

BAB I

PENDAHULUAN

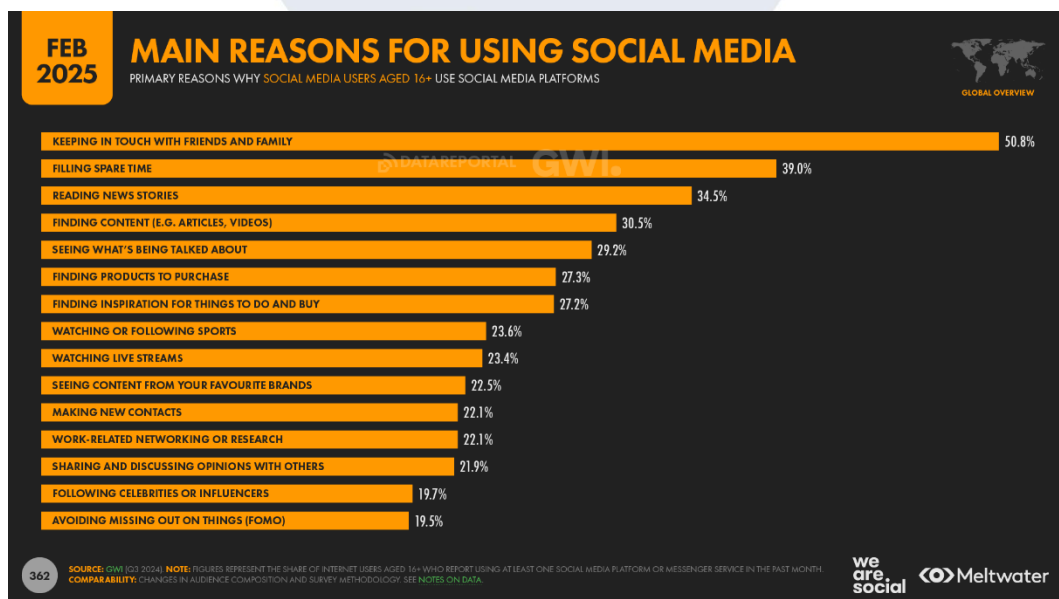
1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemudahan dalam penyampaian pesan di masa sekarang sangat didukung dengan kehadiran teknologi digital yaitu media sosial. Menurut Gauntlett, media sosial merupakan sebuah *platform* digital yang dibuat dengan berbagai tujuan untuk komunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Namun, media sosial tidak hanya sekedar media biasa saja yang bisa digunakan untuk mencari informasi maupun berkomunikasi dengan orang lain ataupun media yang membangun sebuah komunitas sosial. Melainkan, media sosial adalah hal yang besar berbasis internet dan pembuat ekosistem digital yang menghubungkan satu sama lain serta menyediakan fitur yang dapat membangun sebuah komunitas *online* (Lindgren, 2022).

Platform media sosial memiliki kontribusi nyata dalam membentuk kehidupan sosial melalui beberapa logika yang berbeda seperti prinsip konektivitas, programabilitas, dan popularitas. Melalui prinsip konektivitas, platform memungkinkan pengguna untuk saling terhubung dan membagikan konten antara satu sama lain. Pengguna dapat secara aktif berhubungan dengan orang lain dalam skala yang besar dan bisa terhubung secara otomatis karena adanya rekomendasi dari sistem ataupun algoritma platform. Dari prinsip programabilitas, terdapat berbagai kode yang dibuat dalam sebuah platform. Algoritma bisa mengatur arah dari pengguna platform serta pengguna bisa juga berkontribusi untuk membentuk platformnya sendiri atau menolak program tersebut. Dari prinsip popularitas, platform memberikan berbagai mekanisme untuk menambah popularitas dari pengguna media sosial maupun konten itu sendiri melalui proses pembentukan algoritma dan sosial ekonomi. Platform akan mempromosikan beberapa konten kepada pengguna lain namun pengguna juga bisa berhasil mendapatkan popularitas

karena pesan atau tindakan yang mereka lakukan di platform tersebut (Lindgren, 2022).

