



Aktivisme Media Sosial di Instagram: Studi Literatur

Ayu Rochmawati¹, Syifa Syarifah Alamiyah²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: ayu2281@outlook.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-11-01 Revised: 2024-02-23 Published: 2024-03-02 Keywords: <i>Digital Activism;</i> <i>Instagram;</i> <i>Social Movement.</i>	The development of the world is inseparable from the development of information and communication technology. The internet has brought many changes in aspects of people's lives, including activism and social change. The high number of Instagram users makes activists also use this opportunity to achieve movement goals. Therefore, this research aims to find out how Instagram can be utilized to achieve the goals of activism and social change movements. This research uses a qualitative approach with library research and content analysis techniques. The results of the study show that Instagram plays a significant role for activists in supporting the achievement of movement goals but can only be used in activism that is supported by social media, not entirely based on social media.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-11-01 Direvisi: 2024-02-23 Dipublikasi: 2024-03-02 Kata kunci: <i>Aktivisme Digital;</i> <i>Instagram;</i> <i>Gerakan Sosial.</i>	Perkembangan dunia tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Internet membawa banyak perubahan dalam aspek kehidupan masyarakat termasuk dalam aspek kegiatan aktivisme dan perubahan sosial. Tingginya pengguna Instagram membuat para aktivis turut menggunakan kesempatan ini untuk mencapai tujuan gerakan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Instagram bisa dimanfaatkan untuk mencapai tujuan gerakan aktivisme dan perubahan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik <i>library research</i> dan <i>content analysis</i> . Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Instagram berperan cukup signifikan untuk para aktivis dalam mendukung tercapainya tujuan gerakan namun hanya bisa digunakan dalam aktivisme yang didukung media sosial bukan sepenuhnya berbasis di media sosial.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia saat ini tidak terlepas dari perkembangan internet. Perubahan sosial yang terbentuk atas dorongan teknologi komunikasi digital melahirkan variasi format interaksi dan juga gaya hidup masyarakat. "*Technology has changed the way we communicate*" (McLuhan, 1962). Gambaran dari konsep *Global Village* yang dikemukakan oleh McLuhan meyakini bahwa media berpotensi kuat mempengaruhi pola sistem sosio-kultural masyarakat (Pamungkas, 2015). Perubahan dan perkembangan teknologi komunikasi dari media konvensional ke media digital memberikan individu ruang untuk saling berinteraksi secara virtual, didasarkan pada kesamaan minat, ketertarikan, gagasan, kepedulian, dan kesamaan visi yang ingin dicapai –seperti dalam gerakan aktivisme ataupun kampanye sosial (Putri & Pratiwi, 2022). Aktivisme digital memiliki variasi metode dalam membangun dan memobilisasi massa, serta mencapai tujuan gerakan. Metode tersebut diantaranya yaitu *email* dan *text campaign*, *online fundraising*, demonstrasi dan pawai *online*, pembangkangan sipil *online*,

mapping technology and geographic information, *e-petitions*, strategi web, *advocacy suites* (sistem komprehensif yang membantu organisasi dalam advokasi *online*, sistem ini cocok untuk organisasi dengan sedikit anggota dan membutuhkan bantuan profesional dalam mengorganisasikan advokasi online mereka), serta gerakan dan aktivisme di media sosial (McNutt, 2018).

Media sosial terbukti mampu mendorong keberhasilan sebuah gerakan sosial, seperti gerakan ALS *Ice Bucket Challenge*, gerakan musim semi arab, *Black Lives Matter*, dan #MeToo merupakan bukti masif pengaruh media sosial terhadap kesuksesan sebuah gerakan. Namun tidak semua gerakan aktivisme melalui media sosial bisa mencapai visi mereka. Merlyna Lim (2017) menyimpulkan bahwa sebuah gerakan aktivisme di media sosial bisa mencapai kesuksesan apabila gerakan tersebut menganut unsur-unsur budaya kontemporer, yakni (1) narasi yang sederhana; (2) melibatkan tindakan dengan resiko yang rendah; (3) tidak bertentangan dengan metanarasi masyarakat dominan. Tren aktivisme digital memang meningkat seiring dengan kemunculan berbagai gerakan

politik di banyak negara (Jati, 2016). Tidak hanya seputar isu politik, gerakan-gerakan ini juga muncul atas kepedulian masyarakat atas isu-isu sosial, bencana alam, peduli lingkungan, diskriminasi, serta isu kekerasan seksual.

