antara lain; bahwa aktivisme digital itu sia-sia, aktivisme yang membuat orang merasa senang karena mereka yang berpartisipasi dalam upaya tersebut tidak terdorong untuk membantu dunia namun hanya memiliki motivasi yang sangat egois. Setelah itu aktivis narsistik, dijelaskan bahwa mereka yang terlibat mencoba untuk memfokuskan perhatian yang sebenarnya hanya pada diri mereka sendiri, dengan menunjukkan sifat-sifat baik. (Stein dalam Madison Nora & Klang Mathias, 2020), mengatakan bahwa argumen ini sejalan dengan kritik umum terhadap generasi kini sebagai generasi yang dangkal, malas, tergilagila dengan teknologi dan tidak tertarik pada politik. Penelitian lain mengungkap bahwa Aktivisme media sosial menandai suatu periode inovasi dan eksperimen dalam penggunaan sebuah teknologi media baru dan budaya yang partisipatif. Berangkat dari penggambaran *online*, budaya populer hingga penggabungan dengan kegiatan sosial sehingga menciptakan budaya baru yang menjadikan jutaan orang dapat berkumpul, memiliki tujuan yang sama disatu gerakan sosial. (Lim, 2014).

Namun, dari banyaknya kritik mengenai aktivisme di internet terdapat berbagai manfaat yang terjadi apabila aktivisme dilakukan dalam ranah digital. Terbukti dari kasus *Media social activism* harus dianggap sebagai alat yang memfasilitasi dalam penyatuan massa, memobilisasi dan menarik massa untuk terlibat dalam gerakan sosial. Mudahnya kegiatan berbagi/ sharing, bergabung dan berinteraksi membuat penyebaran informasi mengenai aktivisme sosial pada jaringan yang luas menjadi lebih mudah (Lim, 2014).

Media memiliki peranan penting dalam penyebarluasan aktivisme sosial, seperti saat kasus Cicak VS Buaya salah satu contoh pertama mengenai aktivisme sosial di media yang ada di Indonesia. Kasus ini populer dikalangan generasi muda ketika berita menyebar melalui situs-situs jejaring sosial, khususnya Facebook. Pada Juli 2009 kasus

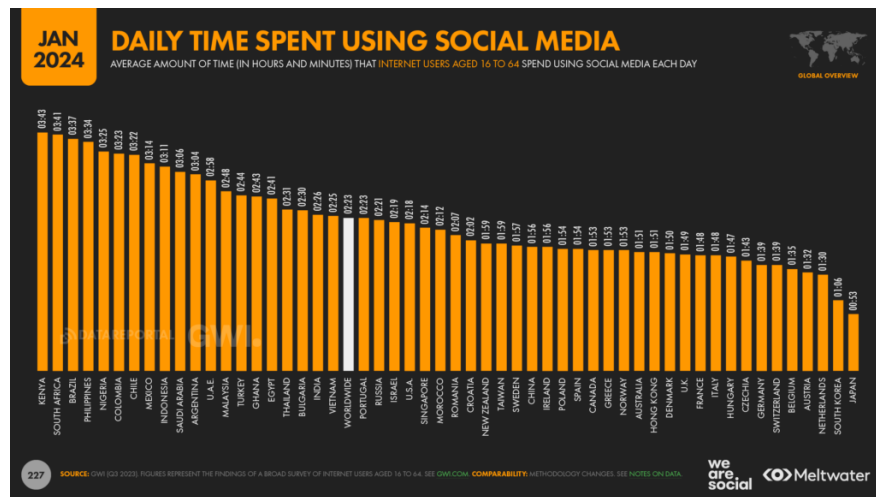
ini muncul pada media arus utama, berupa “Gerakan 1.000.000 Facebookers Dukung Chandra Hamzah dan Bibit Samad Riyanto” saat ini diluncurkan anggota grup tersebut melampaui satu juta anggota. Penggambaran kasus ini dilakukan dengan poster *online* Cicak VS Buaya di Facebook, saat *Indonesian Corruption Watch* menajak masyarakat untuk berunjuk rasa sekitar 5.000 pengguna facebook tampil di jalan untuk menunjukkan dukungan untuk Cicak (Lim, 2014).

