

i, Alo. (2007). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Elkis  
Richard & Lynn H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi; Analisis dan Aplikasi*.  
: Salemba Humanika

#### Elektronik

ono. (2012). *New Media dan Ruang Partisipasi Warga*, dalam jurnal elektronik  
K-

Vol. 14, No. 2, Desember 2012 <[http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/i-yogyakarta/files/2013/01/06\\_Artikel-Jurnal\\_Budiyono\\_191-210-E-rcv-1f](http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/i-yogyakarta/files/2013/01/06_Artikel-Jurnal_Budiyono_191-210-E-rcv-1f)> (diakses pada 13 Oktober 2014).

allah, Rulli. (2012). *Internet dan Ruang Publik Virtual, Sebuah Refleksi Atas Teori Ruang*  
*Habermas*, dalam jurnal elektronik *Komunikator*, Vol. 4, No. 1, 1 Mei 2012 <<http://amy.ac.id/fakultas-ilmu-sosial-ilmu-politik/wp-content/uploads/2011/07/1-Komunikator-Volume-4-Nomor-1-2012.pdf>> (diakses pada 13 Oktober 2014).

adi, AdvanNavis. (2011). *Ruang Publik dalam Media Baru (www.kaskus.us)*, dalam  
elektronik *Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2011 <[http://www.wmia.edu/6387407/RUANG\\_PUBLIK\\_DALAM\\_MEDIA\\_BARU\\_www.us.us](http://www.wmia.edu/6387407/RUANG_PUBLIK_DALAM_MEDIA_BARU_www.us.us)> (diakses pada 13 Oktober 2014).

site

, Kang. (2012). *Kriteria Ruang Publik Virtual (Virtual Sphere)*. Dipublikasikan pada  
li 2012 <<http://kangarul.com/kriteria-ruang-publik-virtual-virtual-sphere/>>  
sespada 12 Oktober 2014).

iring, Amstrong. (2010). *Demokrasi Digital*. Dipublikasikan pada 22 Februari  
|

p://www.wattpad.com/2640436-demokrasi-digital> (diakses pada 12  
ober 2014).

\_\_\_\_\_. (2014). *Gerakan Sosial Publik Virtual*. Dipublikasikan pada 24 Agustus  
4

tp://m.koran-sindo.com/node/415000> (diakses pada 12 Oktober 2014).

## PERAN MEDIA BARU DALAM PERKEMBANGAN GERAKAN SOSIAL

Dwi Retno Hapsari  
Staf Pengajar Departemen Sains Komunikasi & Pengembangan  
Masyarakat  
Institut Pertanian Bogor  
enno0910@gmail.com

### ABSTRAK

Gerakan sosial marak terjadi di Indonesia, terlebih sejak era reformasi tahun 1998 dan munculnya media baru, seperti internet, mendorong kebebasan untuk menyampaikan segala hal, termasuk mendorong tumbuhnya berbagai gerakan sosial. Gerakan sosial lahir dari situasi dalam masyarakat karena adanya ketidakadilan dan sikap sewenang-wenang terhadap masyarakat. Saat ini banyak gerakan sosial yang menggunakan media baru untuk mengembangkan jaringannya, antara lain gerakan relawan bencana alam, gerakan kemanusiaan, gerakan lingkungan dan berbagai gerakan sosial lainnya. Media baru ialah hasil integrasi media dan jaringan sosial. Atribut media baru dapat mengubah pola informasi dalam jaringan sosial. Media baru dapat menggeser hubungan kekuasaan dimana media

baru harus memfasilitasi demokrasi dan memberdayakan warga negara. Meningkatnya penetrasi pengguna internet berdampak terhadap perubahan cara berkomunikasi masyarakat di Indonesia, yang juga mempengaruhi gerakan sosial. Saat ini gerakan sosial tidak selalu dilakukan secara fisik, melainkan bisa juga melalui non-fisik. Dengan kata lain, penggunaan media baru memiliki potensi menjadi sebuah alat untuk melakukan perubahan dan demokrasi. Oleh karena itu, menarik untuk mengkaji peran media baru dalam perkembangan gerakan sosial.

**Kata Kunci:** Media baru, gerakan sosial, jaringan

## PENDAHULUAN

Gerakan sosial marak terjadi di Indonesia, terlebih sejak era reformasi tahun 1998 dan munculnya media baru, seperti internet, mendorong kebebasan media yaitu bebas menyampaikan segala hal, termasuk mendorong tumbuhnya berbagai gerakan sosial. Secara kuantitatif, jumlah gerakan sosial tidak dapat dipastikan jumlahnya karena merupakan pergerakan informal yang tidak perlu dicatatkan pada suatu lembaga resmi. Namun demikian, jika penulis menelusuri kata gerakan sosial di Indonesia pada mesin pencari *google*, maka akan ditemukan hampir enam ratus ribu artikel. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa topik gerakan sosial di Indonesia merupakan salah satu hal yang menarik untuk dikaji.

Dalam paper ini, penulis mencoba menghubungkan gerakan sosial dengan media baru. Hal ini di latar belakang karena kondisi saat ini banyak gerakan sosial yang menggunakan media baru untuk mengembangkan jaringannya, antara lain gerakan relawan bencana alam, gerakan kemanusiaan, gerakan lingkungan dan berbagai gerakan sosial lainnya.