Ketiga prinsip tersebut tercermin pada salah satu kehidupan sosial yang saat ini sedang terjadi yaitu adanya sebuah gerakan sosial tentang tuntutan rakyat Indonesia yang terjadi pada bulan Agustus 2025 di berbagai platform media sosial. Aplikasi Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang digunakan oleh orang Indonesia untuk memberikan sebuah pesan tentang gerakan sosial digital tuntutan rakyat ini. Para pengguna Instagram memanfaatkan berbagai fitur dari Instagram seperti *Instagram stories*, *Instagram add to yours*, *Instagram post*, *Instagram reels*, dan fitur lainnya. Aksi yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sekedar tempat mencari informasi tetapi Instagram dijadikan sebagai alat bagi para penggunanya untuk membuat sebuah gerakan di internet.



Gambar 1.1 Alasan Menggunakan Media Sosial

Sumber: Kemp (2025)

Secara umum, tujuan penggunaan media sosial bagi umur enam belas keatas untuk bisa terus mendapatkan kabar dari teman dan keluarga yang berada pada angka 50.8%, untuk mengisi waktu luang berada di angka 39.0% untuk membaca berita berada pada angka 34.5%, untuk mencari konten di angka 30.5%, untuk

mencari apa yang sedang diperbincangkan di angka 29.2%, untuk mencari barang yang ingin dibeli sebanyak 27.3%, untuk mencari inspirasi terkait barang yang ingin dibeli di angka 27.2%, untuk menonton atau mengikuti olahraga di angka 23.6%, untuk menonton siaran langsung di angka 23.4%, untuk melihat konten yang dibuat oleh merek favorit di angka 22.5%, untuk membuat kontak baru di angka 22.1%, untuk mencari koneksi berkaitan pekerjaan di angka 22.1%, untuk berbagi pendapat dengan yang lain di angka 21.9%, untuk mengikuti artis ataupun *influencers* di angka 19.7%, dan untuk tidak ketinggalan hal baru (FOMO) di angka 19.5%. Melihat dari data tujuan penggunaan media sosial maka gerakan yang dilakukan oleh para pengguna media sosial di Indonesia termasuk di angka 21.9% yaitu untuk saling berbagi pendapat mereka terkait tuntutan 17+8 ini.

