

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di kehidupan abad ke 20 saat ini, gerakan sosial politik meningkat seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi (Carty, 2014). Kemajuan di bidang TIK sekarang ini faktanya memberikan dampak secara langsung pada proses demokrasi, tidak hanya di dunia, tapi juga di Indonesia. Dulu sebelum TIK semaju seperti saat ini, ajakan untuk melakukan gerakan sosial politik dilakukan melalui media televisi, koran, radio, telegram, dari mulut ke mulut, ataupun orasi langsung di lapangan terbuka. Berbeda halnya di era kemajuan teknologi seperti saat ini. Berbagai bentuk gerakan sosial dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, sebagai media yang lekat di kehidupan sehari-hari masyarakat umum. Gerakan sosial politik yang dilakukan melalui media sosial cenderung lebih mudah untuk dapat berkomunikasi dengan aktor kunci seperti elite politik, sebagai pembuat kebijakan. Selain itu sifat struktur jaringannya yang cair, dan kemampuan penyampai pesan secara *real-time* menyebabkan penyaluran ide dan narasi aksi akan lebih mudah menyentuh seluruh kelas masyarakat. Tidak lain, kebermanfaatan yang dijamin oleh media sosial adalah kemudahan kita sebagai individu ataupun organisasi masyarakat akar rumput untuk mendapatkan kesempatan berkomunikasi langsung dengan pemerintah, dan aktivis yang potensial, juga pada publik dan/atau masyarakat luas. Kemudahan itu kemudian membentuk jaringan multidimensi dari berbagai organisasi, kelompok masyarakat, serta gerakan masyarakat yang bermaksud untuk mencapai berbagai agenda yang berbau demokratisasi pada berbagai tingkatan geografis (Bartelson, 2006 dan Signh, 2010). Hal lainnya, yang menjadi *privilege* dalam memanfaatkan media sosial adalah fakta bahwa seluruh individu saat ini telah terkoneksi dengan internet maka wajar jika di level individu, kehidupan media sosial telah mampu mendominasi kehidupan masyarakat.

Platform populer yang digunakan masyarakat untuk saling bertukar informasi, opini, dan ide salah satunya adalah Twitter. Media sosial tersebut telah menjadi alat yang efektif untuk aktivis dalam melakukan gerakan sosial. Hasil penelitian untuk beberapa gerakan sosial menyepakati efektivitas media sosial dalam memobilisasi massa. Sebagai contoh, mobilisasi massa melalui twitter pada

gerakan *Arab Spring* di Timur Tengah yang berhasil memakzulkan banyak rezim otoriter seperti Khadafi di Libya dan Hosni Mubarak di Mesir (Hussain dan Howard, 2013). Gerakan #FreeAJStaff sebagai kecaman untuk rezim otoriter Mesir yang melakukan penangkapan pada jurnalis Aljazeera, gerakan yang dilakukan di Twitter dengan penggunaan tagar itu, berhasil mendapatkan banyak massa dan dukungan dari para jurnalis di dunia internasional (Isa dan Hibeboim, 2018). Kemudian gerakan lainnya yang juga viral di dunia virtual dan berhasil mengkonversi gerakannya ke dunia fisik adalah gerakan #BlackLivesMatter yang terjadi pada 6 Juni 2020. Apa yang terjadi pada gerakan #BlackLivesMatter yakni, untuk merespon atas kematian Goerge Floyd, hal ini telah menjadi sejarah baru gerakan sosial terbesar di Amerika. Berdasarkan laporan dari The New York Times gerakan ini berhasil mengumpulkan 15-26 juta orang di Amerika Serikat yang ikut berpartisipasi dalam aksi (Buchanan et al, 2020).

Pada konteks Indonesia sendiri, telah terjadi beberapa gerakan yang dimobilisasi melalui media sosial. Mobilisasi yang dilakukan melalui media sosial tersebut, faktanya berhasil mendapatkan banyak massa dari berbagai kelas sosial masyarakat. Pembicaraannya pun seringkali menjadi *tranding topic* di Twitter, dan tersebar meluas ke berbagai daerah di Indonesia. Seperti Gerakan Bali Tolak Reklamasi Teluk Benoa, yang dimulai dengan #TolakReklamasiBali di media sosial Facebook dan Twitter yang kemudian berhasil menarik banyak massa pada Agustus 2013. Twitter dan Facebook selanjutnya menjadi strategi untuk memobilisasi dukungan dan mempengaruhi pandangan serta refleksi publik atas isu reklamasi Teluk Benoa. Hingga kemudian aktivitas media sosial ini berubah menjadi aksi nyata. pada 17 Juni 2014, massa dalam jumlah besar secara damai melakukan *long march* menuju kantor Gubernur Bali. Gerakan sosial lainnya yang juga memanfaatkan media sosial dalam memobilisasi massa adalah gerakan Gejayan Memanggil pertama (I) yang berlangsung pada 23 September 2019 di Yogyakarta. Daerah Yogyakarta sendiri, sebagai daerah yang kerap dikenal dengan sebutan Kota Perjuangan. Nama “Gejayan” pun merupakan nama sebuah jalan di Yogyakarta yang memiliki nilai sejarah perjuangan mahasiswa. Mulai dari melawan rezim otoriter Soeharto pada 1998 - 1999, aksi penolakan keputusan pemerintahan SBY dalam menaikkan harga BBM pada tahun 2005, hingga aksi

gejayan memanggil pada tahun 2019 sebagai bentuk penolakan terhadap Undang-Undang kontroversial di pemerintahan Presiden Joko Widodo seperti, RUU PKS (Penghapusan Kekerasan Seksual), RUU KPK, dan lain lain (Tirto.id, 2019). Gerakan Gejayan memanggil ini merupakan aksi yang digagas oleh Aliansi Rakyat Bergerak (ARB). Pergerakan ini lahir dari konteks politik masa kepemimpinan Jokowi di akhir 2019.

Penelitian ini akan berfokus pada strategi mobilisasi massa dengan penggunaan jejaring sosial Twitter di Gerakan Gejayan Memanggil satu. Mendapatkan deskripsi komprehensif dalam menjelaskan bagaimana strategi mobilisasi massa melalui Twitter yang dilakukan Aliansi Rakyat Bergerak (ARB) sukses dalam menjaring partisipasi massa dan perhatian publik. Mengingat, gerakan ini telah menjadi sejarah baru perjuangan pelajar di Yogyakarta. Selain itu, gerakan ini pun ramai menjadi perbincangan warganet di Twitter, serta berhasil masuk ke *tranding topic* di Indonesia. Penggunaan #GejayanMemanggil di Twitter, berhasil menjaring ribuan massa dari berbagai kelas sosial masyarakat, mulai dari buruh, pelajar, hingga mahasiswa. Keberhasilan ini pun menjadi perbincangan ramai di media *online* maupun konvensional di Indonesia, pun ramai menjadi bahan diskusi di kalangan akademisi. Strategi penggunaan tagar ini rupanya sangat berdampak dalam membuat wacana aksi *searchable and visible* (mudah dicari/ditemukan) dan mudah terbaca oleh pengguna Twitter lainnya. Keberhasilan ini terliput oleh Kompas (Azanella, 2019) yang mengungkapkan bahwa “#GejayanMemanggil berhasil kumpulan massa dalam sehari via media sosial”. Publikasi melalui #GejayanMemanggil di Twitter menjadi ramai, berdasarkan laporan dari Kompas.com (2019) ada lebih kurang 68 ribu cuitan di Twitter yang membicarakan topik #GejayanMemanggil. Berawal dari jejaring sosial *online* Gerakan Gejayan Memanggil pun berhasil melaksanakan aksi secara langsung turun ke jalan, yang diikuti oleh ribuan massa. Hal ini menjadi suatu indikasi pula bahwasanya Twitter sebagai media sosial telah membantu dalam hal memobilisasi massa pada gerakan gejayan memanggil. Fenomena gerakan sosial politik yang berawal dari Twitter ini menjadi bukti nyata bahwa media sosial dan konektivitas pengguna dapat menjadi alat baru untuk menjaring partisipasi massa dalam mengikuti aksi demonstrasi.

Serta, merupakan fenomena baru dalam bidang kajian mobilisasi massa pada studi ilmu politik.