Kehadiran internet memberikan kemudahan dalam mobilisasi massa dan memberikan kemudahan antar orang untuk berkomunikasi. Belajar dari berbagai gerakan sosial di kawasan Timur Tengah dimana gerakan sosial melalui media baru telah berhasil menjatuhkan rezim yang sedang berkuasa. Media baru dianggap sebagai salah satu hal yang berbahaya bagi sebuah kekuasaan, sehingga beberapa pemerintah negeri di dunia membuat peraturan memblokir media baru, seperti media sosial *Facebook*, *Twitter* dan bahkan *Youtube*. Menurut Berger (2013), saat ini media sosial dianggap sebagai gelombang masa depan sekaligus saluran untuk menumbuhkan kelompok pengikut

Media baru merupakan hasil integrasi atau penggabungan media dan jaringan sosial. Dari pengertian ini, setidaknya ada tiga karakteristik utama yang terdapat di dalam sebuah media baru, yaitu integrasi (lengkap), interaktif (komunikasi dua arah), dan digital (aneka lambang disederhanakan ke dalam *binary digits*). Internet memberikan dampak potensial terhadap individu, organisasi, dan masyarakat di seluruh disiplin ilmu. Misalnya, selain mengubah praktek komunikasi interpersonal dan pemahaman privasi, kemajuan teknologi informasi juga mempengaruhi pengertian tentang ruang dan waktu. Media baru mengubah berbagai aspek struktur sosial, misalnya gagasan bahwa kendala ruang dan waktu dihapus oleh media baru (Van Dijk, 2006).

Jaringan sosial dari individu, kelompok, dan organisasi yang direalisasikan pada internet dan jaringan telepon seluler merupakan pengembangan media baru. Simpul jaringan adalah sama pentingnya dengan koneksinya dan sementara media baru mempengaruhi penggunaannya, para pengguna juga membentuk sifat media baru. Media baru memperkuat perubahan tren yang ada. Dampaknya selalu mencerminkan konteks sosial, budaya, dan politik saat ini. Atribut media baru dapat mengubah pola informasi dalam jaringan sosial. Media baru dapat menggeser hubungan kekuasaan dimana

media baru harus intrinsik memfasilitasi demokrasi dan memberdayakan warga negara. Hal ini sejalan dengan pemikiran Van Aelst (2002) bahwa demokrasi digital merupakan dampak dari evolusi internet. Pertumbuhan internet yang pesat telah menempatkan perdebatan mengenai konsekuensi potensial dalam media baru dan proses politik, dalam agenda riset masa datang.

Gerakan sosial lahir dari situasi dalam masyarakat karena adanya ketidakadilan dan sikap sewenang-wenang terhadap masyarakat. Menurut Stompzka (1993), secara ringkas, gerakan sosial adalah sekelompok orang bertindak bersama secara longgar terorganisir dengan cara tidak melembaga untuk menghasilkan perubahan dalam masyarakat. Gerakan sosial dapat dipandang sebagai produk perubahan sosial, tetapi juga dapat menghasilkan transformasi sosial berikutnya. Gerakan nampak sebagai sarana atau pembawa, pemindah perubahan yang sedang berlangsung daripada sekedar penyebab utama atau hanya manifestasi permukaan saja.

Keterhubungan media baru dan gerakan sosial dalam paper ini dilatarbelakangi oleh penetrasi pengguna internet di Indonesia yang berkembang begitu pesat dan memberikan pengaruh terhadap cara berkomunikasi masyarakat di negeri ini. Pada tahun 2011, penetrasi pengguna internet di Indonesia telah mencapai 40-45 persen. Padahal di tahun 2010 lalu rata-rata penetrasi penggunaan Internet di kota urban Indonesia masih 30-35 persen.<sup>1</sup> Cahyadi (2011) menyatakan bahwa perubahan cara berkomunikasi turut mempengaruhi sebuah gerakan sosial di negeri ini. Jika sebelum ada internet, upaya konsolidasi dan mobilisasi gerakan dilakukan secara *offline*, maka sekarang bisa dilakukan secara *online*, atau dapat dikatakan bahwa saat ini gerakan sosial tidak selalu dilakukan secara fisik seperti demonstrasi massa yang terjun langsung ke lapangan, melainkan bisa juga melalui non-fisik seperti membuat tulisan berisi opini, himbauan, dan hal-hal lain yang bisa mempengaruhi orang lain serta mengumpulkan dukungan.

Sebuah kutipan menarik pada tulisan Merlyna Lim (2013) berkaitan dengan media baru dan gerakan sosial yaitu: *"In November 2010, a CNN Tech report designated Indonesia—a country mostly known for "sandy beaches, palm trees, and smiling inhabitants"—a "Twitter Nation" in reference to a ComScore report (2010) where Indonesia was dubbed the most Twitter-addicted nation on the planet. CNN reporter Sara Sidner (2010) enthusiastically pointed out: "Indonesia is crazy about online social networking ... but all the Tweeting, texting, and typing is not just for fun. It is also being used as a tool for change."* Berdasarkan kutipan tersebut, saya sebagai penulis melihat bahwa terdapat peluang bagi media baru menjadi alat untuk melakukan suatu perubahan. Terlebih saat ini, banyak masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan media baru dalam aktivitas komunikasi sehari-hari.

Saat ini penggunaan media baru untuk gerakan sosial semakin banyak, karena media baru dianggap bisa menjadi sebuah alat untuk melakukan perubahan dan demokrasi. Namun yang menjadi perhatian penulis dalam paper ini adalah mengapa banyak kasus gerakan sosial yang menggunakan media baru tidak berhasil? Mengapa ada gerakan sosial yang berhasil dan gagal? Lim (2013) menyatakan bahwa gerakan sosial pada media baru cenderung cepat, ramping, dan banyak. Dengan kata lain, gerakan sosial yang dilakukan pada media baru terlihat beberapa menit dan dengan cepat menghilang tanpa arah. Hasilnya bisa jadi banyak klik, tidak seimbang distribusi untuk setiap sebab, tetapi lemah kekuatannya. Dengan demikian terdapat beberapa alasan menyebabkan gerakan sosial yang menggunakan media baru, bisa berhasil atau tidak. Oleh sebab itu, maka menarik untuk mengkaji peran media baru dalam perkembangan gerakan sosial, mencakup analisis peran media baru dan identifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan gerakan sosial yang di mediasi oleh media baru.