Di Indonesia yang seringkali menjadi rujukan kesuksesan gerakan aktivisme di media sosial yaitu gerakan #KoinUntukPrita dan #CicakVsBuaya (Lim, 2017). Pada awal tahun 2009, seorang ibu rumah tangga, Prita Mulyasari, dituntut oleh RS Omni Internasional dengan tuduhan pencemaran nama baik setelah tersebarnya email pribadi Prita kepada orang-orang terdekatnya tentang keluhan buruknya pelayanan yang Prita dapatkan selama dirawat di rumah sakit itu. Prita terancam dipenjarakan 6 tahun dan denda sebesar Rp 204 juta, Prita sempat ditahan selama 3 minggu yang kemudian dibebaskan setelah kasus ini viral di Blog, Facebook, dan Twitter. Di Facebook muncul grup-grup untuk mendukung kasus Prita dengan jumlah anggotanya mencapai ratusan ribu pengguna. Selain menunjukkan kemarahan di media sosial, publik juga mendonasikan sejumlah uang untuk membayarkan denda Prita di pengadilan melalui #KoinUntukPrita. Beberapa tokoh publik seperti Megawati Soekarnoputri, Jusuf Kalla, bahkan SBY yang kala itu sedang menjabat sebagai presiden turut menunjukkan dukungan mereka atas kasus Prita. Dan pada 29 Desember 2009 Prita akhirnya ditetapkan tidak bersalah, uang donasi yang terkumpul yang totalnya hampir mencapai 1 miliar rupiah, melalui #KoinUntukPrita kemudian didonasikan ke organisasi amal. Dalam kasus serupa, media sosial juga digunakan secara luas untuk mendukung Bibit Riyanto dan Chandra Hamzah dalam kasus yang dikenal sebagai Cicak Vs Buaya, yang menggambarkan perjuangan kasus masyarakat sipil melawan tuduhan korupsi kepada petinggi KPK. Facebook dan Twitter digunakan secara luas oleh netizen untuk melakukan dukungan dan memobilisasi massa turun ke jalan. Dan aksi-aksi ini sukses mendorong pemerintah untuk memenuhi keinginan publik dan membatalkan tuntutan antikorupsi atas kedua pimpinan KPK tersebut. Kedua kasus tersebut menunjukkan menguatnya peran media sosial sebagai ruang pembentukan wacana publik bagi komunitas virtual.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2009), media sosial merupakan sebuah sarana bagi para penggunanya untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, audio, dan video di antara para penggunanya. Maka dapat dipahami bahwa

media sosial adalah sebuah media online yang dimana para pengguna internet dapat berkreasi, berinteraksi, dan saling mengirim informasi melalui konten maupun melalui fitur-fitur lainnya yang telah disediakan. Menurut laporan Hootsuite (We are Social) Digital Report 2022, total pengguna internet di dunia per Februari 2022 adalah sejumlah 4,95 miliar dan total pengguna media sosial aktif yaitu sebanyak 4,62 miliar. Di Indonesia, dari total populasi 277,7 juta jiwa pengguna internetnya adalah sebanyak 73,7% atau setara dengan 204,7 juta, dengan rata-rata waktu mengakses internet sebesar 8 jam, 36 menit. Pengguna media sosial aktif di Indonesia juga terus mengalami peningkatan setiap tahun, pada 2022 pengguna aktif media sosial di Indonesia telah mencapai 191,4 juta pengguna, dengan Instagram sebagai platform media sosial terbanyak kedua setelah WhatsApp, yakni 84,8% dari total populasi (Riyanto, 2022). Banyaknya pengguna Instagram mendorong para aktivis untuk turut memanfaatkannya sebagai media penyebaran isu-isu sosial untuk menarik perhatian masyarakat dan membentuk wacana publik. Karena memang pada dasarnya media sosial memberi kesempatan untuk semua komponen masyarakat, termasuk kaum marginal, untuk bisa mencoba memenangkan massa, mengekspresikan dan menyuarakan wacananya sendiri (Nugroho & Syarief, 2012).

II. METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian deskriptif tentang aktivisme media sosial di Instagram. Penelitian ini sebagai upaya memberikan edukasi tentang aktivisme digital di media sosial Instagram. Dengan demikian, para aktivis bisa memaksimalkan penggunaan Instagram sebagai medium aktivisme.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Media dan Perubahan Sosial

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membawa dampak pada perkembangan dan perubahan sosial budaya masyarakat. Bagaimana manusia beradaptasi menggunakan media komunikasi yang menyesuaikan perkembangan zaman untuk menyampaikan pesan mereka kepada orang-orang yang dituju agar didengar dan pesan dapat tersampaikan dengan baik sehingga membawa dampak sebagaimana yang diinginkan oleh pembuat pesan, termasuk juga dalam hal aktivisme dan gerakan sosial. Salah satu cara untuk mencapai tujuan dari

aktivisme adalah dengan mengajak sebanyak mungkin orang untuk mendukung isu atau masalah yang diperjuangkan dalam gerakan tersebut, maka teknologi komunikasi berperan penting di dalamnya.

