

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Pada era reformasi suara rakyat terbungkam karena kondisi politik bangsa ini kala itu, namun setelah reformasi berakhir ruang publik semakin terbuka. Seiring jaman, banyak hal turut berkembang salah satunya teknologi. Tidak dapat dipungkiri bahwa pada era digital ini ruang publik untuk menyuarakan suara mereka cakupannya menjadi lebih luas lagi. Kehadiran media sosial memiliki peran penting dalam membawa perubahan besar terhadap dunia dari berbagai aspek kehidupan masyarakat modern. Media sosial muncul dan berkembang dengan mudah diterima oleh masyarakat dengan berbagai fungsi serta manfaat yang masing-masing media sosial miliki. Sebagai media komunikasi yang memiliki jangkauan luas akses informasi menjadi lebih mudah dan cepat, serta rakyat dapat menyuarakan pendapatnya, dan masih banyak lainnya.

Perkembangan media sosial memang semakin pesat, terlihat dari semakin banyaknya pengguna baru yang muncul. Dari data Hootsuite We are Social pada Januari 2019 mencatat pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi, dan mengalami kenaikan menjadi 20% dari survei sebelumnya. Sementara dalam penggunaan media sosial dengan menggunakan *mobile* atau *gadget* mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. Sedangkan pada hasil riset pengguna media sosial di dunia pada kuartal kedua tahun 2019 yang di rilis pada bulan April

2019 dari Hootsuite We are Social mencapai 3.499 milyar atau 45% pengguna. Dari data tersebut terlihat bahwa kini masyarakat dunia telah bergantung pada kehadiran media sosial (Simon, Hootsuite & We Are Social; 2019).

Banyak pihak yang memanfaatkan media sosial untuk tujuan tertentu mulai dari ekonomi, entertain, kampanye politik, propaganda maupun tujuan-tujuan tertentu lainnya. Oleh hal itu kekuatan atau efek yang dapat ditimbulkan oleh media sosial tidak bisa dianggap remeh. Kini dapat kita dapat kita lihat bagaimana media sosial berkembang menjadi alat yang digunakan oleh masyarakat umum dalam menyampaikan pendapat mereka terhadap suatu isu sehingga membentuk opini publik di kalangan masyarakat. Contoh isu yang mendapat respon melalui media sosial yakni seperti persepsi masyarakat terhadap Prabowo. Hal tersebut dimulai dari opini pengguna media sosial yang menyebarkan jejak kriminalitas Prabowo pada masa lampau yang mana ia diduga dalang kerusuhan Mei 1998, selain itu ia juga diduga mendalangi penculikan dan ‘penghilangan’ sejumlah aktivis pro-reformasi seperti Widji Tukul, Herman Hendrawan, Petrus Bima, dkk. Oleh karena opini publik tersebut pola pikir dan juga respon masyarakat terhadap Prabowo menjadi terpengaruh.

Twitter menjadi salah satu media sosial yang dapat dengan mudah dan cepat dalam mendapatkan informasi, akan tetapi kita tetap perlu mengkonfirmasi atau mencari kebenaran yang sebenarnya dahulu terkait informasi tersebut agar kita tidak salah dalam menerima informasi. Kehadiran *Twitter* telah banyak dimanfaatkan untuk banyak hal seperti;

kampanye politik, media belajar, media komunikasi, berbagi pendapat, media protes dan yang lainnya. Informasi *hoax* masih sering kali disebar di *Twitter*, dan banyak yang menerima informasi tersebut pula. Di Indonesia sendiri *Twitter* kerap kali dijadikan media kampanye politik, karena sifatnya yang sederhana dan terdapat fitur *tranding* didalamnya menjadikan *Twitter* sebagai alat untuk kampanye. Pada fitur *trending topic* yang muncul di *Twitter* biasanya pengguna menggunakan tagar (#) dalam tweetnya untuk menaikkan tingkat pembahasan terkait isu yang tengah dibicarakan. Menurut Ismail Fahmi pakar keamanan siber yang juga *founder* Drone Emprit menjelaskan yang menjadi indikator sebuah tagar di *Twitter* menjadi *trending* bukan karena jumlah dari keseluruhan tweet yang mengandung tagar tersebut, tetapi jumlah tweet yang banyak dibicarakan dalam jangka waktu tertentu. (Novellino, CNN Indonesia; 2018)

Menjelang pemilihan presiden 2019, ramai tagar bertuliskan #2019GantiPresiden yang dibuat awal oleh Mardani Ali Sera, Politikus Partai Keadilan Sejahtera. Kemudian tagar tersebut ramai dibicarakan di media sosial *Twitter* sehingga banyak pernyataan-pernyataan muncul dan terbentuklah berbagai macam opini dari publik dan berkembang hingga pelaksanaan pemilu. Dari hasil pengamatan yang dilakukan Drone Emprit pada 1-10 April, terdapat 110.000 ribu mention untuk #2019GantiPresiden.

Tak hanya di Indonesia, memanfaatkan media sosial sebagai alat penggiring opini publik untuk mencapai tujuan politik tertentu juga banyak dilakukan di negara-negara lainnya. Sebagai contoh, runtuhnya

kepemimpinan rezim Ben Ali, Presiden Tunisia kala itu yang dituntut turun oleh demonstran menginspirasi rakyat Mesir pada 25 Januari 2011 melakukan demonstrasi terhadap pemerintah Mesir yang diorganisir oleh para aktivis muda untuk menuntut mundurnya Presiden Husni Mubarak. Aksi ini berawal dari tiga tagar di media sosial yakni #jan25, #Cairo, #suez yang berhasil memobilisasi rakyat Mesir sehingga akhirnya mereka berhasil menggulingkan Mubarak dari kepemimpinannya dan pemerintahan diserahkan kepada pihak militer. Gerakan massa ini dikenal dengan “*Arab Spring*”. Gerakan demonstrasi terjadi di negara-negara lain kawasan Timur Tengah, seperti Aljazair, Yaman, Yordania, Suriah, Bahrain, dan Libya. Penyebabnya sama yakni korupsi, kemiskinan, dan angka pengangguran yang tinggi.