<sup>1</sup> <http://teknokompas.com/read/2011/10/28/16534635/Naik.13.Juta.Pengguna.Internet.Indonesia.55.Juta.Orang>

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian dan Karakteristik Media Baru (*New Media*)

Menurut Van Dijk (2006), media baru ialah hasil integrasi atau penggabungan media dan jaringan sosial dan sebagai indikator komunikasi struktural. Dari pengertian ini, setidaknya ada tiga karakteristik utama yang terdapat di dalam sebuah media baru, yaitu integrasi, interaktif, dan digital. Pada dasarnya media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh media baru: Internet, *website*, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD.

Internet merupakan jaringan antar jaringan, dimana terdapat keterhubungan, memberikan dampak potensial terhadap individu, organisasi, dan masyarakat di seluruh disiplin ilmu. Misalnya, selain mengubah praktek komunikasi interpersonal dan pemahaman privasi, kemajuan teknologi informasi juga mempengaruhi pengertian tentang ruang dan waktu. Contoh media baru, termasuk media sosial, komunikasi melalui komputer (CMC), *e-book*, pengetahuan berbagai *platform*, dan sistem *e-voting*. Secara sederhana media baru dapat dikatakan sebagai media yang terbentuk dari kegiatan interaksi antara manusia dengan komputer khususnya internet. Media baru merupakan istilah yang muncul sebagai konsekuensi dari kemajuan teknologi digital, komputer, dan perkembangan jaringan teknologi informasi dan komunikasi (ICT).

Media baru memperkuat perubahan tren yang ada. Dampaknya selalu mencerminkan konteks sosial, budaya, dan politik saat ini. Atribut media baru dapat mengubah pola informasi dalam jaringan sosial. Misalnya, kemampuan menyimpan data yang memungkinkan komunikasi *asynchronous* (tidak bergantung pada waktu) “*realtime*” (waktu yang sesuai saat kejadian), dan interaktif pada media baru.

Pembahasan mengenai internet, seringkali identik dengan media baru. Pada awal bukunya, Martin Lister (2009) menggambarkan media baru sebagai sarana atau media apapun yang memuat sebuah ide yang baik dan baru. Ciri-ciri media baru mengacu pada berbagai perubahan dalam produksi media, distribusi dan penggunaan. Adapun beberapa istilah utama dalam konsep tentang media baru, antara lain: *digital*, *interaktif*, *hypertextual*, *virtual*, *jaringan*, dan *simulasi*. Hal ini sekaligus mencakup aspek fisik dan material dari suatu teknologi. Teknologi komunikasi digital memindahkan suara, gambar, dan teks ke dalam komputer dengan format yang mudah dibaca dengan merubah ke dalam bentuk *binary digit* (bits) dibuat secara elektronik menjadi 1 dan 0, singkatnya dimana semua aneka lambang bentuk informasi dapat disederhanakan

Perubahan media sejak informasi diwujudkan dalam bentuk bit pada data komputer memudahkan orang menikmati dan memproduksi informasi. Saat ini, setiap orang dengan mudah mengumpulkan, mengorganisasikan, memproduksi dan mendistribusikan informasi. Terlebih lagi dengan adanya teknologi internet, semakin memudahkan proses berbagi informasi tanpa batasan ruang dan waktu. Gambaran mengenai media baru juga dijelaskan secara konkret Grant dan Meadows (2009) mengenai kapabilitas telepon yang telah menjadi satu hal yang sangat penting pada teknologi di abad 21 (*Telephony*). Terdapat beberapa penemuan dalam teknologi yang bersumber dari penggunaan telepon. *Mobile phones* menjadi sebuah perpanjangan dari kehidupan manusia yang memuat informasi penting, data, alat jaringan kerja sosial, yang digunakan berdasarkan selera pribadi penggunaannya. Telepon membetikan selangkah demi selangkah petunjuk geografik, menginformasikan kepada pengguna apa yang teman dan keluarga pengguna lakukan, dilengkapi dengan sifat segera berkomunikasi dengan yang lainnya.

Straubhaar (2011) menjelaskan bahwa media komunikasi merubah segala sesuatu dalam kehidupan masyarakat. Tetapi dalam hal ini, perkembangan

teknologi media juga menyebabkan perubahan sosial termasuk dalam gerakan sosial, sehingga disebut *technological determinism*. Medium adalah Pesan, Menurut Marshall McLuhan bahwa teknologi komunikasi baru membentuk kebudayaan dan yang lebih penting adalah bentuk media daripada isinya. Hal tersebut tentu saja bertentangan dengan sudut pandang budaya, dimana menurut mereka kebudayaan yang membentuk media dan isinya. Masih menurut Straubhaar (2011) bahwa teknologi merupakan pendorong sosial yang dominan. Fokus lain dalam sistem sosial adalah pandangan dunia mengingat teknologi dan dominasi budaya. Neil Postman (1992) dalam Straubhaar (2011) berpendapat bahwa komputer memupuk *technopoly*, dimana teknologi diutamakan dan memperluas pengaruhnya untuk mengontrol seluruh aspek kehidupan.