Sama halnya dengan istilah *hashtag activism* (Goswami, 2018) menjelaskan aktivisme tagar merupakan tindakan yang membangun hubungan publik atau gerakan melalui media sosial untuk suatu tujuan yang saat ini telah berkembang sebagai pendekatan populer untuk menyuarakan isu perubahan melalui media sosial dan memiliki kemampuan untuk memasukkan suara baru ke dalam wacana publik. yang pernah dilakukan seperti *#BlackLivesMatters*, dalam kajian (Mundt et al., 2018) bagi sejumlah kelompok *Black Lives Matters* media sosial dianggap membangun hubungan langsung dan personal dalam komunitas aktivis BLM. Kajian ini juga menyoroti pentingnya media sosial untuk memobilisasi sumber daya dari orang luar dan anggota gerakan yang awam. Dalam kasus BLM ini media sosial berperan sebagai alat untuk membangun koalisi dengan mengundang mereka pada obrolan grup Facebook atau memberi like, atau sebaliknya hal ini memungkinkan pengurus BLM untuk terhubung dengan orang lain di seluruh dunia yang peduli pada kasus BLM.

Kasus yang sama untuk *hashtag activism* adalah *#Kony2012* yang bertujuan untuk menyebarkan kesadaran mengenai pelanggaran hak asasi manusia di Afrika Tengah yang fokusnya untuk menuntut penangkapan dan pengadilan pemimpin militan Afrika di Mahkamah Kriminal Internasional. Hasilnya pada hari kelima kampanye *Invisible Children* telah mencapai lebih dari 3,80000 pengikut dan lebih dari 2,5 juta penggemar facebook serta video youtube yang telah ditonton lebih dari 100 juta. Beberapa hal yang menjadi kajian menarik disini ditemukan bahwa narasi yang dibawakan sederhana dan menarik, pemanfaatan jaringan yang baik sebagai kunci dalam keberhasilan sebuah video menjadi viral di media sosial (Goswami, 2018).

Akibat dari banyaknya jenis aktivisme sosial yang terjadi sekarang, perubahan yang sejalan dengan perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan bagi para aktivis untuk

menyebarkan kegiatan sosialnya. Salah satu media yang populer digunakan yaitu Instagram, Sebuah survey dari Hootsuite *We Are Social* pada tahun 2023 tercatat pada *United Nations World Population* bahwa sekitar 8.08 Juta manusia yang hidup di bumi dengan lebih 66% menggunakan internet.

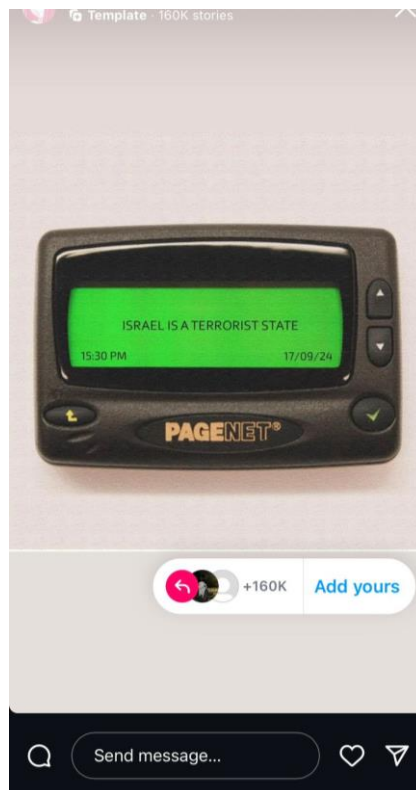


Gambar 1.1.1 Penggunaan Harian Sosial Media di Dunia

Sesuai gambar diatas Indonesia rata-rata penggunaan aktif sosial media pada 03:11 menit setiap harinya, hal ini menjadikan Indonesia menduduki peringkat dalam 10 negara paling aktif di media sosial. Dari total populasi manusia survey ini juga menunjukkan bahwa sebanyak 16.5% dari seluruh pengguna aktif sosial media memilih Instagram sebagai *platform* favorit mereka. (Hootsuite,2023). Instagram sebagai salah satu aplikasi sosial media yang banyak digunakan karena instagram menawarkan fitur yang menarik untuk digunakan, terlebih jika fitur tersebut interaktif termasuk fitur “*Add Yours*”. Dalam fitur ini memungkinkan bagi pengguna untuk berbagi konten pada satu tema dengan pengguna lain sehingga menciptakan sebuah pola interaksi yang luas.

Awal mula instagram hadir sebagai *platform* media sosial pada tahun 2010, menurut (Atmoko dalam Madani, 2021) instagram merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan di jejaring sosial. Fitur-fitur instagram saat ini antara lain *Insta story*, *live*, *reels*, *highlight*, *feed*, *home page*, *Direct Message*, *Explore*, dan yang terbaru saat ini adalah *Add yours*.