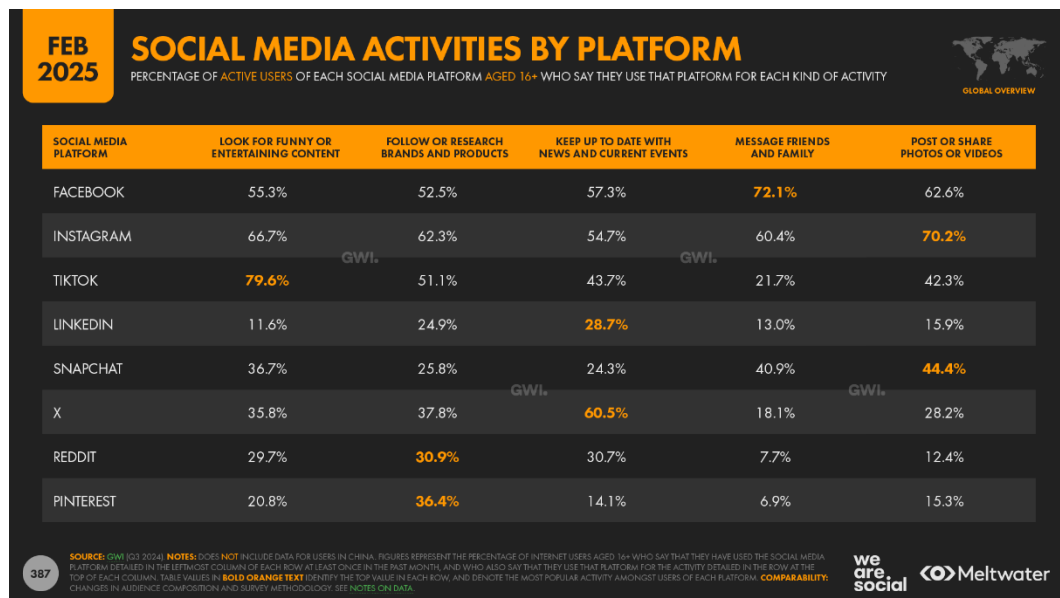


Gambar 1.2 Alasan Menggunakan Media sosial berdasarkan Umur

Sumber: Kemp (2025)

Pengguna media sosial yang berumur 16 tahun sampai 54 tahun memiliki motivasi utama yang sama dalam menggunakan media sosial yaitu untuk berhubungan dengan keluarga dan teman. Namun, jika difokuskan pengguna media sosial berumur 16-34 tahun lebih tertarik terhadap tren yang terjadi di media sosial sedangkan pengguna media sosial berumur 35-64 tahun lebih berfokus untuk membaca berita yang beredar di media sosial. Melalui data tersebut, dapat

disimpulkan bahwa tren yang sedang terjadi di media sosial akan lebih mudah diketahui oleh pengguna media sosial umur 16 hingga 34 dibandingkan pengguna media sosial yang berumur lebih tua (Kemp, 2025).



Gambar 1.3 Aktivitas yang dilakukan di Platform Media Sosial

Sumber: Kemp (2025)

Terdapat berbagai platform media sosial yang berada di internet, namun tiga platform utama yang digunakan untuk mendapatkan informasi terkait berita dan kejadian yang sedang terjadi adalah platform Twitter (X) di posisi pertama sebanyak 60.5%, Facebook berada di posisi kedua sebanyak 57,3% dan Instagram berada di posisi ketiga sebanyak 54,7%. Melalui data ini dapat dilihat bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berkoneksi dengan orang lain ataupun digunakan sebagai hiburan melainkan platform media sosial juga dapat menjadi salah satu sumber yang dipercayai dalam hal penerimaan informasi terkait berita dan kegiatan yang sedang terjadi (Kemp, 2025).

Berdasarkan pengertian menurut Mario Diani, gerakan sosial selalu digambarkan sebagai suatu proses sosial yang dilakukan oleh para aktor yang terlibat dengan ciri khasnya yaitu tindakan kolektif yang menimbulkan konflik, jaringan informal yang padat, serta adanya identitas kolektif. Berdasarkan tiga ciri khas tersebut, gerakan sosial merupakan sebuah tindakan yang bersifat konflik

dengan tujuan untuk mendorong perubahan sosial terutama dalam hal seperti politik, ekonomi, maupun sosial yang dilakukan secara kolektif (della Porta & Diani, 2020). Seiring berkembangnya jaman, gerakan sosial juga terus berkembang karena hadirnya bantuan teknologi. Terdapat berbagai kelebihan ketika teknologi hadir dalam mendukung pergerakan sosial yakni jaringan digital yang memungkinkan partisipasi oleh siapa saja, menggabungkan aksi secara daring dan luring serta berkurangnya peran dari organisasi formal dalam memimpin sebuah gerakan sosial. Hal-hal ini dapat terjadi karena adanya bantuan teknologi komunikasi (Tilly dkk., 2020).

Media sosial yang membentuk sebuah aktivisme digital dapat terwujud karena adanya tiga mekanisme *platform* yaitu datafikasi (*datafication*), komodifikasi (*commodification*), dan seleksi (*selection*). Ketiga mekanisme ini saling berkaitan dalam membantu aktor-aktor yang terlibat di mana aktivitas yang dilakukan oleh para aktor akan dikonversi menjadi sebuah kumpulan data yang nantinya akan dipilah oleh algoritma *platform* untuk menyeleksi konten yang layak untuk ditampilkan ke pengguna lainnya. Dalam konteks gerakan sosial, viral di media sosial dapat mengubah aksi yang kecil menjadi satu gerakan besar namun kekurangan *awareness* pada isu menyebabkan sebaliknya sehingga mekanisme *platform* juga memiliki pengaruh dalam suatu gerakan sosial (van Dijck dkk., 2018).