Dalam hal ini maka peranan teknologi informasi pada mobilisasi massa, secara tidak langsung mendorong masyarakat untuk turut serta menyuarakan pendapatnya melalui media sosial. Fenomena gerakan mahasiswa Yogyakarta pada #GajayanMemanggil menjadi salah satu gerakan yang paling jelas nyata dan dapat diteliti peranan twitter dalam memobilisasi massa. Karena *hashtag* atau tagar pada media sosial twitter hingga instagram (IG) cukup *viral* menjadi pembicaraan banyak pihak. Penelitian ini akan mengelaborasi proses mobilisasi melalui media sosial dengan menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Metode studi kasus dipilih sebab, untuk mendapatkan deskripsi suatu kasus secara khusus. Tujuan dari metode penelitian ini yakni, mendapatkan hasil yang komprehensif mendalam tentang bagaimana hal itu bisa terjadi. Salah satu, karakteristik metode penelitian satu ini adalah “*question-driven*” yang berarti penelitian ini seringkali menggunakan berbagai macam metode untuk mengumpulkan dan menganalisis data, tujuannya agar didapatkannya hasil penelitian yang komprehensif. Serta, hasil penelitiannya seringkali berupa *comprehensive in-depth description and analysis of the case* (Ylikoski et al, 2019). Keluaran dari hasil penelitian ini tentunya akan didapatkannya informasi dan pelajaran bermanfaat bagi kasus serupa, berkontribusi untuk percepatan kemajuan proses demokrasi di Indonesia dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk membangun identitas kolektif dan pembentukan pandangan bersama.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan pertanyaan penelitian (*research question*) sebagai berikut:

1. Bagaimana latar belakang terjadinya gerakan Gejayan Memanggil I di Yogyakarta?
2. Bagaimana strategi mobilisasi massa dan penggunaan jejaring sosial twitter pada tahapan mobilisasi massa dalam menjaring partisipan untuk ikut aksi Gejayan Memanggil I?

3. Bagaimana respon media massa/online terhadap viralnya pembicaraan Gejayan Memanggil di Twitter?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini tentunya diarahkan untuk menjawab pertanyaan penelitian, dan mendapatkan deskripsi narasi yang komprehensif serta holistic untuk menjelaskan kekhususan dari Gerakan Gejayan Memanggil I di Yogyakarta. Berikut tujuan penelitian yang dirumuskan peneliti:

1. Mengetahui proses terjadinya gerakan Gejayan Memanggil I di Yogyakarta.
2. Mengetahui strategi serta tahapan dalam memobilisasi massa untuk menjaring partisipasi massa turut serta pada gerakan Gejayan Memanggil I.
3. Mengetahui bagaimana perbincangan Gerakan Gejayan Memanggil yang viral di Twitter menjadi perhatian dan diakui pula oleh media masa.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang akan diperoleh dari penelitian ini, tentunya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis sebagai bentuk riset ilmiah di bidang ilmu politik dan berkontribusi pada perkembangan keilmuan terkait mobilisasi massa dan gerakan sosial politik. Kajian terbaru pada pengaruh media sosial dalam menjaring massa pada gerakan sosial politik yang dihadirkan pada penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan diskusi di dunia akademisi.

Penulis berusaha untuk melihat proses yang terjadi di jejaring sosial Twitter tentang bagaimana penggunaan #GejayanMemanggil mampu menjadi aksi nyata, serta melihat bagaimana mobilisasi yang dilakukan melalui Twitter itu mampu mendapatkan keberhasilan dalam menjaring ribuan massa aksi untuk mengikuti gerakan politik Gejayan Memanggil I. Output atau hasil dari penelitian ini nantinya dapat dilihat pada proses mobilisasi massa melalui Twitter hingga berhasil meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam menuntut pemerintah. Sehingga dapat dijadikan strategi kedepannya bagi pemerintah untuk menggunakan twitter sebagai ruang publik dan membuat masyarakat lebih proaktif dan partisipatif dalam proses politik dan pembuatan kebijakan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian yang akan dilakukan ini akan memberikan gambaran dan informasi tentang bagaimana proses mobilisasi massa pada media sosial dalam menjaring massa untuk turut serta pada aksi Gejayan Memanggil I. Hasil penelitian tentang penggunaan jejaring sosial twitter dalam memobilisasi massa pada gerakan Gejayan Memanggil di Yogyakarta, diharapkan dapat bermanfaat melalui pelbagai gambaran dan informasi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi tolak ukur dan masukan bagi organisasi ataupun aliansi lainnya yang ingin melakukan gerakan sosial dengan memanfaatkan kekuatan media sosial. Agar mempertimbangkan berbagai aspek penting terkait kekuatan, tantangan, serta ancaman penggunaan media sosial dalam melakukan gerakan sosial.

1.5 Kajian Teoritik

Untuk dapat memahami mengenai permasalahan dalam penelitian ini, tentunya landasan berpikir atau kajian teoritik menjadi hal yang penting untuk menjadi acuan dalam pencarian data, serta analisis hasil penelitian. Dan berikut merupakan kajian teoritik yang akan penulis paparkan:

1.5.1 Teori Gerakan Sosial Baru

Jika mencari konseptualisasi dari gerakan sosial, akan ada banyak referensi untuk dapat dipahami. Pada penelitian ini, peneliti akan mencari konsep gerakan sosial yang sesuai untuk mendefinisikan gerakan gejayan memanggil. Referensi gerakan sosial dalam studi ilmu sosial dijelaskan oleh Anthony Giddens bahwa gerakan sosial adalah sebuah upaya kolektif yang dilakukan dalam rangka mengejar kebaikan bersama. Sehingga gerakan sosial akan mampu mencapai tujuannya jika dilakukan melalui *collective action*, dan tindakan kolektif ini harusnya di luar dari ruang lingkup institusi-institusi mapan. Kemudian, Robert Misel (2004) telah mendefinisikan gerakan sosial sebagai sepaket keyakinan serta perbuatan yang dilakukan secara berkelompok untuk memajukan atau mencegah terjadinya perubahan di masyarakat. Jurgen Habermas melengkapi bahwa gerakan sosial senantiasa dilakukan dengan tujuan untuk menuntut kebebasan ruang publik dan ruang privat, serta ketidaksetujuan terhadap negara dan kapitalis dalam ekonomi pasar.

Sementara itu, Sujadmiko (2006) mengartikan gerakan sosial sebagai sebuah aksi kolektif yang berorientasi konflikual, dan melawan kelas sosial dan politik tertentu. Dilakukan dengan berjejaring lintas kelembagaan, memiliki rasa solidaritas dan identitas kolektif yang kuat lebih dari afiliasi politik. Sudarsono (1976) menjelaskan bahwa segala hal yang menjadi kekurangan dari pemerintah, dalam hal kebijakan, infrastruktur, dan ketika situasi sosial politik tidak sesuai dengan kehendak rakyat, maka di sanalah mula kelahiran gerakan sosial. Dalam hal ini gerakan sosial ada atas kesadaran dan prakarsa dari masyarakat sendiri yang menuntut perubahan.

Meski gerakan sosial dipahami sebagai perilaku kolektif, akan tetapi pada konsepnya memiliki perbedaan. Pada gerakan sosial perilaku kolektif tersebut diorganisir dengan baik, terdapat pembagian tugas dan strategi yang dirancang dengan hati-hati serta ada pemimpin yang jelas, sedangkan perilaku kolektif lainnya sebagian besar tidak diorganisir dengan baik, kerjasama hanya bersifat sementara dan pemimpinnya tidak jelas. Selain itu gerakan sosial memiliki partisipan yang terlibat dengan berdasarkan pada pertimbangan dan kesadaran serta dorongan keanggotaan, ada proses publisitas yang dilakukan untuk mencari dukungan banyak orang. Sedangkan, perilaku kolektif terjadi tanpa adanya perencanaan dahulu, tidak ada pertimbangan dan kesadaran penuh dari partisipan atas keterlibatannya. Gerakan sosial juga memiliki daya tahan dan waktu yang relatif lebih lama, sedangkan perilaku kolektif lainnya memiliki daya tahan dan waktu yang relatif lebih singkat (Locher, dalam Sukmana, 2016).

