

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Menurut Benford dalam Jurnal Morissan (2015) Gerakan sosial (*social movements*) dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan bersama yang terorganisir yang bertujuan untuk menghasilkan atau menolak perubahan fundamental pada suatu kelompok atau masyarakat. Menurut Herbert Blumer (1955:19) dalam Sukmanana (2016) mendefinisikan gerakan sosial sebagai “Upaya bersama untuk membangun tatanan kehidupan yang baru” (*collective enterprises to establish a new order of life*). Senada dengan Macionis, Spencer (1982:504) dalam Sukmana (2016) menyatakan bahwa yang dimaksud *social movement* adalah upaya kolektif yang ditujukan untuk suatu perubahan tatanan kehidupan yang baru.

Beberapa faktor berpotensi untuk mendorong terjadinya perubahan sosial seperti: perubahan lingkungan, ketidakadilan, keadaan politik atau masalah ekonomi. Namun faktor-faktor tersebut tidak akan menghasilkan perubahan sosial yang sesungguhnya tanpa adanya upaya bersama (*collective effort*) dari para individu yang mengorganisir dirinya dalam suatu gerakan sosial. Ketika sekelompok orang mengatur diri dalam upaya untuk mendorong atau menolak beberapa jenis perubahan sosial maka mereka sedang menciptakan sebuah gerakan sosial. Agar gerakan tersebut bisa terlaksana maka harus ada upaya bersama atau kesadaran bersama

dalam melakukan gerakan tersebut agar perubahan sosial yang kita ingin bisa tercapai.

Suatu gerakan akan muncul apabila adanya ketidakpuasan dari masyarakat yang memungkinkan terjadinya suatu gerakan sosial. Dengan adanya gerakan yang mendorong atau menolak suatu perubahan maka masyarakat yang memang mempunyai keinginan yang sama mereka akan membentuk sebuah kelompok dan berkumpul yang akhirnya mempunyai sebuah gerakan massa. Dengan adanya tindakan kolektif atau upaya kolektif akan mempermudah masyarakat dalam menyampaikan keinginannya dalam perubahan tersebut.

Gerakan sosial saat ini tidak diidentikan dengan komunikasi tatap muka, yang pada awalnya menjadi syarat untuk terjadinya gerakan sosial. Dewasa ini sudah tidak diperlukan lagi, Gerakan sosial bisa dilakukan melalui media sosial. saat ini media sosial tidak hanya sebagai alternatif komunikasi dan informasi, media sosial berperan juga sebagai gerakan sosial dan aspirasi masyarakat. Dengan media sosial mempermudah semuanya bahkan bisa dikatakan memungkinkan gerakan sosial baru dapat berkembang lebih cepat dari pada yang diperkirakan sebelumnya. Gerakan sosial melalui media sosial merupakan gerakan sosial baru dimana biasanya gerakan tersebut tidak dilakukan di media sosial tetapi saat ini mengumpulkan massanya melalui media sosial.

Peneliti ingin menunjukkan bahwa gerakan sosial bisa dilakukan melalui media sosial. Contohnya, dalam penelitian Urip Mulyadi tentang Gerakan Sosial Di Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Gerakan Sosial Melalui *Hashtag* #ShameOnYouSBY di Twitter). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan wacana gerakan sosial melalui *hashtag* #ShameOnYouSBY sebagai upaya perlawanan di media sosial twitter. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam gerakan sosial melalui *hashtag* #ShameOnYouSBY adalah untuk menyusun klaim bersama menentang pemegang kekuasaan para elit politik. Karena melalui gaya atau sistem kepemimpinan SBY, relasi kuasa pemerintah dapat mengarah kepada relasi kuasa yang bersifat dominan. Sehingga perlawanan adalah sesuatu yang inheren dan tidak bisa dipisahkan dari kekuasaan itu sendiri. Di mana ada penggunaan kekuasaan pasti ada resistensi atau perlawanan. Disini masyarakat menggambarkan pemegang kekuasaan (SBY) dalam pembahasan RUU Pilkada yang menyepakati pemilihan kepala daerah lewat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah sebagai bentuk pencitraan dan pengkhianatan terhadap demokrasi. Di sisi lain penelitian ini juga melahirkan refleksi teoritis dalam memahami ruang publik bahwa ruang diskusi dan ekspresi di internet belum dapat disejajarkan dengan ruang publik ideal seperti yang digambarkan oleh Habermas. Disini sudah terlihat jelas, bahwa gerakan sosial bisa dilakukan melalui media sosial dengan menggunakan Teori Gerakan Sosial Baru.