Kehadiran internet sebagai bentuk media baru memberikan pengaruh positif dalam kehidupan manusia, seperti yang diuraikan oleh Jeff Jarvis (2009) bahwa kehadiran internet memungkinkan kita untuk berbicara kepada dunia, untuk mengatur diri kita sendiri, untuk menemukan dan menyebarkan informasi, untuk menantang cara-cara lama, dan untuk merebut kembali kontrol tersebut. Seperti ilustrasi yang digambarkan oleh Jeff Jarvis mengenai kekuatan *blogosphere* yang dapat memicu sebuah gerakan populer yang dapat membuat panik *public relation* perusahaan Dell. Dimana dengan adanya internet, blog dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia dan dapat menjadi alat dalam gerakan sosial.

Jenkins (2006) menjelaskan bahwa hadirnya teknologi memungkinkan terwujudnya kecerdasan kolektif yaitu jumlah total dari informasi yang dimiliki secara individual oleh anggota kelompok yang dibangun dari pengetahuan bersama yang diyakini benar dan dimiliki bersama oleh seluruh kelompok. Maksud dari kalimat tersebut sangat jelas menunjukkan kehadiran internet telah membawa budaya konvergensi, bukan hanya konvergensi pada media yang digunakan, namun juga konvergensi dari segi penyebaran informasi dimana setiap partisipan dalam proses komunikasi

dapat saling berbagi informasi yang dapat membentuk pengetahuan komunitas. Pada tingkat ideologis, interaktivitas telah menjadi salah satu nilai tambah karakteristik media baru. Dimana media lama (*old media*) menawarkan konsumsi pasif, sedangkan media baru menawarkan interaktivitas. Hal ini merupakan salah satu kunci mengapa media baru dapat digunakan untuk menggerakkan sebuah perubahan (gerakan sosial).

#### Pengertian Gerakan Sosial

Gerakan sosial dalam tradisi Amerika, sering dibedakan menjadi dua konsep, yaitu perilaku kolektif (*collective behavior*) dan tindakan kolektif (*collective action*). Menurut Coleman, Marwell dan Oliver dalam Monge dan Contractor (2003), tindakan kolektif adalah istilah aplikasi secara luas untuk jangkauan luas fenomena pada ilmu sosial, termasuk komunikasi organisasional. Fokus utama tindakan kolektif terdapat pada kepentingan bersama dan kemungkinan keuntungan dari aksi yang terkoordinasi. Van Aelst (2002) menjelaskan bahwa tindakan kolektif dan gerakan sosial telah menjadi hal umum pada era demonstrasi-demokrasi.

Perilaku kolektif umumnya digunakan dalam teori-teori gerakan sosial klasik, seperti teori psikologi sosial aliran Chicago, teori masyarakat massa, dan model struktural fungsional. Perspektif teori tindakan kolektif (*collective action*) menolak pandangan teori klasik tersebut, berupaya merumuskan kembali asumsi-asumsinya, dan masuk ranah kajian sosiologi politik dan ekonomi. Perspektif teori ini secara umum sering disebut dengan teori mobilisasi sumberdaya (*resource mobilization theory*) yang mendasarkan asumsinya bahwa tindakan kolektif merupakan respon para aktor politik rasional terhadap kondisi kondisi konflik yang dihadapi. Kondisi ini menghasilkan tekanan dan ketidakpuasan, relatif konstan dan tidak dapat menjadi faktor penentu (sebab) utama terjadinya tindakan kolektif.

Tindakan kolektif dimulai ketika sumberdaya dapat dimobilisir oleh pemimpin gerakan dan ketika kondisi sosio-politik telah terbuka terhadap

memobilisasi. Gerakan berlangsung ketika dapat memobilisir sumberdaya yang cukup untuk mengimbangi kontrol Negara. Oleh karena itu, sebagai suatu tindakan kolektif, rasional, normal, dan instrumental terorganisir maka penguatan sumberdaya saja tidak cukup tanpa dapat memobilisasinya (Sztompka, 1993).

Menurut McAdam perspektif gerakan sosial yang bersifat komparatif terdiri dari kesempatan politik, struktur mobilisasi, dan proses *framing*. Gerakan sosial dan revolusi dibentuk oleh kesempatan-kesempatan dan hambatan-hambatan politik dalam konteks nasional yang unik. Sistem politik yang melembaga membentuk prospek-prospek tindakan kolektif dan bentuk-bentuk gerakan yang diambil, pengaruhnya tidak terlepas dari beragam struktur yang memobilisasi (*mobilizing structures*) yang diorganisir oleh kelompok-kelompok. *Mobilizing structures* adalah sarana-sarana kolektif, baik yang informal maupun formal, yang digunakan orang untuk memobilisasi dan terkait dalam tindakan kolektif. Fokus pada analisis kelompok di tingkat meso pada kelompok-kelompok, organisasi-organisasi dan jaringan informal yang membentuk bangunan-bangunan kolektif gerakan sosial dan revolusi-revolusi.

Kombinasi kesempatan politik dan struktur yang memobilisasi merupakan potensi-potensi struktural untuk melakukan tindakan atau gerakan sosial, sehingga perlu satu faktor lain yaitu proses *framing*. Proses *framing* memerantarai kesempatan, pengorganisasian, dan tindakan dengan membentuk definisi dan makna bersama yang diberikan orang terhadap situasi mereka. Proses ini lebih melihat pentingnya dimensi kognitif dan ideasional dari tindakan kolektif.

#### *Computer-Mediated Communication*

David Holmes dalam Littlejohn (2009) menjelaskan bahwa *computer-mediated communication* (CMC) atau komunikasi melalui komputer merupakan setiap bentuk komunikasi yang dimediasi oleh teknologi

digital. Makna yang paling umum untuk menggambarkan CMC yaitu berkaitan dengan penggunaan langsung komputer pribadi untuk komunikasi. Hingga saat ini, CMC sering digunakan bergantian dengan komunikasi internet *online*. Dengan demikian *email*, *chat room*, *bulletin boards*, dan *simulated worlds* adalah semua bentuk dari CMC.