Diantara gerakan aktivisme yang cukup fenomenal dalam catatan sejarah abad ke-21 adalah protes besar-besaran yang terjadi pada Januari 2011, yaitu rakyat Mesir dalam protes menentang pemerintahan lama Presiden Hosni Mubarak. Protes dipicu oleh revolusi di Tunisia yang pada gilirannya mengilhami demonstrasi di seluruh Timur Tengah. Ada banyak faktor yang berperan dalam protes revolusioner ini, beberapa percaya bahwa adopsi teknologi sosial—dari halaman Facebook hingga kamera ponsel—yang membantu mengatur dan mendokumentasikan gerakan tersebut berkontribusi langsung pada gelombang protes yang dikenal dengan sebutan Musim Semi Arab. Ada masih banyak lagi contoh gerakan serupa dengan gerakan Musim Semi Arab yang cukup masif, seperti *Occupy Wall Street*, *Tea Party*, gerakan anti-globalisasi, *gerakan #MeToo*, semuanya merupakan bagian dari aktivisme atau gerakan sosial (Little, 2014).

Harlow dalam (Nasution, 2022) mendefinisikan aktivisme sebagai sebuah aksi dari sekelompok masyarakat yang memiliki pemikiran yang sama dan secara kolektif berupaya mengubah status quo dan mengadvokasi sebuah isu baik lokal maupun global, baik itu secara progresif ataupun tidak. Kelompok-kelompok ini mungkin mencoba untuk menciptakan perubahan (*Occupy Wall Street*, Arab Spring), menolak perubahan (gerakan anti-globalisasi), atau memberikan suara kepada mereka yang dicabut haknya (*#MeToo*, maupun gerakan hak-hak sipil lainnya). Menurut Joyce (2014) aktivisme dapat didefinisikan sebagai usaha untuk mengubah maupun mencegah terjadinya perubahan status quo guna meningkatkan ataupun melindungi ketentraman dan kesejahteraan masyarakat yang terancam melalui metode-metode yang tidak terbatas atas cara-cara konvensional. Gerakan sosial menciptakan perubahan sosial (Little, 2014). Gerakan-gerakan sosial seperti gerakan anti tembakau yang berhasil melarang merokok di gedung-gedung publik dan menaikkan harga rokok, hingga pemberontakan di seluruh dunia Arab, gerakan kontemporer men-

ciptakan perubahan sosial dalam skala global (Little, 2014).

Dampak teknologi terhadap praktik aktivisme dan gerakan sosial diidentifikasi oleh Shirky (2008) dengan istilah *Tectonic Shift*—istilah yang dipinjam dari George W. S. Throw, yaitu sebuah pendekatan atas praktik-praktik gerakan sosial dengan lebih efektif dalam segi visibilitas, mobilitas, dan aksi. *Tectonic Shift* dijelaskan Shirky sebagai pergeseran bentuk aktivisme yang pada mulanya hanya mengandalkan kelompok-kelompok terorganisir dan juga sistematis kemudian menjadi sebuah organisasi alternatif dengan jejaring digital yang secara fleksibel mampu berkumpul tanpa adanya pembagian tugas manajerial yang membatasi efektivitas aktivisme itu sendiri. Penggunaan jejaring media sosial ikut memiliki peran dalam peningkatan visibilitas gerakan di tengah kejenuhan media sehingga menaikkan tingkat partisipasi dan mobilisasi massa gerakan aktivisme (Hutchinson, 2021).

Aktivisme digital mulai dilakukan sejak tahun 1994 dan fase-fase perkembangannya telah dirangkum Karatzogiani (2015) ke dalam empat fase perkembangan yaitu sebagai berikut: Fase pertama, meliputi tahun 1994-2001, gerakan aktivisme digital diawali dari penemuan *World Wide Web* pada tahun 1991 oleh Tim Berners Lee, digitalisasi produksi pada tahun 1980-an akhirnya dapat terhubung ke jaringan, dan penyiaran *many-to-many* bukan lagi menjadi realitas yang dibuat-buat. Gerakan aktivisme digital fase awal ini juga didukung dengan diproduksinya sistem operasi Linux yang dimulai oleh Linus Torvalds pada tahun 1991. Gerakan-gerakan aktivisme digital yang sering dikaitkan dengan aktivisme digital fase pertama diantaranya yaitu (1) gerakan Zapatista di Meksiko pada tahun 1994, yakni gerakan anti-globalisasi menolak pelaksanaan perjanjian perdagangan bebas Amerika Utara, gerakan ini menggunakan teknologi telepon satelit dan internet untuk menggalang massa; (2) transfer konflik etno-religius secara *online* (Falun Gong di China, Tamil di Sri Lanka, perang Kosovo, konflik Israel-Palestina); (3) kelahiran IndyMedia (*independent media center* atau IMC) selama protes anti-globalisasi di Seattle pada 1999; (4) dan penggulingan Estrada, Presiden Filipina, melalui penggunaan telepon seluler pada 2001.