Berbicara tentang media sosial memang tidak akan ada hentinya. Saat ini media sosial mempunyai peran penting tidak hanya sekedar media komunikasi dan informasi bahkan mulai mempengaruhi budaya komunikasi masyarakat. Media sosial menjadi fenomena baru yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Karakteristik media sosial yang bersifat maya seringkali menghasilkan fenomena yang booming dikalangan pengguna media sosial itu sendiri bahkan khalayak luas.

Menurut Rulli Nasrullah dalam buku Media Sosial (perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi) Media sosial adalah sebuah tempat untuk melakukan aktivitas bersosialisasi berbaur dan bergabung dengan orang lain. Kata Sosial Media menjadi populer ketika Facebook dan Twitter mulai dikenal oleh kalangan pengguna internet, hal ini yang kemudian membuat Sosial Media dan internet menjadi tidak terpisahkan. Tidak heran, jika mendengar kata Sosial Media pikiran orang-orang tentu akan langsung tertuju pada Internet, Facebook, Instagram, Blogging, Youtube, dan Twitter.

Media sosial Twitter menjadi salah satu yang banyak digunakan orang untuk menyampaikan pendapat dan mempertukarkan ide. Keterlibatan khalayak di media sosial juga telah memberikan pendefinisian ulang mengenai produsen dan konsumen yang selama ini terdikotomi. Sehingga baik-buruk suatu peristiwa dan keberpihakan yang disajikan dan terkandung dalam konten berita ditentukan sepenuhnya oleh warga (Gurevitch and Blumler, 1990: 273) dalam Mulyadi (2015:1).

Saat ini dengan adanya media sosial khususnya Twitter membawa perubahan dengan mendorong suatu gerakan melalui media sosial. Twitter merupakan salah satu jejaring sosial yang populer. Twitter sebagai jejaring sosial dianggap efektif untuk menyampaikan pesan, bukan hanya ke seluruh Indonesia, melainkan juga ke seluruh dunia, selama akses internet didapatkan. Para pengguna twitter bisa menyampaikan pesan atau memposting kata-kata yang ingin disampaikan di dalam akun twitternya, atau bisa disebut “*tweet*”.

Menurut Mulyadi (2015:2) Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang berkembang begitu cepat membawa perubahan pada banyak hal dalam kehidupan sosial. Salah satunya dalam mendorong suatu gerakan sosial. Keluarnya ide dan gagasan yang sama dalam twitter dapat membangun sebuah wacana. Ide maupun gagasan mengenai peristiwa yang muncul sebagai akibat dari realitas politik yang terjadi. Wacana yang mereka sampaikan diberi tanda tagar (#) atau istilahnya adalah *hashtag*.