Komunikasi antara individu, apakah satu-ke-satu atau banyak-ke-banyak, teks berbagi, suara, dan gambar di Web 2.0, dan berinteraksi dalam lingkungan generasi mendatang adalah contoh konkret dari CMC. Bentuk yang paling umum dari CMC adalah *e-mail* dengan *bandwidth* yang sangat rendah, atau ketersediaan jaringan sosial *online* yang lebih luas di mana pengguna dapat mengirim gambar atau musik. Tapi dalam setiap kasus, teks mendominasi.

#### ANALISIS

##### Peran Media Baru dalam Mempengaruhi Gerakan Sosial

Sebuah teori yang dijelaskan oleh McAdam, et al (2003) menyebutkan bahwa untuk membuat sebuah gerakan dapat dilakukan melalui tiga cara: (1) *resource mobilization theory* (teori mobilisasi sumberdaya) yaitu gerakan sosial dianggap berhasil jika memiliki uang dan organisasi yang kuat, termasuk melibatkan banyak orang; (2) *political opportunity* (kesempatan politik) yaitu gerakan sosial dianggap berhasil jika ada kesempatan atau momentumnya tepat; (3) *teori frame* yaitu gerakan sosial dianggap berhasil jika aktor bisa membentuk apakah isu menyentuh orang atau tidak. Ketiga hal tersebut, dapat dilakukan melalui media baru mulai dari melibatkan banyak orang, media baru memberikan kesempatan setiap orang untuk berbagi, media baru dapat membentuk berita atau peristiwa menjadi menarik. Pada dasarnya, keberhasilan sebuah gerakan sosial membutuhkan sinergi dari seluruh pihak dan media. Salah satu hasil riset mengenai keberhasilan gerakan sosial masyarakat

Katu di Sulawesi yang menunjukkan bahwa selain didukung oleh sinergi para aktivis, pemanfaatan sarana dan media yang digarap dengan serius, bahkan pola demonstrasi memberikan kontribusi positif terhadap keberhasilan gerakan sosial dan membangun jaringan (Achmaliadi dan Rachman, 2012).

Van Aelst (2002) menyatakan bahwa media baru terlihat memainkan peran dalam mengorganisasi aksi secara global. Hal di atas sangat sejalan dengan penjelasan Straubhaar (2011) bahwa fungsi media baru seperti internet menarik perhatian masyarakat untuk membangun dan memelihara komunitas 'virtual' baru bahkan membentuk suatu budaya virtual. Selain itu, kehadiran media baru dapat membentuk dan menyebarkan berita secara cepat. Adanya perkembangan teknologi, termasuk hadirnya media baru memberikan peluang aksi politik berjalan dengan mudah, cepat dan lebih universal (Van Aelst & Walgrave, 2002). Karakteristik media baru dapat memfasilitasi perkembangan gerakan sosial karena sifat interaktivitas dan jaringan yang merupakan kunci utama berkembangnya gerakan sosial. Adanya difusi kekuasaan yang difasilitasi oleh media baru. Pengamat gerakan sosial sepakat bahwa media baru menawarkan kesempatan baru untuk tindakan kolektif internasional.

Gerakan sosial saat ini telah banyak dilakukan dengan cara mengadopsi internet dan mengenai lahirnya apa yang disebut dengan "one click activism" (Nugroho, 2011). Salah satu contoh konkret penggunaan media baru untuk gerakan sosial di Indonesia yaitu kehadiran Change.org yang merupakan wadah petisi terbesar di dunia. Change.org berfungsi memfasilitasi dan memperkuat siapa saja dan di mana saja untuk menciptakan perubahan yang ingin mereka lihat. Terdapat lebih dari 70 juta pengguna Change.org di 196 negara, dan setiap hari orang menggunakan change.org untuk mentransformasi komunitas mereka - secara lokal, nasional dan global. Apakah itu perjuangan seorang Ibu melawan *bullying* di sekolah putrinya, pelanggan yang mendesak bank untuk membatalkan biaya yang tidak adil,

atau warga negara yang menuntut pejabat korup bertanggungjawab, ribuan kampanye yang dimulai oleh orang-orang yang peduli terhadap berbagai isu sosial.

Masyarakat modern saat ini hidup di zaman yang menakjubkan, ketika kesempatan untuk membuat perbedaan lebih besar dari yang pernah ada sebelumnya. Mengumpulkan orang di balik kepedulian pada waktu dahulu sulit, memerlukan banyak waktu, uang, dan infrastruktur kompleks. Namun teknologi telah membuat setiap orang lebih terhubung dari sebelumnya. Sekarang ini memungkinkan bagi siapa saja untuk memulai sebuah kampanye dan segera menggalang ratusan orang lainnya secara lokal atau ratusan ribu di seluruh dunia, membuat pemerintah dan perusahaan lebih responsif dan akuntabel, tanpa di batasi oleh ruang dan waktu.

Change.org ingin mempercepat pergeseran dramatis dengan membuatnya lebih mudah untuk membuat perbedaan, dan dengan menginspirasi semua orang untuk menemukan apa yang mungkin ketika mereka bersuara. Change.org hadir untuk sebuah dunia di mana tak seorang pun tak berdaya, dan di mana menciptakan perubahan adalah bagian dari kehidupan sehari-hari. Change.org merupakan sarana untuk memulai pergerakan, dan harapannya akan banyak orang yang bergabung dengan change.org.