Teori gerakan sosial baru merupakan perspektif baru pada gerakan sosial, ia muncul di tahun 1960-1970-an di Eropa dan Amerika. Gerakan sosial baru memiliki tujuan dan nilai yang mendasar, esensial, serta lebih bersifat universal, yang diarahkan dalam rangka memberikan perlindungan dan mempertahankan kondisi kehidupan manusia ke arah yang lebih baik. Gerakan sosial baru tidak terbatas pada dialog ideologi dan perjuangan kelas. Paradigma ideologi dan orientasi pada gerakan sosial baru lebih memperlihatkan pluralitas, dan diwujudkan dengan cara beragam melalui isu-isu kebebasan sipil, dan perdamaian (Signh, 2010). Selain itu, logika dari tindakan kolektif pada gerakan

sosial baru diartikan sebagai akar dari tindakan yang berdasar pada politik, ideologi, dan kultural (Buechler, 1995:442).

Gerakan sosial baru dipandang pula sebagai “pantulan cermin” sebagai refleksi pemberontakan kultural individu yang melawan peningkatan sistem kontrol Negara terhadap masyarakatnya. Pada *The Policing of the Families* (1980) milik Jacques Donzelot, sebagai gambaran dari kelahiran kesadaran baru masyarakat sipil yang menentang dahsyatnya tindak pelanggaran batas terhadap ‘publik’. Ada pula pembatasan definisi untuk memahami tujuan gerakan sosial baru dalam perspektif Jean Cohen (dalam Singh, 2010:129) disebut “radikalisme membatasi diri” dalam artian, menata relasi negara dan masyarakat serta sektor ekonomi dalam rangka menciptakan ruang publik yang mana wacana demokratis, termasuk otonomi dan kebebasan individu, kolektivitas, identitas, dan orientasi mereka bisa didiskusikan dan diperiksa selalu.

1.5.1.1 Karakteristik Gerakan Sosial Baru

Hasil telusuran peneliti pada teori gerakan sosial baru, pada intinya karakteristik gerakan sosial baru lebih terlihat pada tujuan dan nilai-nilai gerakannya. Mengutip Singh (2010:121) aksi pada gerakan sosial baru ditujukan dalam membela substantif dan melindungi nilai-nilai kemanusiaan dalam rangka mewujudkan masa depan kehidupan yang baik. Sedangkan dalam hal strategi dengan gerakan sosial lama ada sedikit kesamaan pada perlawanan ketimpangan ekonomi, buruh, dan eksploitasi.

Penjelasan karakteristik gerakan sosial baru menurut Singh (2010) bahwa gerakan sosial baru memiliki karakter yang lebih bebas. Gerakan sosial baru mengekspresikan tuntutan dengan berbagai cara, berbau kebebasan masyarakat sipil dan perdamaian. Meski begitu, sejatinya gerakan sosial baru merupakan improvisasi dari gerakan sosial lama. Singkatnya perbedaan antara gerakan sosial lama dan gerakan sosial baru akan dirangkum pada table di bawah.

Table 1.1. Perbedaan Gerakan Sosial Lama dan Baru

<i>Karakteristik</i>	<i>GSL</i>	<i>GSB</i>
<i>Arena pertarungan</i>	Pemerintah	Masyarakat sipil

<i>Rasionalitas</i>	Formal	Substantif
<i>Argumentasi</i>	Instrumental	Nilai-nilai
<i>Ideologi</i>	Politik perjuangan kelas	Otonomi masyarakat sipil
<i>Tujuan</i>	Hak ekonomi	Kualitas hidup
<i>Aktor</i>	Tunggal berbasis kelas	Plural berbasis kepentingan
<i>Bentuk dan struktur organisasi</i>	Formal, hirarkis	Cair, parsipatoris
<i>Pendekatan</i>	Partisipasi dalam politik formal	Aksi langsung dan politik budaya

Sumber: dirangkum dari Saunders (2013); Signh (2001); Cohen (1985) dalam Ardhan, (2016).

Mengutip pendefinisian Alberto Melluci untuk melengkapi analisis, dikatakan bahwa gerakan sosial baru selalu menentang aturan dominasi, juga dikenal sebagai pembentukan identitas baru dan bernilai tuntutan – tuntutan yang tidak bisa dinegosiasikan. Pada strukturnya gerakan sosial baru terdiri dari jejaring-jejaring kelompok dengan banyak kepala dari berbagai kelas masyarakat. Mengingat, latar belakang identitas kelas, bukanlah faktor determinan yang menentukan identitas actor maupun penopang aksi. Kelompok gerakan sosial baru seringkali lahir secara horizontal dari asosiasi demokratis yang terstruktur, dalam artian terikat dalam federasi pada tingkat nasional (Gorz dalam Singh, 2010:128). Maka, dalam hal ini gerakan sosial Gejayan Memanggil merupakan gerakan sosial baru, karena karakteristik yang dimilikinya serupa dengan definisi di atas.

1.5.2 Teori Mobilisasi Sumber Daya

Gerakan Gejayan Memanggil tentunya tidak bisa bergerak tanpa sebuah massa atau warga yang turut berpartisipasi dalam aksi. Maka dalam hal ini ada proses penjaringan massa yang dilakukan oleh Aliansi Rakyat Bergerak melalui Twitter, untuk mengajak warganet turut serta dalam gerakan Gejayan Memanggil. Maka penulis mengambil teori mobilisasi sumber daya yang merupakan teori di dalam gerakan sosial dan termasuk dalam studi gerakan sosial baru, selain itu juga teori ini mampu menjelaskan berjalannya proses mobilisasi yang terjadi pada

gerakan Gejayan Memanggil I. Pada gerakan sosial baru, mobilisasi yang dilakukan biasanya telah tersistem dan terorganisir secara rasional (Cohen, dalam Singh, 2010:135). Berarti, para aktor dalam gerakan sosial baru diakui sebagai orang yang mampu berpikir dan terampil dalam mengkalkulasikan kegagalan dan keberhasilan gerakan.

Mobilisasi massa biasanya identik dengan kegiatan pada politik praktis seperti pada proses kampanye dan penjaringan massa untuk mendapatkan suara atau dukungan dari pemilih. Menilik pendapat milik Stefano (2007) menjelaskan bahwa mobilisasi merupakan berbagai proses keterlibatan masyarakat pada suatu upaya menjaring massa berdasarkan tujuan tertentu. Mobilisasi sendiri terbagi menjadi dua, yakni mobilisasi langsung dan tidak langsung. Mobilisasi yang dilakukan secara langsung biasanya dilakukan dengan mengerahkan massa/ audiens untuk melakukan tindakan politik sejalan dengan yang diinginkan oleh aktor politik seperti, partai politik, pasangan peserta pemilu, dll. Mobilisasi langsung biasanya dilakukan dengan sosialisasi ataupun kampanye terbuka. Sedangkan mobilisasi tidak langsung pada teknisnya mempengaruhi cara pandang pemilih secara tidak langsung, melalui sosial media. Hingga akhirnya pemilih akan mengekspresikan pandangannya kedalam bentuk keputusan politiknya.

Sedangkan teori mobilisasi massa, dengan mengutip pendapat milik Oberschall (dalam Sukmana, 2016) dijelaskan bahwa mobilisasi mengacu pada proses pembentukan kerumunan, kelompok, asosiasi dan organisasi atau istilah lainnya massa yang berkumpul dengan tujuan untuk menacapai satu visi yang sama untuk tujuan kolektif dan/atau bersama. Dengan begitu aktivitas mobilisasi baru akan ada ketika ada kepentingan bersama yang ingin dicapai, bentuknya bisa berupa pembentukan komunitas, dll. Untuk memahami teori mobilisasi massa kita perlu meminjam teori mobilisasi sumber daya. Sebab, mobilisasi dapat dikelola dengan memanfaatkan beragam macam sumber daya yang dipunyai untuk dapat menjaring serta mengkoordinasi massa.

Pada teori mobilisasi sumber daya sendiri terdapat lima faktor determinan yang mampu mempengaruhi keberhasilan sebuah gerakan sosial politik diantaranya yaitu, organisasi gerakan sosial, pemimpin dan kepemimpinan, sumberdaya dan mobilisasi sumberdaya, jaringan dan partisipasi, serta peluang dan kapasitas

masyarakat. Kelima faktor ini merupakan faktor paling berpengaruh yang juga menjadi indikator dari keberhasilan suatu gerakan sosial. Fokus dari teori mobilisasi sumber daya adalah soal proses-proses sosialnya di mana hal itu pasti terdapat dalam gerakan sosial tersebut. Teori ini berasumsi bahwa suatu masyarakat di mana muncul ketidakpuasan maka, cukup memungkinkan untuk memunculkan sebuah gerakan sosial. Faktor organisasi dan kepemimpinan dapat menjadi faktor pendorong maupun penghambat sebuah gerakan sosial.