Fase kedua, mencakup tahun 2001-2007, fase kedua perkembangan aktivisme digital dikaitkan dengan (1) peristiwa 11 September 2001, yakni karena serangan jaringan Al-Qaeda di Menara Kembar Amerika Serikat yang bukan hanya berdampak besar pada liputan berita tapi juga mendorong transformasi politik baik di Amerika Serikat maupun di tingkat global yang menyebabkan perang melawan teror dan pengekangan kebebasan sipil; (2) Perang Afghanistan dan Irak yang kemudian meningkatkan dampak politik internet di ruang publik global dan meningkatkan aktivisme digital dalam bentuk protes anti-perang, di mana TIK digunakan untuk mempercepat mobilisasi massa. Perang Irak (2003-2011) kemudian dikenal sebagai perang internet pertama, karena revolusi digital memastikan bahwa suara independen dan aktor media baru mampu menantang narasi resmi perang melawan teror dan menawarkan alternatif; (3) Revolusi Oranye Ukraina (2004-2005) menggunakan media baru untuk mobilisasi sosial-politik; (4) *Hacktivism* selama Konferensi Republik di AS pada 2004; (5) dampak TIK pada perang Lebanon tahun 2006; (6) dan serangan siber Estonia tahun 2007.

Fase ketiga, dari tahun 2007 hingga 2010, dimulai dengan konflik Ossetia Selatan. Pada 2008 senator Barack Obama mengeksploitasi kekuatan aktivisme media sosial untuk memenangkan pemilihan presiden AS, menjadi presiden kulit hitam pertama Amerika Serikat. Periode ini termasuk pembentukan Gerakan Hijau setelah pemilu 2009 di Iran dalam upaya menggulingkan Mahmoud Ahmadinejad. Diikuti oleh insiden Google-China pada 2010 dan juga lahirnya gerakan protes anti-penghematan di Syntagma Square di Athena pada tahun yang sama.

Fase keempat, 2010-2014, aktivisme digital dimulai dengan rilis video dari WikiLeaks (situs yang terkenal sering menerbitkan informasi rahasia pemerintah dan perusahaan yang berkaitan dengan kepentingan publik) pada musim panas tahun 2010, revolusi 'Arab Spring' di wilayah MENA (*Middle East and North Africa*), gerakan *Occupy Wall Street* pada 2011 (gerakan ini terus menyebar di seluruh dunia, pada 2014 *Occupy Central* memimpin protes di Hongkong). Tahun 2011-2014 juga terjadi berbagai protes di beberapa negara seperti Portugal, Spanyol, Brazil, Turki, Nigeria, dan India, termasuk berbagai

aktivisme yang berkaitan dengan feminis, LGBT, isu lingkungan, dan politik pangan. Periode ini juga sangat penting ditandai dengan pengungkapan Edward Snowden pada musim panas tahun 2013. Peretasan Sony di akhir tahun 2014 tampaknya telah mendorong aktivisme digital dan konflik siber ke babak baru.

Beberapa motivasi individu dalam melakukan gerakan aktivisme media sosial dikemukakan (Sharma et al., 2021): (1) aktivisme media sosial memungkinkan terciptanya komunitas yang dapat diakses untuk kepentingan bersama; (2) Meningkatkan kesadaran tentang pengalaman yang kurang terwakili, media sosial sering kali digunakan para aktivis sebagai alat untuk menjelaskan pengalaman pribadi mereka yang kurang terwakili; (3) Saluran untuk ekspresi individu, aktivisme media sosial telah memungkinkan individu untuk berbagi pengalaman dan perspektif mereka tentang isu-isu yang penting bagi mereka, platform ini juga memungkinkan beragam cara berekspresi.

Vegh (2013) mengemukakan bahwa terdapat tiga kategori aktivisme *online*, yaitu: (1) Aktivisme untuk advokasi atas suatu isu, memberikan informasi terkait sebuah isu yang umumnya belum banyak mendapat perhatian publik maupun media arus utama. Internet memungkinkan individu dan organisasi untuk menyebarkan informasi yang mungkin tidak dilaporkan, kurang dilaporkan, atau salah dilaporkan oleh media arus utama. Aktivisme digital memungkinkan pengguna untuk menjelaskan isu ini, membangun komunitas melalui solidaritas, atau memberikan tekanan, menuntut tindakan dan pertanggungjawaban dari pihak berwenang. (2) Mobilisasi/organisasi. Aktivisme digital dapat menjadi cara yang efektif untuk mengkoordinasi dan memobilisasi tindakan *offline*. Ini juga dapat digunakan untuk menyerukan demonstrasi atau menyoroti suatu isu kepada otoritas terkait. (3) Aktivisme aktif/reaktif. Dalam kategori ini, para aktivis menggunakan peretasan sebagai bentuk pembangkangan sipil untuk mempromosikan agenda politik atau perubahan sosial. Namun, bentuk aktivisme ini sering menimbulkan masalah karena sifatnya yang jahat dan merusak karena merusak keamanan internet.