Fenomena yang terjadi saat ini merupakan bentuk nyata dari aktivisme digital bahwa teknologi komunikasi berupa media sosial dapat menghubungkan para individunya untuk berpartisipasi pada gerakan sosial digital. Bentuk dari gerakan sosial digital sangat berbeda dengan gerakan konvensional yang membutuhkan struktur organisasi atau komunitas yang formal. Hal ini bisa terjadi karena adanya bentuk gerakan sosial yang muncul di era digital yakni *connective action*. Menurut Bennett dan Segerberg (dalam Treré, 2019), komunikasi berperan sebagai organisator dari aksi personal yang dilakukan oleh para aktor dan terhubung dengan lainnya secara digital. Peran dari media digital seperti media sosial adalah sebagai organisator yang menggantikan peran dari lembaga formal dalam

mengontrol sebuah pergerakan sosial. Media digital tidak hanya sebagai organisator saja melainkan berperan sebagai tulang punggung bagi tempat-tempat dalam berkomunikasi secara ekspresif yang menjadi ciri khas dari generasi yang sudah ahli dengan perangkat digital. Gerakan 17+8 tuntutan rakyat yang sedang terjadi di Indonesia merupakan bentuk gerakan sosial *connective action*. Banyak dari para partisipan gerakan bergerak berdasarkan aksi personal dan pemanfaatan berbagai fitur yang ada di Instagram dalam menyampaikan pesan terkait isu 17+8. Perpaduan dari aksi personal dan pemanfaatan fitur di Instagram menghasilkan sebuah gerakan sosial digital yang sangat masif.

Awal mula lahirnya gerakan 17+8 tuntutan rakyat ini organik dari keresahan para warga setelah kejadian pada 29 Agustus 2025 atas tewasnya salah satu pengemudi ojek daring, Affan Kurniawan, yang dilindas oleh kendaraan taktis Brimob pada hari sebelumnya. Keresahan ini menjadi awal gagasan terbentuknya gerakan 17+8 untuk mengembalikan perhatian negara terhadap hal-hal pokok yang seharusnya dijawab.

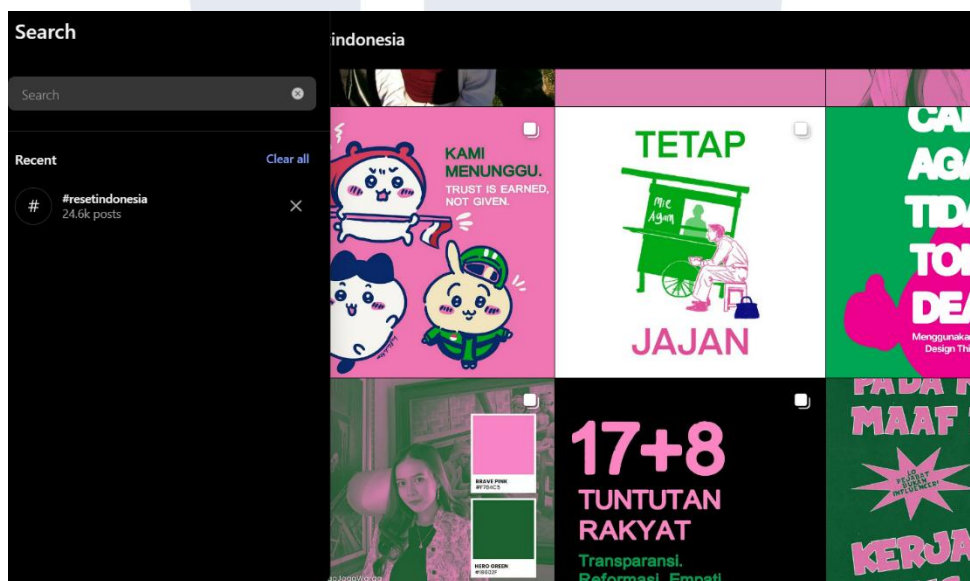


Gambar 1.4 Gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat

Sumber: Instagram (2025)