Melalui Change.org, siapa pun yang ingin membuat sebuah perubahan dapat menghimpun tanda tangan dan pendapat melalui jejaring sosial digital. Cara penggunaan Change.org sangat menarik dan mudah yaitu tiap dukungan yang terkumpul, akan mengirimkan petisi ke alamat email pihak yang menjadi tujuan tuntutan petisi. Sejak Juni 2012 Change.org hadir di Indonesia, tercatat ada sekitar 391.000 orang anggota Change.org Indonesia. Banyak pembuat petisi berhasil membuat perubahan. Pada tahun 2013, Change.org berhasil membuat kemenangan dalam beberapa hal, yaitu: (1) Garuda berhenti mengangkut produk sirip hiu, (2) Daming gagal jadi hakim agung MAS, (3) Situs bersejarah Trowulan selamat dari

pabrik baja, (4) Hutan Kota Babakan Siliwangi, selamat dari pembangunan komersial, (5) Berhentinya praktik bom ikan di Mentawai, (6) Penyelamatan taman hutan rakyat (mangrove) di Bali, (7) Penyandang tuna netra bisa menabung di BCA, (8) Sekolah gratis untuk anak jalanan (Master) tidak jadi digusur, (9) Garuda hentikan layanan diskriminatif kepada difabel. Tentunya masih ada yang belum diraih: kesejahteraan hewan, lingkungan dan hak asasi manusia yang masih perlu untuk diperjuangkan.<sup>2</sup>

Juris (2005) menjelaskan bahwa penggunaan media baru ditujukan untuk mengkoordinasikan aksi, membangun jaringan, mempraktekkan media aktivis, dan secara fisik untuk memanifestasikan ideologi. Dengan kata lain media baru berperan sebagai alat dan katalisator sebuah gerakan sosial. Melalui media baru, setiap individu dapat melahirkan sebuah gerakan sosial

Berdasarkan uraian di atas terlihat jelas bahwa perkembangan internet dan media baru terus meningkat dan menyesuaikan dengan kebutuhan penggunaannya. Kehadiran internet dan media baru memberikan peluang yang lebih besar, khususnya dalam hal keterdedahan keragaman, kebebasan, dan menjadi sarana untuk berdiskusi tanpa batas yang dapat melintasi batas wilayah dan budaya untuk meningkatkan jaringan pada gerakan sosial yang luas.

#### Faktor Penentu Keberhasilan Gerakan Sosial Melalui Media Baru

Membahas gerakan sosial dan penggunaan media baru di Indonesia, seringkali dikaitkan dengan gerakan sosial dalam kasus Prita Mulyasari melawan Rumah Sakit (RS) Omni Internasional. Kasus Prita diuraikan dengan baik oleh Firdaus Cahyadi dalam sebuah *indepth report* tahun 2011. Pada awal laporan dijelaskan kronologis kasus Prita, pada tanggal 7 Agustus 2008, Prita menjadi pasien dari Rumah Sakit OMNI Internasional. Prita Mulyasari mengeluhkan pelayanan rumah sakit tersebut melalui pesan terbatas di email kepada teman-temannya, namun kemudian *email* tersebut tersebar. Pihak rumah sakit, tidak menerima sikap Prita dan kemudian

<sup>2</sup> [www.change.org.id](http://www.change.org.id)

mengajukan gugatan pencemaran nama baik ke kepolisian. Gerakan sosial yang menggunakan media baru dalam kasus Prita ini kemudian dinilai sebagai gerakan sosial yang mampu menggerakkan partisipasi publik untuk mendukung Prita Mulyasari melawan Rumah Sakit OMNI. Dari sisi penggalangan partisipasi publik, gerakan sosial dalam kasus Prita Mulyasari ini dapat dikatakan berhasil. Gerakan *online* dapat memperkuat gerakan *offline* (pengumpulan koin).

Masih dalam *indepth report* (Cahyadi, 2011), berbagai analisa pun muncul terkait dengan keberhasilan gerakan sosial digital dalam kasus Prita Mulyasari. *Analisa pertama*, gerakan sosial kasus Prita Mulyasari berhasil karena para pengguna internet, khususnya media sosial seperti facebook dan twitter, di Indonesia didominasi dari Jawa, khususnya Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi)<sup>3</sup>, sehingga secara geografis ada kedekatan dengan kejadian kasus Prita Mulyasari yang terjadi di Tangerang. Menurut penulis, hal ini menunjukkan homofili yaitu sejauh mana orang yang berinteraksi itu ada kemiripan dalam ciri-ciri tertentu, seperti umur, jenis kelamin, pendidikan, prestise, kelas sosial, jabatan, dan pekerjaan (Carley, et all 1991 dalam Monge and Contractor, 2003). Dalam kasus Prita, homofili dalam hal kesamaan tempat tinggal. Orang akan cenderung berinteraksi atau berkomunikasi dengan yang memiliki kedekatan tempat tinggal.

*Analisa kedua*, dalam *indepth report* (Cahyadi, 2011) menjelaskan bahwa mayoritas pengguna internet di Indonesia didominasi dari kelas sosial menengah ke atas. Dominasi kelas menengah atas itu nampak dari penelitian MarkPlus Insight tentang perilaku pengguna internet di Indonesia.<sup>4</sup> Sehingga kasus Prita yang merupakan konsumen rumah sakit internasional memiliki kedekatan kepentingan dengan kelas menengah yang juga konsumen atau calon konsumen rumah sakit internasional. Sehingga solidaritas itu bisa

<sup>3</sup> <http://www.slideshare.net/salingsilang/indonesia-social-media-landscape-h1-2011-3rd-salingsilangcomreport>

<sup>4</sup> <http://the-marketeers.com/archives/attitude-and-behavior-pengguna-internet-di-indonesia.html>



lebih mudah terbangun. Menurut penelitian Merlyna Lim terhadap 80 blog yang *concern* pada masalah sosial dan politik di Indonesia terungkap bahwa isu yang tercakup dalam blog mereka adalah isu kelas menengah atas yang sudah disebar oleh media *mainstream* sebelumnya, sementara isu persoalan kelas masyarakat marginal seperti dalam kasus Lapindo minim diperhatikan oleh para *blogger* tersebut.