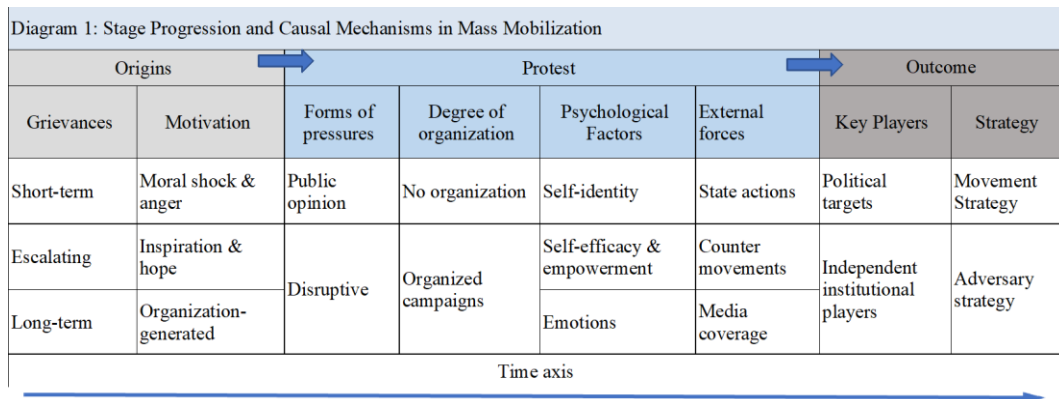
Dalam hal memobilisasi massa Oberschall (dalam Sukamana, 2016) memiliki model *The Political Interactive* sebagai pisau analisis yang menekankan pada pentingnya perubahan struktur kesempatan bagi aksi kolektif, serta eksistensi jejaring dan relasi horizontal telah terbentuk dari berbagai kelompok-kelompok tertindas, sebagai penentu keberhasilan suatu gerakan sosial. Maka keberadaan kelompok sosial yang tersegmentasi akan mampu menarik partisipan dari berbagai kelas masyarakat, dalam hal ini akan semakin besar pula kemungkinannya untuk dimobilisasikan kedalam organisasi gerakan sosial, yang tergabung karena kesamaan tujuan.

Berdasarkan pada penjelasan di atas, peneliti dapat mengambil intisari bahwa mobilisasi massa itu suatu proses yang dilakukan untuk menjaring massa atau mendapatkan dukungan dan partisipasi dari masyarakat, yang dilakukan atas tujuan untuk mencapai kebaikan bersama.

1.5.2.1 Tahapan Mobilisasi Massa

Peneliti telah mencoba untuk mencari berbagai referensi terkait tahapan mobilisasi massa secara khusus diluar dari tahapan mobilisasi sumber daya. Berikut referensi yang didapatkan. Dalam artikel “The Stages of Mass Mobilization: Separate Phenomena and Distinct Causal Mechanism” milik Doron&Goldberg, Sarah (2019) merangkum tahapan mobilisasi massa kedalam bagan di bawah ini:

Bagan 1.1 Tahapan dan Mekanisme Mobilisasi Massa



Sumber: Shultziner, Doron & Goldberg, Sarah. (2019)

Sarah (2019) dalam bagan tersebut menjelaskan bahwa setiap tahapan perjalanan mobilisasi massa dibatasi oleh ciri-ciri unik. Setiap tahapannya dapat berlangsung beberapa hari, bulan, atau lebih. Model yang tersebut didasari pada asumsi bahwa gelombang mobilisasi massa biasanya berlangsung melalui tiga tahapan utama (1) pemicu/asal; (2) aksi; (3) hasil. Dalam teori ini, mobilisasi massa diawali dengan fase mempersiapkan banyak aktivis untuk beraksi, melakukan aksi, kemudian turun ke jalan, dan menghilangnya aksi massa pasca demonstrasi. Menurut metode tahapannya, setiap kejadian mobilisasi massa dipelajari secara mandiri, bahkan jika aktor atau pemimpin yang sama memulai kampanye baru di tempat lain, maka membutuhkan strategi baru. Selain itu, tujuan mobilisasi massa mungkin atau tidak mungkin tercapai, namun selalu ada beberapa hasil dari gelombang mobilisasi massa. Hasil dari mobilisasi massa dan aksi terikat dengan penyebab terjadinya aksi. Menurutnya, setiap tahapan dapat dilihat sebagai fenomena terpisah yang dicirikan oleh berbagai faktor dan mekanisme sebab-akibat yang berbeda.

Pada hal ini penulis dapat mengambil intisari bahwasannya, tahapan mobilisasi massa yang perlu diperhatikan adalah pertama, *Origins* sebagai asal-mula atau konteks yang melatarbelakangi. Dalam poin ini yang perlu diperhatikan adalah hal apa yang menjadi tuntutan oleh masyarakat dan apakah berdampak pada kehidupan jangka panjang atau tidak, dan inilah yang kemudian menjadi motivasi rakyat dalam melakukan pergerakan. Kedua, *protest* sebuah aksi yang setelah muncul motivasi maka, jika permasalahan yang menjadi tuntutan adalah sebuah permasalahan yang mendasar, substantif dan berdampak secara nyata maka aksi perlu dilakukan secara terstruktur. Mobilisasi yang terstruktur akan memanfaatkan

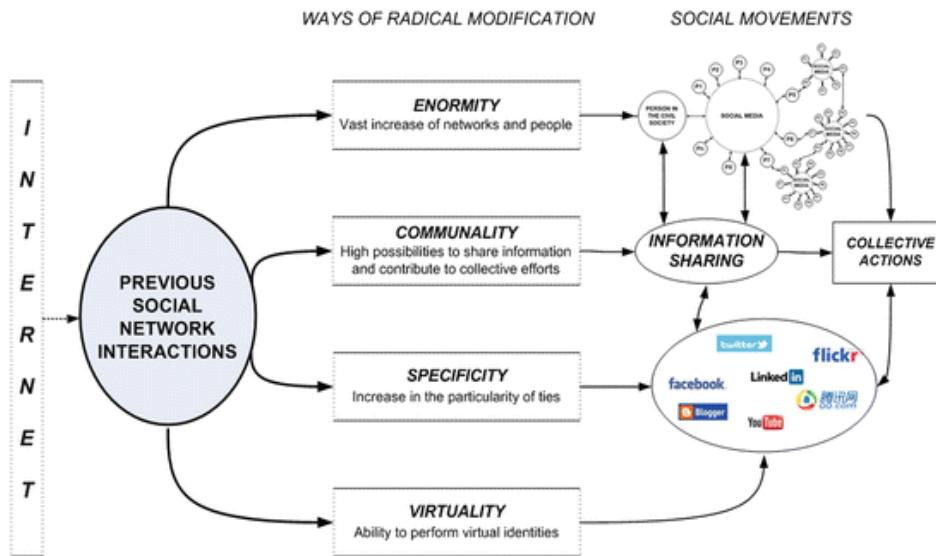
kekuatan dari media. Ketiga, dari segi *outcome* yakni, hasil dari mobilisasi tersebut, biasanya berupa adanya aktor yang berperan yang dibutuhkan, bisa berupa peserta yang independen dari institusi apapun, dan pencapaian tujuan dilakukan dengan strategi untuk menentang yang menjadi oposisi sebagai tujuan dari gerakan.

1.5.3 Gerakan Sosial dan Media Sosial

Tidak diragukan lagi, internet saat ini telah memberikan dampak pada berbagai level kehidupan individu sehari-hari. Di era digitalisasi seperti saat ini media sosial telah membuktikan perannya sebagai alat yang esensial dalam melakukan gerakan sosial politik. Media sosial kerap kali digunakan sebagai alat untuk membagikan ide/gagasan, mendapatkan pengikut/simpatisan yang mau mengikuti aksi, menjadi tempat untuk membagikan gambar, video, dan lainnya secara *real time*. Ada sebuah *framework* yang ditemukan dalam penggunaan media sosial pada gerakan sosial politik. Penelitian ini telah dilakukan oleh Amaro La Rosa (2014) dengan judul “Social Media and Social Movements Around the World”. Pada penelitian ini ditemukan beberapa pola dan *framework* yang serupa dalam melakukan gerakan sosial pada media sosial.