Tuntutan 17+8 secara langsung disusun oleh berbagai pihak yang meliputi *influencer*, konten Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia (YLBHI), Pusat

Studi Hukum dan Kebijakan Indonesia (PSHK), tuntutan demo buruh, pernyataan sikap mahasiswa, serta petisi daring melalui Change.org. Isi dari 17+8 ini merupakan rangkuman dari berbagai aspirasi yang telah dilakukan di media sosial maupun di lapangan secara langsung. 17 tuntutan rakyat ditujukan kepada 6 pihak pemerintahan yaitu kepada Presiden, Dewan Perwakilan Rakyat, Ketua Umum Partai Politik, Kepolisian Republik Indonesia, Tentara Nasional Indonesia, dan Kementerian Sektor Ekonomi dan 8 tuntutan lainnya merupakan tuntutan jangka panjang. Gerakan ini secara resmi dipublikasikan di Instagram pada tanggal 31 Agustus 2025 oleh berbagai *influencer* dengan tujuan untuk mengajak para masyarakat Indonesia untuk bantu mengawal isu ini dan menyebarluaskan kepada satu sama lain (Salsabila & Maulana, 2025).



Gambar 1.5 Post gerakan dukungan 17+8 di Instagram Feeds

Sumber: Instagram (2025)

Beberapa hari setelah gerakan 17+8 resmi dipublikasikan di Instagram, berbagai pengguna media sosial Instagram juga ikut untuk menyebarluaskan dengan membuat sebuah konten yang berkaitan dengan tuntutan 17+8. Salah satu bentuk ekspresi identitas yang dilakukan oleh para pengguna media sosial adalah dengan menggunakan pendekatannya masing-masing namun tetap membahas tema 17+8 itu sehingga berbagai aksi ekspresi personal tetap membawa satu pesan yang

sama yakni 17+8 itu sendiri. Setiap pengguna media sosial memiliki caranya masing-masing dalam berpartisipasi untuk meramaikan gerakan 17+8 ini namun ada ciri khas tersendiri pada warna visual yaitu warna merah muda dan hijau. Penggunaan tagar pada aktivisme digital sudah sering dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan pembuatan dan penyebaran aktivisme secara luas dan memiliki identitas. Aktivisme digital juga menimbulkan dampak nyata baik daring maupun luring (Jackson dkk., 2020). Tagar pada gerakan sosial telah berkembang dari sekedar cara untuk mengorganisasi informasi di media sosial namun tagar juga membantu menarik perhatian ketika tagar tersebut telah banyak dibicarakan dan digunakan di media sosial. Cara ini memang terlihat berulang-ulang dilakukan namun pada aktivisme digital, tagar sangat efektif untuk meningkatkan solidaritas partisipan serta memperkuat identitas di ruang publik digital seperti penggunaan tagar #resetindonesia pada gerakan sosial 17+8 (Mina, 2019).