Isu yang tengah ramai dibicarakan menjelang akhir pemerintahan Jokowi-Jusuf Kalla pada bulan september tahun 2019 yakni aksi ribuan mahasiswa yang melakukan demonstrasi di depan gedung Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dengan menyuarakan penolakan atas pengesahan revisi Undang-Undang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi (UU KPK) dan sejumlah Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP), serta Undang-undang yang bermasalah lainnya. Demonstrasi yang bermula sejak tanggal 23 September di Jakarta ini mendapatkan banyak respon dari masyarakat. Banyak tagar-tagar yang muncul di media sosial seperti #MahasiswaBergerak, #HidupMahasiswa, #TolakRUUKUHP, #TolakRevisiUUKPK, #ReformasiDikorupsi, #RakyatBergerak,

#GejayanMemanggil. Hal itu memicu respon publik yang tinggi untuk turut menyuarakan tuntutan-tuntutan yang diminta para mahasiswa, sehingga tagar-tagar tersebut menjadi *trending topic*.

Isu tersebut semakin memanas, hingga membuat mahasiswa dari berbagai kota turut melakukan aksi unjuk rasa di depan gedung DPR masing-masing kota yang kemudian meningkatkan sentimen publik terhadap isu ini. Meskipun Presiden menunda untuk mengesahkan hal tersebut akan tetapi para mahasiswa tidak puas akan hal itu karena desakan mereka ialah menolak bukan menunda. Puncak dari kasus ini ialah ketika aksi telah berlangsung sehari-hari namun tidak ada kepastian dari DPR maupun Pemerintah, kemudian datang isu yang mengatakan aksi mahasiswa itu di tunggangi, kisruh dengan aparat kepolisian bahkan banyak mahasiswa yang menjadi korban, terluka sampai meninggal, dan isu-isu lainnya. Bahkan mahasiswa telah mendesak Presiden untuk menerbitkan Perppu KPK, namun tidak ada respon sama sekali.

Demo ini merupakan demo mahasiswa terbesar setelah era reformasi dahulu. Berangkat dari kasus ini, banyak isu-isu lain yang muncul di kalangan masyarakat dan hal tersebut tidak lepas dari bagaimana media sosial terutama dalam hal ini *Twitter* menjadi media pembentuk dan penggiring opini-opini yang muncul. Dari interaksi individu satu dengan lainnya di *Twitter* kemudian menciptakan opini publik terkait aksi mahasiswa terhadap DPR tersebut. Disini publik turut andil dalam membantu mahasiswa yang tengah turun kejalan untuk menggaungkan mosi tidak percaya kepada DPR.

Tagar atau *hashtag* kini telah menjadi fenomena baru di media sosial yang memiliki peran yang cukup signifikan dalam menggerakkan massa di media. Pergerakan massa disini tentu saja dapat dilihat dari dua sisi yakni dalam bentuk positif maupun negatif, tergantung substansi yang ingin disampaikan oleh pembuat tagar. Fokus dari penelitian ini menggunakan salah satu tagar yang menjadi trending topic di *Twitter* yakni tagar #GejayanMemanggil. Tagar tersebut merupakan gerakan yang dibuat oleh mahasiswa Yogyakarta atas dasar perhatian dan kepedulian mereka terhadap isu yang memanas kala itu. Dari latar belakang tersebut peneliti ingin menganalisis isu ini dengan analisis wacana kritis untuk melihat bagaimana wacana yang berkembang dari tagar #GejayanMemanggil. Sosial media dapat dengan mudah untuk menciptakan penggiringan opini publik. Hal itu karena isu yang sedang terjadi dan menjadi buah bibir di masyarakat khususnya netizen, akan menciptakan pro, kontra maupun netral atas respon dari isu tersebut. Sehingga dalam kasus ini peneliti juga ingin mengetahui apakah ada opini publik yang terjadi dalam tagar #GejayanMemanggil tersebut.

1. 2 Rumasan Masalah

1. Bagaimana wacana yang berkembang dari gerakan tagar #GejayanMemanggil di media sosial *Twitter*?
2. Bagaimana opini publik yang muncul terkait aksi damai gerakan tagar #GejayanMemanggil di media sosial *Twitter*?

1. 3 Tujuan Penelitian

Setelah dilakukannya analisis pada penelitian ini menunjukkan adanya beberapa poin tujuan, yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana wacana yang berkembang dalam gerakan tagar #GejayanMemanggil di media sosial *Twitter*.
2. Untuk mengetahui bagaimana opini publik di media sosial *Twitter* terbentuk terkait aksi #GejayanMemanggil atas isu aksi demonstrasi mahasiswa menolak revisi Undang-undang Komisi Pemberantasan Korupsi (UU KPK) dan Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) terhadap Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

1. 4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yakni untuk menambah kajian ilmu komunikasi khususnya pada bidang jurnalistik, kajian media baru maupun lainnya. Dalam hal ini dapat berupa pengembangan ide dan konsep-konsep terkait teori ruang publik di media sosial *Twitter*, serta dapat mengkonseptualisasikan idologi yang muncul terkait permasalahan atau isu yang sedang terjadi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kebijakan dalam media baru khususnya media sosial, mengingat arus media sosial saat ini mengalami perkembangan yang semakin cepat.