*Analisa Ketiga*, menurut Glenn Marsalim (pakar periklanan) dalam *indepth report* (Cahyadi, 2011), kampanye kasus Prita Mulyasari disebabkan unsur personalitas dan aksi nyata yang mudah. Pada kasus Prita ada aksi nyata dan mudah dilakukan, yaitu pengumpulan koin untuk koin Prita. *Analisa Keempat* dalam *indepth report* (Cahyadi, 2011) bahwa gerakan sosial digital dalam kasus Prita Mulyasari, hampir semua media massa arus utama (*mainstream*) memberikan dukungan dan memberitakan. Hal itu disebabkan karena dalam kasus Prita Mulyasari relatif tidak bersentuhan dengan kepentingan media *mainstream*. Gerakan sosial akan lebih sulit berhasil di kampanyekan melalui media baru, jika kasusnya menyangkut kepentingan group media konglomerasi, contohnya kasus Lapindo.

Selain berdasarkan uraian di atas, menurut penulis faktor penentu keberhasilan sebuah gerakan sosial yang dimediasi oleh media baru ialah perlu memperhatikan kombinasi penggunaan teknologi dan komunikasi *face-to-face* (langsung) karena keberhasilan suatu gerakan sosial utamanya ditentukan oleh tindakan nyata dan bisa meluas sehingga mendorong oranglain untuk berpartisipasi. Emosi dan partisipasi penting dalam aksi langsung dan nyata Van de Donk dalam Van Aelst (2002). Pernyataan tersebut diperkuat oleh Etzioni yang menyatakan bahwa untuk membangun komunitas membutuhkan komunikasi *face-to-face*. Dengan kata lain kombinasi CMC dan komunikasi tatap muka merupakan hal yang sangat penting, karena CMC memiliki kekurangan dalam hal kepercayaan untuk membangun relasi yang permanen.

Jo Freeman dalam *On The Origins of Social Movement* menyebutkan bahwa salah satu penggerak dari gerakan sosial adalah rangkaian krisis yang mendorong orang-orang untuk terlibat dalam gerakan. Dalam beberapa kasus gerakan sosial, eskalasi krisis menjadi alasan utama lahirnya sebuah gerakan. Di Tunisia misalnya, eskalasi krisis dimulai oleh aksi bunuh diri pemuda bernama Mohamed Bouazizi. Ketika Tunisia memanas dan berhasil menggulingkan presidennya, momentum inilah yang lalu menginisiasi terjadinya gerakan rakyat di Mesir. Hal ini mirip dengan konsep *contentious politics* Tilly, McAdam dan Tarrow yaitu peristiwa yang terjadi secara episodik atau tiba-tiba daripada regular (Situmorang, 2007).

Eskalasi krisis yang memuncak inilah yang kemudian harus segera diorganisir karena akan mempercepat terbentuknya jaringan komunikasi. Setelah itu, individu yang berada di dalamnya tidak boleh dibiarkan bergerak sendiri-sendiri, melainkan harus dihubungkan oleh seseorang yang berpengaruh (atau memiliki wewenang). Seorang organisator ataupun pemimpin dalam sebuah gerakan menempati posisi yang signifikan, sebagai simbol gerakan akan membantu mengorganisir massa gerakan kepada suatu tujuan yang telah disepakati bersama: perubahan.<sup>5</sup>

## DISKUSI

Berdasarkan hasil eksplorasi pemikiran pada paper ini, muncul pertanyaan pada benak penulis berkaitan dengan perkembangan penggunaan media baru dalam gerakan sosial, khususnya bagi gerakan sosial baru (*new social movement*) yang mungkin akan menjadi peluang penelitian yaitu yaitu Bagaimana efektivitas penggunaan media baru dalam setiap gerakan sosial baru?. Hal ini di latar belakang oleh adanya perbedaan konteks dan karakteristik setiap gerakan sosial baru.

<sup>5</sup> <http://zulfifani.wordpress.com/2011/02/02/media-baru-gerakan-sosial-dan-perubahan/>

Sebagai catatan tambahan, Giddens (1985) dalam Jary (2000) mengidentifikasi *new social movement*, antara lain: (1) Gerakan Demokrat, berkaitan dengan membangun atau pemeliharaan hak-hak politik; (2) Gerakan Buruh, prihatin dengan kontrol defensif tempat kerja dengan bertarung dan mengubah distribusi yang lebih umum dari kekuatan ekonomi; (3) Gerakan Ekologis (Lingkungan), berkepentingan untuk membatasi kerusakan lingkungan dan sosial yang dihasilkan dari transformasi alam dengan tindakan sosial; (4) Gerakan perdamaian, berkaitan dengan menantang pengaruh meresap kekuatan militer dan bentuk-bentuk agresif nasionalisme.

Gerakan sosial lain yang penting dalam beberapa dekade terakhir termasuk gerakan perempuan dapat bertindak dengan cara-cara yang saling melengkapi dalam masyarakat modern. Berdasarkan perbedaan konteks gerakan sosial baru tersebut, menurut penulis penting juga untuk menganalisis efektivitas penggunaan media baru dalam gerakan sosial baru, khususnya gerakan sosial baru menyangkut kepentingan group media konglomerasi.