Media sosial sebagai salah satu metode aktivisme digital telah berhasil memperkuat

gerakan sosial (Mellen, 2013). Media sosial mengubah lanskap ontologi dan epistemologi aktivisme membantu menciptakan apa yang kita sebut sebagai aktivisme digital (Chapman, 2016). Media sosial dipandang sebagai teknologi konvergen karena menggabungkan berbagai format komunikasi ke dalam satu platform (Cammaerts, 2015). Kapasitas dan kecepatan infrastruktur internet meningkat dengan dramatis, memfasilitasi lebih banyak kemungkinan dan pengalaman kedekatan individu dimana interaksi di media sosial bisa bersifat *real time* dan mengaburkan batas ruang. Hal ini menjadi mungkin karena dukungan berbagai jenis protokol web dan platform *online* memungkinkan berbagai jenis praktik komunikasi dapat terjadi. Media sosial memainkan peran konstitutif dalam mengorganisir dan memobilisasi gerakan aktivisme di tingkat global, komunikasi dan mediasi dapat diposisikan sebagai komponen penting dalam berbagai mobilisasi dan perjuangan gerakan (Cammaerts, 2015).

Lebih lanjut, Cammaerts (2015) berpendapat bahwa pemanfaatan internet dalam aktivisme dan gerakan sosial dapat dibagi dalam dua kategori yakni:

1. Tindakan aktivisme didukung TIK

Tindakan yang didukung TIK mengacu pada alat konvensional gerakan sosial yang menjadi lebih mudah diatur dan dikoordinasikan berkat TIK (van Laer & van Aelst, 2010). Media sosial mendukung gerakan para aktivis untuk melakukan pengorganisasian internal (Aulianty, 2020). Aktivis memanfaatkan teknologi dan teknik yang ditawarkan internet dan media sosial untuk mencapai tujuan tradisional mereka.

2. Tindakan aktivisme yang berbasis TIK

Tindakan aktivisme ini lebih menyoroti fungsi kreatif internet dari taktik baru dan yang dimodifikasi yang memperluas perangkat aksi gerakan aktivisme (van Laer & van Aelst, 2010). Media sosial memainkan peran yang semakin konstitutif dalam mengorganisir gerakan aktivisme (Cammaerts, 2015). Aktivisme ini hanya ada karena internet, termasuk diantaranya yaitu petisi *online*, *email bomb*, *culture jamming* (gerakan anti-konsumerisme melalui karya seni yang lucu dan juga menyindir), *hacktivism*, pembentukan media alternatif.

Cammaerts (2015) juga membagi fungsi dan peran media sosial dalam pemenuhan kebutuhan aktivis ke dalam dua kategori:

1. Internal atau *inward*

- a) Organisasi dan koordinasi secara internal. Media sosial berpotensi untuk membuat organisasi dan koordinasi internal lebih efisien.
- b) Berdiskusi, berdebat, bermusyawarah, dan pengambilan keputusan. Media sosial memungkinkan komunikasi multidireksional antara *one-to-one*, *one-to-many*, *many-to-many*, *few-to-few*, dengan dukungan infrastruktur berbagai jenis protokol web dan platform online. Hal ini memudahkan para aktivis untuk melakukan deliberasi secara online.

2. Eksternal atau *outward*

- a) Mobilisasi, merekrut, dan membangun jaringan

Media sosial memfasilitasi aktivis untuk dapat melakukan mobilisasi dan rekrutmen secara lebih efisien dan minim biaya. Menurut Vegh (2013) mobilisasi aktivisme *online* bisa dilakukan dalam tiga cara yaitu, seruan untuk melakukan tindakan aksi *offline*, seruan tindakan yang biasanya terjadi secara *offline* tapi dapat lebih efisien dilakukan secara *online* (misalnya seruan untuk menghubungi perwakilan rakyat melalui email/pesan singkat), dan seruan tindakan *online* yang hanya mungkin dilakukan secara *online* (seperti kampanye *spamming* besar-besaran yang terkoordinasi atau serangan *ping storm*).

- b) Menyebarluaskan kerangka gerakan secara independen dari media arus utama

Media sosial menyediakan arsip, memori dan repositori konten yang berkaitan dengan protes. Mediasi diri para aktivis berkontribusi pada arsip artefak protes. *Self-mediation* dapat dilakukan dengan mendistribusikan pbingkai gerakan melalui saluran komunikasi yang independen. Melalui media sosial aktivis difasilitasi untuk dapat mendistribusikan wacana-wacana protes.

- c) Menyerang musuh ideologis.

Internet dan media sosial digunakan aktivis sebagai senjata untuk melawan musuh ideologis mereka. TIK digunakan

sebagai instrumen aksi langsung seperti yang ditunjukkan oleh taktik “peretasan jaringan”. Contoh lainnya yaitu taktik *sousveillance*, yakni mengawasi para pengawas yang dilakukan oleh aktivis terhadap negara atau tokoh masyarakat. Perekaman dan pemotretan perilaku agresif lembaga keamanan negara (tentara dan polisi) selama berlangsungnya demonstrasi, ini dapat digunakan sebagai taktik tandingan agresif pasif untuk mengungkap kekerasan yang disponsori oleh polisi atau negara. Media sosial kemudian digunakan untuk menyebarkan konten yang diunggah oleh aktivis yang dapat menjadi viral dan diangkat oleh media arus utama. Taktik *sousveillance* ini memainkan peran penting selama protes Musim Semi Arab dan protes mahasiswa di Inggris tahun 2011.