Berdasarkan perspektif Christakis dan Fowler (2009), dunia internet telah memodifikasi bentuk interaksi individu antar individu, dan individu antar kelompok, serta kelompok antar kelompok. Mereka menggunakan diagram untuk menjelaskan bagaimana internet merubah jalur interaksi dalam memobilisasi massa secara radikal sebagaimana bagan di bawah ini:

Bagan 1.2 Media Sosial dan Gerakan Sosial



Sumber: Christakis dan Fowler (2009), dalam Rosa (2014)

Bagan di atas menunjukkan sebuah peningkatan koneksi antara individu dan kelompok. Media sosial menjadikan kemungkinan untuk berbagi informasi terjadi secara simultan, hal ini bagaimana improvisasi dalam aksi kolektif kemudian menjadi tujuan bersama. Beberapa gerakan sosial abad sekarang yang berdampak sangat penting. Membaca kehebatan dari konektivitas internet ini, sekarang di seluruh dunia memiliki satu fitur umum dalam melakukan gerakan sosial yakni, penggunaan media sosial sebagai mobilisasi massa. Sebagai contoh beberapa gerakan sosial yang pernah terjadi di abad 20 dan memanfaatkan penggunaan media sosial.

Pertama, pada November 2004, para aktivis turun ke jalan di Ukraina untuk memprotes secara damai melawan penipuan terkenal di putaran kedua pemilihan di mana Victor Yanukovych dinyatakan sebagai pemenang. Standar pemilihan internasional tidak dipenuhi yang dibuktikan oleh pengamat dari Organization for Security and Cooperation di Eropa (OSCE). Setelah sehari-hari mobilisasi orang dan beberapa putaran negosiasi, proses pemilihan baru diputuskan oleh Komisi Pemilihan Umum Pusat dan Victor Yuschenko, kandidat yang didukung secara besar-besaran, menjadi pemenang. Orang muda biasanya terlibat dalam protes; sebagian besar dari orang yang menggunakan telepon seluler dan sumber daya Internet dan terlibat dalam Revolusi Oranye 2004 di Ukraina berusia 30 tahun atau lebih muda (Goldstein 2007).

Pada 4 Januari 2008, Oscar Morales, seorang insinyur sistem dari Barranquilla, membuat grup Facebook “Un millón de voces contra las FARC” (Satu juta of voices against FARC) untuk memprotes atas nama orang-orang yang diculik oleh gerilyawan. Kampanye sukses yang melibatkan media sosial berlangsung dengan akselerasi ritme di Kolombia dan menjadi acara internasional besar-besaran yang terlibat media tradisional, tindakan masyarakat sipil, dan dukungan swasta. Lebih dari sepuluh juta orang di 20 kota Kolombia dan 45 juta lainnya di banyak kota di sekitar dunia telah memprotes dalam satu bulan sejak dimulainya inisiatif (Zuluaga 2012), dan memperoleh pengaruh tinggi dalam opini publik dunia.

Kejadian pada skenario: Moldova. Tanggal: 6 April 2009. Alasan: protes atas pemilihan kembali Partai Komunis melalui pemilihan parlemen yang curang. Ribuan tweet dengan hashtag #pman mengundang orang-orang untuk berpartisipasi dalam protes di Piat ,a Marii Aduna~ri Nat ,ionale, alun-alun terbesar di ibu kota Chişinău. Dengan menggunakan dari LiveJounal, Facebook, blog, E-mail, dan SMS partisipasi dari 15.000 orang-orang di jalan protes diperoleh dalam beberapa jam (Cullum 2010). Itu mobilisasi tingkat nasional, dinamakan Revolusi Twitter atau Revolusi Anggur diikuti dengan gangguan yang hampir mendapat perhatian internasional segera.

vanNiekerk dkk. (2011) menggambarkan penggunaan TIK dalam Revolusi Melati di Tunisia yang dimulai pada Desember 2010 dengan protes terhadap pemerintah, pengangguran, dan korupsi. Akibat besarnya protes, satu bulan kemudian Presiden Tunisia Zine El Abidine Ben Ali mengundurkan diri dan meninggalkan negara itu. Dengan menggunakan model siklus hidup peperangan informasi, penelitian tersebut telah membuktikan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai senjata pada tahap awal yang biasa digunakan untuk menyebarkan ide, mengkoordinasikan aksi sosial dan menayangkan video protes, menggaet atensi media massa internasional dan mobilisasi manusia besar-besaran.

Dari berbagai contoh kasus yang dijelaskan di atas, dapat diketahui keberhasilan dari mobilisasi massa disebabkan oleh, cita-cita mereka yang kemudian diadopsi oleh banyak orang yang termotivasi tentang tujuan dan isu yang

diangkat pada gerakan sosial. Tetapi, pada beberapa kasus ada pula kegagalannya pada kelompok minoritas yang menyebarkan informasi menggunakan media sosial dan sumber daya teknologi lainnya dan maju, untuk mendukung mereka atau mengambil bagian dalam aksi kolektif.

Dalam hal ini La Rosa (2014) mengambil beberapa kesimpulan dari kasus dan teori terkait media sosial dan gerakan sosial, bahwa pertama, media sosial bisa digunakan untuk mengaktifkan gerakan sosial, tapi ada sebelumnya diperlukan kondisi sosial, politik dan komunikasi untuk kemunculannya. Kedua, media sosial yang sama tidak selalu memiliki dampak yang sama di semua gerakan sosial. Ketiga, media sosial memungkinkan gerakan sosial memiliki persiapan dan waktu yang singkat dalam melakukan perencanaan aksi, proses aksi, serta untuk mencegah maupun menghentikan aksi sebelum terjadi.

Selain itu, berperan sebagai strategi, aktivitas media sosial terbukti mampu mempengaruhi bentuk gerakan secara nyata (Van de Donk, Loader, Nixon & Rucht, 2004). Kemampuan itu terwujud melalui tiga cara yakni: 1) pembagian definisi masalah sebagai dasar pembentukan identitas kolektif, 2) mampu memobilisasi anggota, 3) memperluas jaringan dengan menghubungkan sejumlah organisasi yang berbeda. Selain itu media sosial bermanfaat bagi aktivitas politik dengan cara menghancurkan monopoli negara terhadap produksi pengetahuan dan arus informasi (Lim, 2005). Informasi di media sosial pun mampu menjangkau pengguna nasional dan internasional.

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Konsep Media Sosial

Media sosial termasuk dalam media digital (Mayfield, 2008). Bentuknya dapat berupa jejaring sosial, blog, podcast, forum, media berbasis isi, dan microblog. Pada penelitian ini media sosial yang diteliti adalah jejaring sosial Twitter. Setiap media sosial memiliki bentuk yang berbeda berkaitan dengan fungsi dan kekhasan setiap media. Twitter merupakan media sosial dalam bentuk *microblog* yang memungkinkan penggunaannya menuliskan teks pembaruan yang singkat kemudian mempublikasikannya untuk dilihat semua orang atau kelompok terbatas dalam

jaringan pertemanannya. Dengan batasan 140 karakter dan seringkali digunakan untuk berbagi perkembangan suatu kasus terbaru. Twitter memiliki karakter penyampai pesan dengan bahasa yang lugas, singkat, jelas, dan menarik perhatian. Gambar 1.1 Karakter Media Sosial



Sumber: Nasrullah (2014)

Selanjutnya media sosial dimasukkan dalam kategori ruang siber karena merupakan hasil dari perkembangan teknologi internet. Sebagai bagian dari ruang siber media sosial memiliki karakteristik sesuai dengan yang dijelaskan oleh Mitra dan Cohen (dalam Nasrullah, 2014).

1. *Intertextuality*, bahwa setiap teks memiliki tautan pada teks yang lainnya. Teks harus dimaknai bersama-sama dengan teks lain yang masih berkaitan, baik teks masa lampau maupun teks masa kini. Hal ini berkaitan dengan makna pesan dalam media sosial.
2. *Nonlinearity* berarti setiap halaman situs atau komentar tidak dapat diketahui awal dan akhirnya. Bisa saja bahasan terakhir menjadi topik obrolan baru.
3. *Blurring the reader and writer distinction* yang berarti terdapat perbedaan yang kabur antara pembaca dan penulis. Ini tentang karakter netizen sebagai *user-content-generated*, artinya adalah pengakses memproduksi konten, mendistribusikannya, sekaligus menjadi konsumen dari konten itu.
4. *Multiedianess*, yaitu adanya konvergensi antara media, gambar, suara, dan teks di media sosial.