Fitur stiker balasan ini diperkenalkan Instagram pada tahun 2021, pada dasarnya fitur ini memungkinkan bagi pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna lain dengan menulis maupun menanggapi sebuah topik. Dalam fitur ini pula terdapat kredit “Dimulai oleh” yang artinya ketika sebuah akun muncul dengan kredit tersebut maka akun itu yang mengawali topik tersebut di Instagram (Instagram, 2024). Akhirnya *add yours* ini marak digunakan sebagai sebuah media untuk menggaungkan berbagai topik yang sedang terjadi di belahan dunia manapun. Seperti halnya saat terjadi pengeboman di Arafah Palestina, fitur *add yours* ini digunakan untuk menyebarkan informasi bahwa telah terjadi kekerasan, perebutan hak asasi, penyalahgunaan senjata yang dilakukan Israel.



Gambar 1.1.2 Add Yours Isu Israel-Palestina

Postingan diatas menunjukkan kalimat :”*Israel Is a Terrorist State*” yang artinya Israel adalah negara teroris, isu mengenai kekejaman Israel ini banyak disuarakan di seluruh dunia. Terlihat bahwa 160 ribu akun telah memposting ulang konten tersebut, artinya mereka setuju dengan isi konten tersebut dan ingin menyebarkan bahwa fakta-

fakta mengenai israel merupakan negara teroris karena telah melakukan tindakan kekejian pada Palestina. Penggunaan fitur *add yours* disini juga menarik perhatian bagi *audience*.



Gambar 1.1.3 Add Yours Peringatan 1 Tahun Genosida Palestina

Masih dengan isu yang sama mengenai kekejaman Israel terhadap Palestina, sebuah akun @amalcintaalaqsha memposting *instastory* menggunakan fitur instagram *add yours* yang tertulis bahwa “1 Tahun Genosida Palestina” dalam postingan ini termuat pula data-data mengenai korban jiwa dan kerusakan yang terjadi akibat kejadian yang menimpa palestina. Sebanyak 46 ribu akun memposting ulang konten tersebut, banyaknya orang setuju dan termotivasi untuk menyebarluaskan kegiatan ini dianggap sebagai *social activism* karena mereka peduli dengan keadaan dan ingin merespon serta merubah pandangan masyarakat mengenai kekerasan. Dianggapnya bahwa kekerasan disini telah mengorbankan banyak jiwa, kerusakan, kerugian yang tak ternilai. Dari muatan konten inilah peranan fitur instagram *add yours* dilakukan, semua orang dapat memposting ulang konten tersebut sehingga lebih banyak untuk dijangkau dan dibaca

oleh pengguna akun lain. Kelebihan fitur *add yours* ini memudahkan pengguna untuk meningkatkan interaksi yang memungkinkan mereka untuk terlibat dalam suatu tren di media sosial, selain itu visibilitas dari sebuah akun juga akan meningkat termasuk *engagement* akun.

Penyebarluasan melalui fitur ini sangat luas dan cepat, semua orang dapat dengan mudah mengakses dan melihat apa yang sedang menjadi trend pembicaraan hangat di media sosial instagram. Walaupun *media social activism* yang dilakukan diatas sebatas sebagai pemberian ruang informasi mengenai keadaan yang terjadi, namun ada postingan *add yours* yang berkaitan dengan isu lingkungan. Salah satu contohnya akun @trashcontrolcommunity, sebuah akun komunitas yang fokusnya pada bidang lingkungan.



Gambar 1.1.4 Add Yours Komunitas @trashcontrolcommunity

Pada Sabtu, 7 September 2024 komunitas Trash Control Community melakukan aksi solidaritas peduli pantai bersama Himpunan Mahasiswa Plonologi / HMPL Institut Teknik Surabaya. Dalam aksinya ini komunitas bersama HMPL melakukan kegiatan bersih-bersih pantai Kenjeran, Surabaya. Dari aksi tersebut yang diunggah di media sosial, terdapat sebuah postingan instastory yang memuat konten AKSOL atau singkatan dari Aksi Sosial dan terdapat kalimat “Apa cuma kita yang peduli pantai?” kalimat ini seakan memberikan fakta bahwa masyarakat saat ini tidak terlalu peduli dengan lingkungan khususnya pantai. Dari postingan ini termuat juga foto-foto yang berkaitan dengan aksi nyata bersih-bersih pantai yang dilakukan. Oleh karenanya fitur instagram *add yours* juga membantu dalam penguatan sebuah kegiatan sebagai media promosi dan aksi untuk melakukan hal yang berkaitan dengan isu lingkungan secara langsung.