*Hashtag* adalah kata tanpa spasi yang diawali dengan symbol #. *Hashtag* atau tanda pagar (#) menjadi alternatif yang cukup efektif untuk menyebar gagasan lewat media sosial. Para penggagas gerakan melalui media sosial twitter cukup bermodalkan *hashtag* atau tanda pagar (#) dimana cukup efektif dalam menyebarkan gagasan atau pendapat, dengan biaya yang bisa dikatakan terjangkau dan penyebarannya pun lebih cepat dengan teknologi yang saat ini berkembang pesat Mulyadi (2015:3)

Salah satu wacana tentang gerakan sosial melalui *hashtag* #2019gantipresiden yang muncul sebagai ketidakpuasan masyarakat. Gerakan #2019gantipresiden merupakan sebuah gerakan sosial baru yang melalui media sosial. Saat ini Gerakan #2019gantipresiden telah ramai diperbincangkan di media sosial sejak pertama kali digagas oleh politikus PKS Mardana Ali Sera. Gerakan ini kini membentuk kelompok dan sudah dideklarasikan pada tanggal 6 Mei 2018. Sebagai penggagas, Mardani mengatakan gerakan ini diusung untuk mendidik masyarakat dalam berpolitik secara anti tesis dari gerakan yang sudah bergulir. Gerakan #2019gantipresiden akan memberikan data, analisis untuk menyodorkan calon lain yang lebih baik agar dipilih pada pilpres 2019.

Pembentukan Gerakan #2019gantipresiden berawal saat Mardani di undang di salah satu stasiun TV kemudian ada sebuah dialog yang menurutnya kurang seimbang yang banyak memuji Jokowi, lalu beliau mengatakan “Pak Jokowi bisa kita kalahkan di 2019”. Kemudian di undang lagi dan mengatakan “2019 kita akan ganti Presiden”. Ide itu bermula dari ucapan spontan kemudian eskalasinya naik ke dunia maya dan menjadi viral juga di dunia nyata.

Gerakan #2019GantiPresiden mulai ramai diperbincangkan diberbagai jenis sosial media khususnya Twitter. Di Twitter masyarakat beramai-ramai menggunakan #2019gantipresiden untuk mengungkapkan kritiknya terhadap topik yang sama yang cepat atau lambat gerakan melalui media sosial ini akan mudah tersampaikan kepada khalayak luas,

dengan jumlah tweet yang menggunakan tagar ini mencapai jumlah yang cukup fantastis. dan pastinya akan terbentuk sebuah gerakan massa. Dengan adanya gerakan ini pasti menimbulkan pro dan kontra dari setiap masyarakat. Dimana ada pihak yang menganggap gerakan ini sebagai ekspresi politik yang wajar.

Mereka yang berada dalam Twitter merupakan komunitas yang kreatif dan dinamis, karena itu peran *hashtag* pun berubah menjadi dari hanya sebagai penanda topik tertentu menjadi simbol untuk menggerakkan massa. Gerakan sosial yang terhimpun dalam #2019gantipresiden bukan hanya salah satu bentuk ungkapan kritik masyarakat Indonesia namun juga sebagai wujud ajakan untuk memikirkan bagaimana nasib bangsa di masa mendatang.

Melihat fenomena dari *hashtag* #2019GantiPresiden dan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang fenomena tersebut, dengan mengambil judul penelitian “Media dan Gerakan Sosial (Analisis Wacana Gerakan #2019gantipresiden Dalam Media Sosial Twitter)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas adalah bagaimana gerakan sosial di bangun dalam media sosial twitter melalui wacana #2019gantipresiden?

## **C. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini, penulis melakukan pembatasan terhadap masalah yang ada dan telah dirumuskan agar terarah dan terkonsentrasi dalam melakukan penelitian. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas gerakan sosial di bangun dalam media sosial twitter melalui wacana #2019gantipresiden?

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin diperoleh dalam penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana gerakan sosial di bangun dalam media sosial twitter melalui wacana #2019gantipresiden?

## **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang kajian media baru. Manfaat teoritis dapat berupa pengembangan ide di media sosial twitter, serta mengkonseptualisasikan ideologi yang dimunculkan terkait dengan gerakan sosial melalui *hashtag* #2019gantipresiden.

## 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap pengembangan kebijakan dalam media baru khususnya media sosial, mengingat hadirnya media sosial dapat membangun suatu gerakan sosial menjadi lebih mudah dibandingkan dengan cara-cara konvensional lainnya.