5. Sifat internet global membuat konten dapat disebar dan diakses secara luas tanpa ada batasan ruang-waktu secara cepat serta tanpa melalui *gatekeeper* layaknya media arus utama.
6. *Ephemerality*, hal ini berkaitan dengan ketidakstabilan teks di media sosial karena bisa dihilangkan baik sengaja ataupun tidak oleh pengguna.

Karakter media sosial di atas dapat dibagi menjadi dua dimensi saja yakni, dimensi konten, dan dimensi khalayak. Aktivitas media sosial dimaknai sebagai strategi gerakan sosial politik.

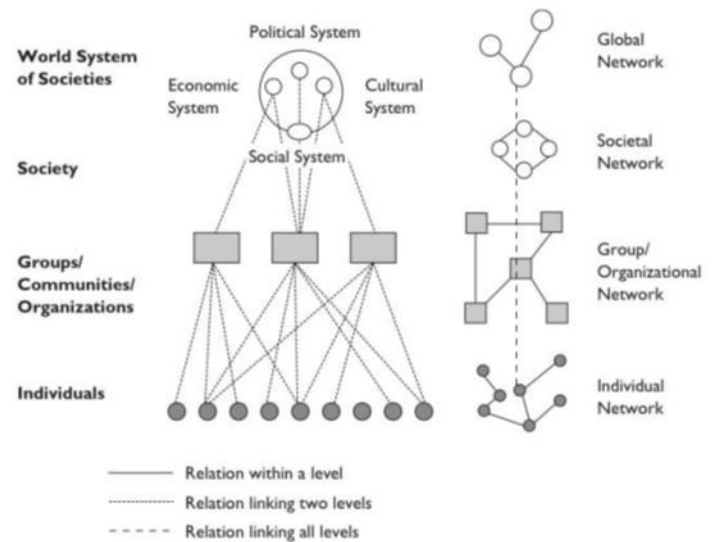
1.6.2 Konsep Masyarakat Jaringan dan Jaringan Sosial

Jaringan sosial dalam dunia digital telah memecahkan keterbatasan ruang dan waktu dalam berkomunikasi. Van djik, J (2006) dalam bukunya menjelaskan tentang jaringan masyarakat jaringan. Dalam masyarakat jaringan sosial ada kematian jarak, ruang dan waktu benar-benar tidak lagi penting. Semakin banyak kegiatan tradisional terjadi dalam bidang kehidupan tertentu sekarang dapat dilakukan hamper dimana-mana dan kapan saja. Buktinya nyata telah terjadi pada *telework, telestudy, teleconference* dan lainnya. Lebih jelasnya jaringan masyarakat sosial memecahkan bagian-bagian berikut:

1. Semua jenis grup komunikasi baru antara komunikasi massa dan interpersonal seperti grup obrolan dan pesan online, telah membentuk kembali komunitas dan pergaulan dengan cara-cara baru, meningkatkan kemampuan sosialisasi masyarakat.
2. Tidak ada ketimpangan masyarakat dari kelas menengah, bawah, dan atas. Jaringan sosial ini memfasilitasi penyebaran pengetahuan dan sumber daya lainnya.
3. Struktur dalam jaringan sosial lebih fleksibel walaupun faktanya jaringan ini juga mudah untuk melahirkan ketidakstabilan. Status quo mudah terguncang dengan jaringan sosial yang ada. Krisis, berita, rumor, mode, dan kegilaan menyebar dengan kecepatan yang semakin cepat. Sehingga ketidakstabilan ini adalah suatu hal yang tidak dapat terhindarkan dari penggunaan jaringan media sosial.

Van Dijk, J (2006) menjelaskan tentang komunikasi yang terjadi dalam masyarakat berjejaring menjadi sangat multisentris. Sebagaimana gambar di bawah ini:

Gambar 1.2 Tatanan Komunikasi dalam Masyarakat Jaringan



Sumber: Van Dijk (2006)

Gambar di atas menunjukkan bagaimana interaksi antar individu saat ini bersifat sangat cair, dan hal ini menjadikan informasi sebagai pusat dari keterkaitan antara berbagai elemen dalam masyarakat mulai dari kalangan elite hingga masyarakat umum. Selain itu juga mengingat bahwa seluruh individu saat ini telah terkoneksi dengan internet maka wajar jika di level individu, internet telah mampu mendominasi kehidupan masyarakat. Dengan begitu memobilisasi massa dengan menggunakan dunia virtual bisa menjadi alternatif untuk masa sekarang ini.

1.6.3 Perbedaan Jaringan Sosial dan Media Sosial

Meskipun istilah media sosial dan jejaring sosial tampaknya dapat dipertukarkan, keduanya memiliki perbedaan yang berbeda. Pada hakikatnya media sosial adalah platform untuk menyebarkan informasi, sedangkan jejaring sosial adalah platform untuk berkomunikasi satu sama lain. Media sosial adalah saluran komunikasi, sedangkan dalam jejaring sosial, komunikasi bersifat dua arah. Pada bagian ini peneliti akan memaparkan lebih jauh yang menjadi pembeda di antara kedua konsep.

Ketika memikirkan istilah media, biasanya mengingatkan kita pada outlet tradisional, seperti koran, majalah, dan televisi. Namun, ketika menambahkan

sosial di depan, istilah tersebut memiliki getaran yang berbeda. Media sosial menambahkan komponen teknologi - serta fleksibilitas - dalam hal bagaimana seseorang mengonsumsi, berbagi, dan berkolaborasi dengan apa yang disajikan. Dengan demikian, media sosial dapat digambarkan sebagai cara berbasis internet untuk menerbitkan atau menyiarkan konten digital yang dapat berinteraksi dengan pembaca sepenuhnya (Froehlich, 2020).

Siapapun dapat mempublikasikan informasi di media sosial. Media berita tradisional, seperti Kompas dan JawaPos, mempublikasikan konten mereka sendiri untuk konsumsi digital. Bisnis dan tiap organisasi juga melakukannya. Bahkan kelompok kegiatan mahasiswa dapat membuat konten media sosial untuk dibaca, ditonton, dan berinteraksi dengan anggotanya.

Sedangkan untuk memahami konsep jejaring sosial, kita perlu pertimbangkan jejaring sosial dalam konteks dari siapa pengguna menerima konten. Pertama, jejaring sosial membutuhkan platform. Contoh umum situs atau platform jejaring sosial termasuk Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn. Pengguna bergabung dengan platform jejaring sosial dan mulai terhubung - atau berjejaring - dengan pengguna lain. Ini dilakukan agar pengguna dapat memilih dari siapa mereka ingin menerima komunikasi. Dalam beberapa kasus, komunikasi adalah satu arah, sementara dalam kasus lain, komunikasi dua arah atau multi arah (Froehlich, 2020).

Dengan kata lain, jejaring sosial seperti memilih produk apa yang akan kita gunakan atau konsumsi. Ini membantu merampingkan akses ke apa yang kita lakukan dan tidak ingin kita konsumsi. Dan, sekali lagi, konten dapat disampaikan melalui kontak pribadi atau bisnis, dalam bentuk media berita, atau komunitas atau organisasi lain yang diminati pengguna.

Kedua konsep tersebut jelas berbeda. Untuk mempermudah dalam memahami, perlu memasukan konsep tersebut ke dalam suatu konteks. Pada konteks Facebook sebagai situs jejaring sosial adalah contoh bagaimana istilah bisa berbeda namun agak tumpang tindih. Seperti, kita mendaftar dan memposting profil kita, terhubung dengan teman dan mengomentari topik dengan cara yang umumnya interaktif. Di situs jejaring sosial yang sama, perusahaan mengatur kehadiran dan

menggunakan Facebook sebagai cara untuk mengkomunikasikan merek mereka dan mendapatkan pengikut. Ini jelas merupakan kasus penggunaan untuk media sosial dan jejaring sosial. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis mencoba meringkas keduanya melalui table di bawah ini.