## KESIMPULAN

Media baru dapat menjadi alat pendorong sebuah perubahan, termasuk dapat berperan dalam mendorong perkembangan gerakan sosial. Hal ini dikarenakan sifat interaktivitas dari media baru yang memungkinkan setiap orang bertukar informasi tanpa terbatas ruang dan waktu. Selain itu, adanya teknologi digital pada media baru dalam bentuk *binary digit* (bits), dimana semua angka lambang bentuk informasi dapat disederhanakan memberikan kemudahan pada setiap partisipan gerakan sosial untuk menikmati dan memproduksi pesan. Terlebih lagi dengan adanya teknologi internet yang telah membawa budaya konvergensi, bukan hanya konvergensi pada media yang digunakan, namun juga konvergensi dari segi penyebaran pesan dimana setiap partisipan dalam proses komunikasi dapat saling berbagi informasi yang dapat membentuk pengetahuan komunitas serta memungkinkan

terwujudnya kecerdasan kolektif yang dibangun dari pengetahuan bersama yang diyakini benar dan dimiliki bersama oleh seluruh kelompok.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan gerakan sosial yang dimediasi oleh media baru, antara lain: *Pertama*, bahwa gerakan sosial yang menggunakan media baru harus memiliki pesan yang menarik dan mudah dipahami serta memudahkan publik untuk melakukan aksi nyata. *Kedua*, dalam merancang gerakan sosial yang menggunakan media baru di Indonesia sebaiknya dikaitkan dengan persoalan kelas dan kedekatan kepentingan. *Ketiga*, gerakan sosial yang menggunakan media baru juga tetap harus berkolaborasi dengan media massa *mainstream*. Dukungan dari media *mainstream* baik dalam hal pemberitaan maupun di luar pemberitaan sangat diperlukan dalam sebuah gerakan sosial yang menggunakan media baru agar pesan tesebar luas. *Keempat*, dalam perencanaan gerakan sosial yang menggunakan media baru harus memasukan rencana jangka pendek dan jangka panjang. Rencana jangka panjang dalam sebuah gerakan sosial yang menggunakan media baru adalah adanya sebuah perubahan kebijakan terkait isu yang diangkat dan tujuan yang ingin dicapai. *Kelima*, keberhasilan media baru dalam gerakan sosial, harus mencakup gerakan *online* dan *offline*, maksudnya tetap saja bentuk aksi nyata turun secara tatap muka langsung di lapangan yang dipimpin oleh seorang organisator ataupun pemimpin dalam sebuah gerakan menempati posisi yang signifikan, agar seluruh masyarakat termasuk yang tidak mengakses media baru tetap bisa berpartisipasi. Pada akhirnya, sebuah gerakan di dunia maya yang dimediasi oleh media baru tidak akan membawa dampak apapun apabila tidak direalisasikan di dunia nyata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmaliadi, Restu & Rachman, Noer Fauzi. (2012). *Adat sebagai Siasat Perjuangan*. Dalam Jurnal Wacana: Gerakan Agraria dan Gerakan Lingkungan di Indonesia Awal Abad 21. Sleman: Insist Press.
- Berger, Jonah. (2013). *Contagious: Rabasia Di Balik Produk dan Gagasan yang Populer*.

- Penerjemah: Alex Tri Kantjono Widodo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cahyadi, Firdaus. (2011). *Belajar dari Gerakan Sosial Digital di Indonesia (Studi Kasus: Prita Mulyasari)*. Indepth Report. Knowledge Management Yayasan Satu Dunia.
- Diani, Mario and Doug McAdam. (2003). *Social Movements and Networks: Relational Approaches to Collective Action*. New York: Oxford University Press.
- Grant, A.E. & Meadows, J.H. (2009). *Communication Technology Update and Fundamentals*. 12<sup>th</sup> Ed. Elsevier Focal Press.
- Jary, D. J. (2000). *Sociology*. Glasgow: Harper Collins Publishers.
- Jarvis, J. (2009). *What Would Google Do?*. Collins.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU.
- Juris, Jeffrey S. (2005). *The New Digital Media and Activist Networking within Anti-Corporate Globalization Movements*. Sage Publication, Inc.
- Lim, Merlyna. (2013). *Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia*. *Journal of Contemporary Asia*, 43:4, 636-657. Routledge: Taylor&Francis Group.
- Lister, M. et al. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. 2<sup>nd</sup> Edition. Rotledge.
- Littlejohn, Stephen W & Kare. A. Foss. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publication, Inc.
- Monge, Peter R. and Noshir S. Contractor. (2003). *Theories of Communication Networks*. Oxford New York: Oxford University Press.
- Nugroho, Yanuar. (2011). *@ksi Warga: Kolaborasi, Demokrasi Partisipatoris dan Kebebasan Informasi – Memetakan Aktivisme Sipil Kontemporer dan Penggunaan Media Sosial di Indonesia*. Laporan. Kolaborasi Penelitian antara Manchester Institute of Innovation Research, University of Manchester dan HIVOS Regional office Southeast Asia Manchester dan Jakarta: MIOIR dan HIVOS.
- Situmorang, Abdul Wahib. (2007). *Gerakan Sosial: Studi Kasus Beberapa Perlawanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Straubhaar, J. LaRose, R., & Davenport, J. (2011). *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*. 5th Ed. Update. Thomson.
- Sztompka, P. (1993). *The Sociology of Social Change*. Oxford, Cambridge: Blackwell.
- Van Aelst, Peter & Stefan Walgrave. (2002). *New Media, New Movement? The Role of The Internet in Shaping The "Anti-Globalization" Movement*. Routledge, Taylor&Francis Group.
- Van Dijk, Jan. (2006). *The Network Society*. Second Edition. Sage.