Penggunaan fitur *add yours* ini kian digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, sebagai pemberi ruang informasi, berinteraksi dan berbagi pengalaman. Termasuk dalam berbagai isu yang sedang marak dibicarakan, khususnya isu lingkungan. Berbeda dengan organisasi *trash control community* yang menggunakan *add yours*

sebagai bahan dokumentasi kegiatannya. Sebuah yayasan dengan akun instagram @Ecoton.id, Ecoton singkatan dari *Ecological Observations and Wetland Conservations* berupa yayasan kajian ekologi dan konservasi lahan yang fokusnya pada penyelamatan dan perlindungan sungai Brantas di Jawa Timur dalam rangka mengurangi polusi limbah industri dan plastik sekali pakai di sungai dengan 3 pilar yaitu, penelitian, edukasi, dan advokasi. (Ecoton.or.id 2024).



Gambar 1.1.5 Logo ECOTON

Yayasan ini secara aktif tergabung di media sosial instagram pada tahun 2018, akun ini mendapatkan rata-rata *engagement rate* per post nya yaitu pada 1.43%. Dalam perkembangannya media sosial akun Ecoton dijadikan sebagai ruang sarana edukasi dan informasi mengenai kajian isu lingkungan yang terjadi pada sungai di Jawa Timur. Ecoton juga memakai fitur instagram yang ada seperti *photo post*, *insta story*, *reels*, *direct message*, termasuk *add yours*. Penggunaan fitur-fitur ini juga membantu untuk penyebarluasan informasi mengenai topik lingkungan yang sedang terjadi. Konten yang disebarluaskan melalui fitur *add yours* dapat di eksplorasi dengan konten yang menarik berupa visual yang lebih kreatif.

Tentu peranan fitur instagram *add yours* ini memberikan peluang baik bagi kegiatan *social activism*. Pada kehidupan nyata yayasan ini juga melakukan sebuah aksi konkrit di masyarakat, antara lain kegiatan pembersihan sungai brantas, dan pemberian edukasi dalam pengelolaan limbah rumah tangga, selain itu Ecoton juga aktif berperan mengajukan berbagai petisi donasi untuk kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Artinya bahwa selain terdapat pendekatan pada konteks media sosial untuk menyuarakan kegiatan sosialnya, Ecoton secara nyata melakukan aksi langsung di masyarakat untuk menyelamatkan lingkungan. *Mixed method* yang digunakan ini sangat jelas membantu dalam proses penyuaran aktivisme sosial, terlebih pada era sekarang menjadikan media

sosial menjadi ruang paling luas untuk mendapatkan dan mengunggah sesuatu secara cepat.

Urgensi penelitian ini muncul karena media sosial saat ini menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan mengenai isu lingkungan. Ecoton sebagai subjek akan menjadi contoh yang tepat karena mereka secara aktif menggunakan media sosial untuk membagikan kegiatan *social activism*nya. Alasan memilih Ecoton sebagai subjek penelitian adalah konsistensi mereka dalam memanfaatkan berbagai fitur instagram termasuk *add yours* untuk menyebarkan pesan dan mengajak masyarakat lebih peduli terhadap isu lingkungan. Selain itu, eksistensi Ecoton tidak hanya pada lingkup regional namun Ecoton telah dikenal dunia, dibuktikan mereka telah mengikuti kegiatan konferensi di Korea Selatan untuk mengatasi permasalahan mikroplastik.

Demikian, melalui fitur *add yours* ini memberikan peluang baru bagi *media social activism* Ecoton, dengan memberikan berbagai macam keuntungan yang memungkinkan individu dalam berbagi ide, pengalaman, dan mendukung kampanye sosial dengan balasan timbal balik yang efektif serta mudah untuk diakses. Peranan fitur instagram *add yours* ini pula akan menambah tradisi baru dalam aktivisme gerakan sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana *media social activism* Ecoton dalam fitur “*add yours*” di instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mendeskripsikan tentang *media social activism* Ecoton dalam fitur “*add yours*” di instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai studi dalam pengembangan ilmu mengenai fitur-fitur instagram maupun sosial media lain yang berdampak pada kegiatan *social activism*. Serta hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi penelitian

selanjutnya yang membahas mengenai *media social activism* serta tradisi atau cara penggunaan yang lebih modern.

1.4.2 Manfaat Praktis

A. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pandangan, informasi, dan manfaat mengenai penggunaan fitur instagram *add yours* di masa mendatang agar lebih efisien dan tepat guna bagi gerakan *media social activism*.

B. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, manfaat, evaluasi serta saran mengenai penggunaan fitur instagram *add yours* dan fitur maupun inovasi teknologi digital lainnya dalam proses *media social activism*.