Table 1.2. Perbedaan Jejaring Sosial dan Media Sosial

	<i>Jejaring Sosial</i>	<i>Media Sosial</i>
<i>Batasan definisi</i>	Berhubungan dengan audiens dan hubungan yang dimiliki dengan audiens	Informasi dan konten yang dibagikan
<i>Tujuan</i>	Melakukan diskusi dan membangun relasi	Pemasaran
<i>Tipe komunikasi</i>	Termasuk kedalam komunikasi dua arah	Pada dasarnya menyampaikan pesan ke pada publik dengan satu arah
<i>Target audiens</i>	Spesifik dan beberapa orang pada suatu kelompok	Tidak memiliki target audiens yang spesifik, atau sasaran audiens lebih luas
<i>Respon</i>	Respon tepat waktu, dan termasuk pada komunikasi langsung	Boleh jadi tidak dapat merespon tepat waktu, karena tidak sepenuhnya interaktif pada audiens

Sumber: Thomas (2020) dalam “Social Networking vs Social Media: What are the Differences and Similarities”

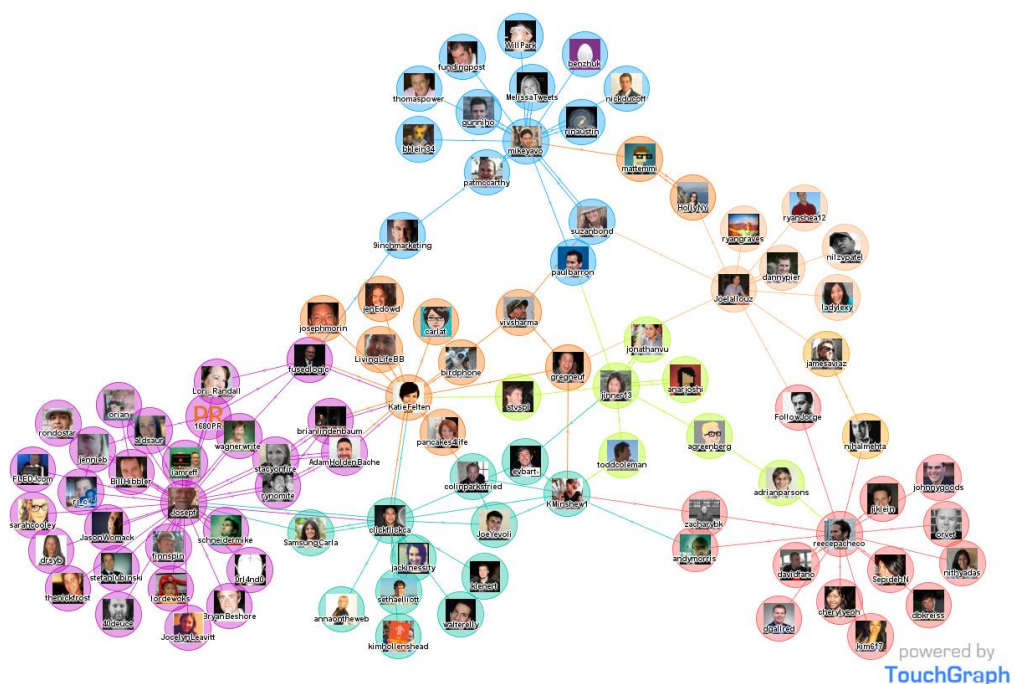
Berdasarkan table tersebut, ada perbedaan yang jelas antara keduanya. Media sosial membutuhkan jejaring sosial untuk menyebarkan konten kepada mereka yang ingin mengonsumsi dan berinteraksi dengannya. Dengan demikian, jaringan media sosial adalah teknologi yang mendasar untuk koneksi manusia atau manusia saling terhubung satu sama lain di dunia virtual, sedangkan media sosial

hanya berfokus pada apa yang dipublikasikan dan dikonsumsi dalam platform jejaring sosial.

1.6.3.1 Jejaring Sosial Twitter

Penjelasan mengenai jejaring sosial twitter menjadi penting, mengingat twitter menjadi fokus pada penelitian ini. Untuk mempermudah pemahaman terkait jejaring sosial twitter, di bawah ini adalah visualisasi dari jejaring sosial yang terjadi di twitter/

Gambar 1.3. Visualisasi Jejaring Sosial Twitter



Sumber: <https://softwarerecs.stackexchange.com/questions/38417/software-to-map-character-relationships>

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bagaimana pengguna twitter saling terkoneksi, membentuk jaringan dan relasi satu sama lain, pada pembicaraan yang sama. Dalam penggunaannya sendiri, jejaring sosial Twitter menggunakan fitur *reply*, *retweet*., dan *metion*. Dengan menggunakan fitur tersebut pengguna dapat saling berkomunikasi secara langsung satu sama lain, tanpa terbatas ruang dan waktu.

1.7 Metode dan Prosedur Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu prasyarat yang harus dilakukan dalam penelitian untuk mengungkapkan fenomena yang ada. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian ini, berusaha untuk mengetahui dan memperoleh deskripsi kasus khusus yang komprehensif dan holistik. Dari tujuan tersebut maka metode penelitian yang diambil adalah metode penelitian kualitatif studi kasus ilmu sosial. Metode penelitian studi kasus berdasarkan pengertiannya, merupakan metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk penelitian yang mendalam dengan pemeriksaan terhadap sejumlah besar informasi tentang suatu kasus unik pada periode tertentu (Newman, 2017). Kasus khusus dan/atau unik itu dapat berupa pola perilaku pada level individu, suatu kelompok, atau institusi dan organisasi, kejadian spesial seperti krisis ekonomi politik, suatu proses revolusi, dan lainnya. Kasusnya pun dibatas dalam hal tempat atau lokus tertentu, serta pada periode waktu tertentu. Dengan begitu cakupan kajiannya sempit, maka penelitian studi kasus tidak ditujukan untuk mendapatkan generalisasi pada hasil penelitiannya. Namun, hasil penelitian studi kasus diharapkan dapat menghasilkan kesimpulan yang bisa menjelaskan kasus serupa, di tempat lain, dengan karakteristik dan situasi yang sama, singkatnya dapat menghasilkan temuan yang bersifat transferabilitas (Petri and Zahle, 2019).

Salah satu karakteristik penting dalam hal metode penelitian kualitatif studi kasus adalah, data yang dimiliki haruslah mendetil dan mampu memenuhi seluruh aspek pada kasus yang diteliti. Dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan kelengkapan data, maka metode penelitian ini memberlakukan *multiple methods* untuk mengumpulkan dan menganalisis data (Petri and Zahle, 2019). Jika penelitiannya kualitatif maka, metode studi kasus dapat menggunakan observasi pada partisipan, melakukan *interview* atau wawancara, dan melakukan analisis dokumen. Namun, data tentang suatu kasus, atau tentang konteksnya, mungkin juga bersifat kuantitatif, misalnya, data yang dihasilkan dari survei yang dilakukan oleh peneliti. Permasalahan terkait metode pencarian data dalam metode penelitian studi kasus, telah dibahas tuntas oleh Petri dan Zahle (2019), mereka menjelaskan bahwa

perbedaan antara metode kualitatif dan kuantitatif semakin jauh dikaburkan oleh metode analisis konten komputasi. Sedangkan studi tentang sejumlah kecil kasus mencegah penggunaan metode statistic untuk membandingkannya, adalah sebuah kekeliruan. Dalam rangka menanggapi bahwa penelitian studi kasus hanya terbatas pada penggunaan "metode kualitatif", menurutnya yang penting adalah ide kunci dari penelitian tersebut, di mana peneliti menggunakan metode tersebut yang memungkinkannya memperoleh informasi relevan sesuai dengan pertanyaan penelitian. Dengan cara ini, pilihan metode tidak didorong oleh tujuan menggunakan metode khusus tetapi dengan pertanyaan penelitian yang sudah dirumuskan dan berada di bawah penyelidikan lebih jauh.

Selain pemaparan terkait karakteristik penelitian studi kasus, peneliti juga mengangkat beberapa fakta dari penelitian ilmu politik yang menggunakan metode penelitian studi kasus untuk memperkuat rasionalisasi dalam pemilihan metode penelitian dan analisis kasus gerakan Gejayan Memanggil. Pada jurnal milik Sharon Crasnow yang berjudul “Political Science Methodology: A Plea for Pluralism”. Pada paper ini Crasnow (2018) berpendapat bahwa penelitian studi kasus memiliki setidaknya memiliki caranya dalam berkontribusi pada perkembangan ilmu politik yakni, menginvestigasi kejadian-kejadian langka, mengungkap batas-batas klaim kausal umum, dan mengajarkan soal kepekaan terhadap suatu konteks politik.