Merlyna Lim (2017) menyimpulkan beberapa faktor yang mempengaruhi sebuah gerakan aktivisme media sosial dapat dikatakan sukses, yaitu: (1) wacana gerakan tersebut harus mengikuti nilai-nilai dasar budaya kontemporer yang dikonsumsi masyarakat: kemasan yang ringan, selera berita utama (*headline appetite*), dan tampilan cuplikan; (2) dipopulerkan dengan narasi yang sederhana; (3) melibatkan aksi yang rendah resiko; (4) sejalan dengan narasi besar yang diyakini masyarakat dominan; (5) serta tidak bertentangan dengan narasi yang dipopulerkan oleh media arus utama.

B. Perkembangan Instagram sebagai Medium Aktivisme

Gerakan aktivisme dan komunikasi visual telah lama menjadi bagian dari masyarakat (Cornet et al., 2017). Perkembangan media sosial menyebabkan ekspansi gerakan sosial ke dunia *online* melahirkan gerakan-gerakan yang memanfaatkan komunikasi visual dengan cara-cara baru, Instagram menjadi salah satu media sosial berbasis visual dengan basis massa yang tinggi sangat memungkinkan untuk terjadinya diskusi tentang gerakan sosial dengan komunikasi visual sebagai faktor utama pertukaran informasi (Cornet et al., 2017). Aktivisme visual ini telah dipraktikkan sejak awal fotografi (Cornet et al., 2017), diantara platform yang cukup populer digunakan sebagai media aktivisme adalah Instagram. Instagram merupakan

platform media sosial berbasis visual yang cukup populer di dunia, yakni dengan 1,386 miliar pengguna Instagram berada di peringkat keempat platform media sosial paling populer berdasarkan jumlah pengguna, dibawah Facebook (2,85 miliar pengguna), YouTube (2,29 miliar pengguna), dan WhatsApp (1,6 miliar pengguna) (Dixon, 2022).

Adapun beberapa motif dibalik penggunaan Instagram bagi pengguna dirangkum (Lee et al., 2015) antara lain: (1) *social interaction*, Instagram mewadahi pengguna untuk membangun dan memelihara hubungan sosial mereka hingga untuk mendapatkan dukungan; (2) *archiving*, Instagram digunakan untuk merekam momen-momen berharga dalam kehidupan para pengguna; (3) *self-expression*, Instagram digunakan untuk mempresentasikan kepribadian, gaya hidup, dan selera pengguna melalui foto atau video yang diunggah; (4) *escapism and peeking*, dimana pengguna memanfaatkan Instagram untuk mengejar relaksasi, menghindari masalah yang mereka hadapi di dunia nyata dan mengintip foto orang lain. Semua motif di atas bisa kita pahami sebagai keterjangkauan yang difasilitasi melalui fitur dan kerangka kerja yang tersedia di dalam platform Instagram (Pdxscholar & Seibel, 2019).

Tidak seperti platform media sosial lain, fitur-fitur di Instagram sebenarnya tidak mudah digunakan untuk kegiatan aktivisme politik dan sosial (Haq et al., 2022). Diantara kekurangan tersebut yaitu tidak tersedianya fitur *trending topics*, *second degree interactions*, konten yang sangat berbasis visual, fitur *re-sharing*, *virality measurement*, serta *exposure time Instagram story* yang terbatas, tidak tersedianya fitur-fitur ini dapat mengekang *eksposure* suatu informasi ke pengguna yang pada gilirannya juga berdampak kepada ketercapaian dari suatu aktivisme sosial itu sendiri (Haq et al., 2022). Namun, terlepas dari semua keterbatasan tersebut, para aktivis mengemukakan bahwa Instagram tetap memberikan dinamika penting dalam suatu gerakan sosial yakni besarnya audiens muda yang dapat menerima isu/masalah ketidakadilan sosial melalui medium yang cukup fleksibel (Ho & McCausland, 2020). Di Instagram #metoo (gerakan anti kekerasan seksual) dibagikan 1,5 juta kali, #timesup (tagar untuk gerakan anti kekerasan seksual) dibagikan 597.000

kali, dan #marchforourlives (gerakan melawan kekerasan bersenjata) dibagikan 562.000 kali dan menjadi tagar terkait advokasi teratas (Instagram, 2018), Instagram juga berperan besar dalam aksi *Black Lives Matter* dimana terdapat lebih dari 28 juta pengguna Instagram mengunggah kotak hitam kosong ke dalam *feed* Instagram mereka sebagai bagian dari #BlackOutTuesday (Ho, 2020). Selain itu, para aktivis juga membentuk akun Instagram yang resmi untuk #BlackLivesMatter Global Network Foundation untuk mengkoordinir mobilisasi gerakan dan sebagai sumber rujukan bagi para aktivis tentang perkembangan gerakan. Para aktivis ini menggunakan berbagai fitur pendukung seperti *Instagram stories, reels, tagging, Instagram feed, collab post instagram*, dan juga tagar. Oleh karenanya untuk bisa berpartisipasi dalam sebuah gerakan kampanye/aktivisme online, pengguna banyak menyesuaikan fitur dan fungsionalitas Instagram sehingga tujuan gerakan bisa tercapai (Cornet et al., 2017).