Dalam hal ini penulis memahami bahwa kondisi dan konteks politik pada berbagai negara dan dunia senantiasa berkembang, permasalahan yang hadir ataupun konteks politik yang melatarbelakanginya, dapat menjadi sebuah referensi bagi negara lain untuk mengatasi permasalahan yang sama, sehingga kedua negara tidak perlu jatuh ke dalam permasalahan yang sama. Apa yang diungkapkan oleh Crasnow bahwa metode penelitian studi kasus mengajarkan kepekaan kepada peneliti terhadap konteks politik, khususnya pada kejadian gerakan sosial politik Gejayan Memanggil.

1.7.2 Fokus Penelitian

Logika dari penelitian studi kasus adalah untuk mendemonstrasikan suatu argumentasi penyebab tentang bagaimana kekuatan sosial umum membentuk dan

menghasilkan hasil dalam pengaturan tertentu (Walton, 1992). Berdasarkan logika tersebut, maka fokus penelitian ini menelisik mengapa dan bagaimana gerakan Gejayan Memanggil I dapat berhasil menjaring ribuan masa, dan mengkonversi gerakan di media sosial ke dunia fisik, dengan aksi langsung pada tanggal 23 September 2019. Serta menelisik konteks sosial dan politik yang melatarbelakangi kelahiran gerakan tersebut. Dengan begitu seluruh proses dan metode pencarian data ditujukan untuk mendapatkan dan memenuhi kelengkapan data dalam menjawab pertanyaan penelitian.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam menjawab rumusan masalah yang ada dalam proposal penelitian ini, diperlukan data yang relevan terkait dengan proses mobilisasi massa yang dilakukan dalam mengikuti gerakan Gejayan Memanggil. Data sangatlah diperlukan dalam proses penelitian ini nantinya, karena dengan data yang ada dapat diketahui mengapa dan bagaimana jejaring sosial twitter mampu menarik banyak massa pada gerakan Gejayan Memanggil. Adanya data yang nantinya akan diperoleh, mampu untuk menjelaskan fenomena yang terjadi secara lengkap dan holistik.

Kembali mengingat karakteristik dari penelitian studi kasus, bahwa data yang dimiliki haruslah mendetil dan mampu memenuhi seluruh aspek pada kasus yang diteliti, maka metode penelitian ini memberlakukan *multiple methods* untuk mengumpulkan data (Petri and Zahle, 2019). Pada hal ini, peneliti menggunakan beberapa teknik dalam melakukan pengumpulan data yang relevan dan dibutuhkan dengan pertanyaan penelitian. Teknik pertama adalah wawancara mendalam, sebagai teknik pengumpulan data yang dapat digunakan, melalui interaksi pada pihak informan yang mengetahui secara detail terkait fokus penelitian. Dari hasil wawancara juga mampu untuk menghimpun informasi dalam bentuk percakapan dengan maksud untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kedua, teknik analisis dokumen resmi dari Aliansi Rakyat Bergerak (yang selanjutnya disebut ARB) sebagai unit analisis dari penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan penjelasan lengkap tentang latar belakang konteks, serta tuntutan yang dibawa pada aksi Gejayan Memanggil, dan beberapa peraturan yang harus diikuti oleh peserta

pada saat aksi. Ketiga, adalah teknik analisis wacana pada narasi ajakan aksi yang dilakukan oleh ARB melalui jejaring sosial Twitter. Keempat, teknik komputasi data statistic pada pembicaraan Gejayan Memanggil yang terjadi di jejaring sosial Twitter yang didapatkan dari drone empirit sebagai platform kalibrasi data dari berbagai sumber *online*. Dan terakhir, teknik kajian literatur sebagai pelengkap untuk mendapatkan data-data sekunder dari jurnal, *website*, media lokal, dan lain-lain, yang mampu mendukung data dan penjelasan dari analisis pertanyaan penelitian.

1.7.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini Yogyakarta merupakan lokasi yang merupakan tempat kejadian dari gerakan Gejayan Memanggil. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut, karena daerah ini memiliki sejarah perjuangan yang panjang. Mulai dari Peristiwa Gejayan 1998 sebagai aksi untuk menolak terpilihnya kembali Soeharto, dan perekonomian Indonesia yang semakin buruk. Kemudian Gejayan Yogyakarta juga menjadi tempat perjuangan demo mahasiswa tahun 2004 sebagai aksi untuk menolak orbaisme dan militerisme pada hari kebangkitan nasional agar tidak semakin terpuruk. Belanjut dengan demo mahasiswa pada tahun 2005 yang menentang pemerintah untuk menaikkan harga BBM. Hingga peristiwa Gejayan Memanggil juga terjadi di tempat yang sama yang telah memiliki perjalanan perjuangan yang panjang. Dengan begitu lokasi penelitian Yogyakarta menjadi menarik untuk dibahas lebih jauh.

1.7.5 Subjek Penelitian

Pada penelitian studi kasus dibutuhkan informasi yang tepat dan menguasai kasus yang dijadikan fokus penelitian. Sebab, peneliti perlu mempelajari tindakan subjek dari sudut pandang subjek penelitian, bukan dari sudut pandang peneliti. Subjek pada penelitian ini adalah Aliansi Rakyat Bergerak. Sebagai kelompok yang pertama kali menginisiasi gerakan Gejayan Memanggil di Yogyakarta. Sebab, Aliansi Rakyat Bergerak menjadi subjek penelitian, maka unit analisis penelitian ini adalah suatu kelompok. Hal ini berarti, seluruh kegiatan penelitian bersama

informan ditujukan untuk mendapatkan pemahaman secara menyeluruh terkait pandangan, rencana, dan arah dari kelompok terkait. Meski yang akan dilibatkan dalam proses penelitian hanya satu orang, bukan berarti unit analisis menjadi unit individu. Melainkan orang tersebut haruslah merupakan representasi dari kelompok yang dituju yakni, Aliansi Rakyat Bergerak.

Mengingat tujuan dan fokus penelitian pada jejaring twitter dalam memobilisasi massa gerakan Gejayan Memanggil, maka informan yang dituju adalah tokoh yang berperan pada bagian acara dan jaringan di Aliansi Rakyat Bergerak. Divisi acara dan jaringan memiliki tugas untuk menentukan agenda setting, rencana aksi, dan melakukan mobilisasi pada jaringan-jaringan yang dimiliki.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Setelah seluruh data yang dibutuhkan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah dilakukan analisis data dan informasi yang kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Analisis data dilakukan sesuai dengan metode penelitian studi kasus, di mana metode analisis data diarahkan untuk mendapatkan deskripsi lengkap dan holistik serta menjawab pertanyaan dan fokus penelitian. Ada berbagai cara dalam melakukan analisis data, pada penelitian ini peneliti mengadopsi dua cara. Pertama, teknik analisis isi substantif, yang dari pengertiannya adalah serangkaian metode untuk menyederhanakan data perilaku dan berbagai tipe aktor politik (Mannheim dan Rich dalam Harrison, 2007). Pada teknik ini, maka dari seluruh data yang diperoleh baik dari sumber primer ataupun sekunder akan dianalisis dengan menggunakan teori yang relevan dan dicoba untuk dielaborasi dari beberapa sudut pandang serta rekomendasi dari akademisi ataupun ahli yang fokus pada bidang terkait, yakni politik pada gerakan sosial dan media sosial. Begitupun pada data hasil wawancara, tidak semena-mena dimasukan dan dianalisis sepenuhnya, tetapi akan dipilah terlebih dahulu bagian yang dibutuhkan, yakni data yang relevan dengan pertanyaan penelitian.

Kedua, teknik analisis data media sosial, *social network analysis*. Teknik ini digunakan untuk menemukan cluster massa dalam pembicaraan gejayan

memanggil di twitter, untuk mengetahui aktor yang berpengaruh dan memberi dampak besar, serta untuk mengetahui bentuk jejaring sosial pada proses mobilisasi massa untuk aksi pada gerakan gejayan memanggil. Selebihnya dilakukan dengan cara menganalisis data statistic ataupun diagram yang merupakan visualisasi data dari twitter terkait pembicaraan gejayan memanggil hasil kurasi data milik dorenemprit academic.

1.7.7 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dibuat untuk mempermudah proses penelitian yang dilakukan, agar dapat dilakukan secara sistematis dan terstruktur. Penjelasan terkait prosedur penelitian digambarkan melalui diagram di bawah ini:

Bagan 1.3 Bagan Prosedur Penelitian