Memvisualisasikan informasi sangat penting untuk menciptakan narasi yang jelas dan otentik bagi aktivis untuk menarik dan menggerakkan emosi masyarakat, dan Instagram merupakan platform yang memang didesain untuk penyebaran informasi berupa visual maupun audio-visual (Ho & McCausland, 2020). Dari perspektif organisasi, postingan Instagram dapat digunakan untuk mempertahankan mobilisasi, berbagi informasi, dan menggunakan teknik pembungkahan untuk menjaga aktivis agar tetap termotivasi, tetap terhubung satu sama lain, berbagi identitas kolektif dan juga budaya, serta mempersiapkan diri mereka untuk aksi gerakan selanjutnya (Einwohner & Rochford, 2019).

Evolusi Instagram yang secara rutin menambahkan fitur-fitur terbaru (seperti: *explore, top and recent hashtag, stories, polls, question box, reels, IGTV, collaboration feed*) selain membuat Instagram terus unggul dalam persaingan eksistensi media sosial (Kaleem, 2022), fitur-fitur tersebut juga semakin mempermudah para aktivis untuk menumbuhkan *organic follower* pada Instagram mereka, berinteraksi, dan menyebarkan isu yang sedang diadvokasi, bahkan melakukan penggalangan dana, misalnya *Movers and Shakers NYC* dengan memanfaatkan fitur Instagram Feed, Instagram story, reels,

hashtag, tagging, Instagram bio, dan bekerja sama dengan para influencer Instagram berhasil mengumpulkan \$ 10.000 untuk membeli 12.000 masker KN95 untuk pengunjung rasa *Black Lives Matter* (Ho & McCausland, 2020). ASPCA (*American Society for the Prevention of Cruelty to Animals*) berhasil mengumpulkan donasi lebih dari 95 juta rupiah dalam galang dana #HurricaneIan untuk membantu korban badai Ian dengan memanfaatkan fitur donasi yang disediakan Instagram. Seperti halnya yang dilakukan oleh Instagram @for.muheres dalam aktivisme #SantriMenuntutKeadilan yang juga berhasil menyita banyak perhatian masyarakat dan media arus utama sehingga kasus kekerasan seksual terhadap santri yang menjerat MSAT berujung pada putusan hukuman 7 tahun penjara.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Media sosial memiliki dampak yang signifikan dalam perubahan sosial. Kegiatan-kegiatan dalam aktivisme tradisional kini telah bergeser mengikuti perkembangan pesat media informasi dan komunikasi menjadi kegiatan aktivisme di media sosial. Instagram sebagai salah satu media sosial terpopuler di masyarakat turut dimanfaatkan oleh para aktivis untuk mencapai tujuan gerakan sosial. Meski banyak fitur Instagram yang kurang mendukung kegiatan aktivisme dan pertumbuhan diskusi publik, namun hal ini tidak menjadi penghalang. Para aktivis menyesuaikan penggunaan fitur-fitur yang memang sudah dikembangkan oleh Instagram sehingga tujuan gerakan bisa tetap tercapai. Namun, untuk saat ini peneliti mendapati bahwa pemanfaatan Instagram masih terbatas pada media pendukung gerakan sosial, gerakan-gerakan aktivisme *offline* dan peran media arus utama masih memiliki peran dominan dalam kesuksesan suatu gerakan aktivisme sosial. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Merlyna Lim. Bahwa suatu aktivisme media sosial bisa mencapai kesuksesan apabila memenuhi 3 aspek yaitu 1) penggunaan narasi yang sederhana; 2) melibatkan tindakan aktivisme beresiko rendah; 3) sejalan dengan metanarasi masyarakat dominan.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak

masukannya, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Aktivisme Media Sosial di Instagram: Studi Literatur.

DAFTAR RUJUKAN

- Auliantiy, A. K. F. (2020). *Social Media Activism (Studi Kasus Praktik Aktivisme Melalui Media Sosial Mengenai Isu Disabilitas pada Akun Instagram @KonekIndonesia)*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Cammaerts, B. (2015). Social Media and Activism. In *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society* (pp. 1–8). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs083>
- Chapman, K. (2016). *Digital Activism: How Social Media Prevalence has Impacted Modern Activism*.
- Cornet, V., Hall, N., Cafaro, F., CHI, E. B.-P. of the 2017, & 2017, U. (2017). How Image-based Social Media Websites Support Social Movements. *Proceedings of the 2017 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, May 6-11, 2473–2479. <https://doi.org/10.1145/3027063.3053257>
- Dixon. (2022). *Global Social Networks Ranked by Number of Users 2022*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Einwohner, R. L., & Rochford, E. (2019). After the March: Using Instagram to Perform and Sustain the Women's March. *Sociological Forum*, 34(S1), 1090–1111. <https://doi.org/10.1111/socf.12542>
- Haq, E. U., Braud, T., Yau, Y. P., Lee, L. H., Keller, F. B., & Hui, P. (2022). Screenshots, Symbols, and Personal Thoughts: The Role of Instagram for Social Activism. *WWW 2022 - Proceedings of the ACM Web Conference 2022*, 3728–3739. <https://doi.org/10.1145/3485447.3512268>
- Ho, S. (2020). A social media “blackout” enthralled Instagram. But did it do anything? *NBC News*. <https://www.nbcnews.com/tech/social-media/social-media-blackout-enthralled-instagram-did-it-do-anything-n1230181>
- Ho, S., & McCausland, P. (2020). How Instagram became a destination for the protest movement. *NBC News*. <https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/how-instagram-became-destination-protest-movement-n1232342>
- Hutchinson, J. (2021). Micro-platformization for digital activism on social media. *Information Communication and Society*, 24(1), 35–51. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1629612>
- Instagram. (2018). *What is Instagram? | Instagram Help Centre*. <https://help.instagram.com/424737657584573>
- Jati, W. R. (2016). Cyberspace, Internet, dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.22146/jps.v3i1.23524>
- Joyce, M. (2014). Activism Success: A Concept Explication. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. <https://digital.lib.washington.edu/researchworks/handle/1773/26455>
- Kaleem, K. (2022). *7 Reasons Why Instagram Is the Best Social Media App to Use*. <https://www.makeuseof.com/reasons-why-instagram-best-social-media-app/>
- Karatzogianni, A. (2015). Firebrand waves of digital activism 1994-2014: The rise and spread of hacktivism and cyberconflict. In *Firebrand Waves of Digital Activism 1994-2014: The Rise and Spread of Hacktivism and Cyberconflict*. <https://doi.org/10.1057/9781137317933>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* jilid 1 edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social*

- Networking, 18(9), 552-556.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- Lim, M. (2017). Klik yang Tak Memantik: Aktivisme Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 3(1).
<https://doi.org/10.7454/jki.v3i1.7846>
- Little, W. (2014, November 6). Chapter 21. *Social Movements and Social Change*. BCcampus.
<https://opentextbc.ca/introductiontosociology/chapter/chapter21-social-movements-and-social-change/>
- McLuhan, M. (1962). The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. In *University of Toronto Press*.
<https://doi.org/10.2307/3719923>
- McNutt, J. G. (2018). Advocacy, Social Change, and Activism. In J. McNutt (Ed.), *Technology, activism and social justice in a digital age* (pp. 201-209). Oxford University Press.
- Mellen, R. P. (2013). Modern Arab uprisings and social media: An historical perspective on media and revolution. *Explorations in Media Ecology*, 11(2), 115-130.
https://doi.org/10.1386/eme.11.2.115_1
- Nasution, R. R. (2022). Media Sosial dan Aktivisme: Studi Etnografi Digital pada Aliansi Rakyat Bergerak dalam Aksi Gejayan Memanggil. In *Universitas Sumatera Utara*.
- Nugroho, Y., & Syarief, S. S. (2012). *Beyond Click-Activism? New Media and Political Processes in Contemporary Indonesia*.
- Pamungkas, C. (2015). Global village dan Globalisasi dalam Konteks ke-Indonesiaan. *Jurnal Global & Strategis*, 9(2), 245-261.
<https://doi.org/10.20473/jgs.9.2.2015.245-261>
- Pdxscholar, P., & Seibel, B. (2019). Insta-Identity: the Construction of Identity through Instagram an Extended Literature Review. *University Honors Theses*.
<https://doi.org/10.15760/honors.764>
- Putri, I. R., & Pratiwi, E. (2022). Aktivisme Digital dan Pemanfaatan Media Baru sebagai Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat atas Isu Lingkungan. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(2), 231-246.
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Andi.Link.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Sharma, K., Verma, A., Sangwan, P., Kohli, S., & Chakravarty, T. (2021). Perception of Indian Youth on Digital Activism Motivation, barriers, and Recommendations for Effective Utilization. *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology*, 6(4), 233-238.
<https://doi.org/10.33564/ijeast.2021.v06i04.027>
- Shirky, C. (2008). Here comes everybody: the power of organizing without organizations. In *Penguin Books*.
<https://doi.org/10.5860/choice.46-1205>
- van Laer, J., & van Aelst, P. (2010). Internet and social movement action repertoires: Opportunities and limitations. *Information Communication and Society*, 13(8), 1146-1171.
<https://doi.org/10.1080/13691181003628307>
- Vegh, S. (2013). Classifying forms of online activism: The case of cyberprotests against the world bank. *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*, 71-95.
<https://doi.org/10.4324/9780203954317-9/CLASSIFYING-FORMS-ONLINE-ACTIVISM-CASE-CYBERPROTESTS-WORLD-BANK-SANDOR-VEGH>