Pemilihan merah muda yang disebut juga sebagai *brave pink* ini dilakukan untuk merepresentasikan sosok Perempuan berhijab pink yang berani menghadapi dengan polisi pada aksi demo di depan gedung DPR sedangkan warna hijau yang disebut sebagai *hero green* merepresentasikan pengemudi ojek *online* yakni Affan Kurniawan yang tewas terlindas kendaraan taktis Brimob. Warna *hero green* dan *brave pink* menjadi ciri khas tersendiri dalam gerakan yang dilakukan oleh para pengguna media sosial Instagram (Salsabila & Maulana, 2025). Tindakan yang telah dilakukan oleh para masyarakat secara kolektif menunjukkan adanya pergeseran ke arah budaya partisipasi (*participatory culture*). Menurut Henry Jenkins, kegiatan yang dilakukan oleh para partisipan yang terlibat dalam suatu gerakan partisipasi budaya itu ditandai dengan hambatan yang rendah dalam berekspresi serta keyakinan bahwa apa yang mereka lakukan itu penting. Para aktivis kreatif ini memiliki ciri khasnya dalam berkomunikasi melalui gambar-gambar yang sudah ada namun dimodifikasi untuk menyampaikan pesannya sendiri dengan memanfaatkan media sosial (Jenkins dkk., 2016). Hal ini menggambarkan bahwa para partisipan dari gerakan 17+8 ini bersifat *connective* karena para aktivis secara kreatif untuk menyuarakan gerakan sesuai dengan aksi personal mereka masing-masing.

Mekanisme aksi *connective* pada gerakan 17+8 pada akhirnya menciptakan sebuah efek komunikasi yang masif dan nyata. Efek ini terlihat dari terjadinya aksi personal yang dilakukan oleh para partisipan mampu bekerja pada tiga kategori efek komunikasi. Pada level kognitif, gerakan ini berhasil mengedukasi dan meluaskan kesadaran masyarakat khususnya Generasi Z mengenai isi dari 17+8. Untuk sisi afektif, penggunaan warna hijau dan warna merah muda menjadi identitas bersama yang berhasil menciptakan rasa solidaritas digital yang kuat antara pengguna. Untuk sisi perilaku, para partisipan secara sukarela untuk melakukan berbagai aksi setelah pesan 17+8 diinisiasi oleh *influencer* di Instagram. Media sosial yang merupakan sebuah platform untuk mencari informasi maupun berhubungan dengan orang lain telah berkembang menjadi sebuah media yang bisa menjadi alat bagi para penggunanya dalam menyampaikan pesan kepada pemerintah. Kemampuan yang dimiliki oleh pengguna media sosial untuk memberikan protes kepada keputusan pemerintah menjadi menarik untuk diteliti karena tekanan yang diberikan rakyat tidak terbatas pada gerakan sosial saja tetapi sudah berevolusi menjadi sebuah gerakan sosial juga di media sosial. Maka dari itu penelitian ini memiliki fokus pada aksi personal dan pemanfaatan fitur di Instagram yang dilakukan oleh generasi Z dalam mengonstruksi *connective action* pada gerakan 17+8.

Penelitian ini penting untuk dilakukan agar dapat mengetahui secara mendalam tentang proses konstruksi *connective action* di balik fenomena gerakan sosial digital 17+8 yang dilakukan oleh para generasi Z di platform Instagram. Pada umumnya pergerakan sosial dilakukan secara langsung di lapangan namun karena hadirnya perkembangan teknologi, media sosial menjadi sebuah alat yang membantu pergerakan sosial di internet dan memberikan dampak yang besar. Efek komunikasi juga menjadi unsur yang penting untuk dianalisis bagaimana para Generasi Z menjadi tertarik untuk ikut berpartisipasi pada gerakan 17+8 secara sukarela. Penggunaan media sosial juga menjadi salah satu ciri khas tersendiri dari generasi Z dalam menyikapi isu-isu sosial. Melalui survei yang telah dilakukan oleh IDN Research Institute 2026 yang menunjukkan hasil bahwa partisipasi demokrasi tidak hanya soal turun ke jalanan ataupun berteriak dengan lantang melainkan menggunakan humor, cerita, ataupun kreativitas. Sebanyak 31% Generasi Z dan

22% Generasi Millenial telah terlibat dalam aktivisme digital terutama di media sosial dengan memanfaatkan fitur yang dimiliki yaitu *carousel*, tagar, dan memberikan narasi yang menantang dan menyoroti berbagai isu-isu yang sedang terjadi. Adapun juga sebanyak 27% Generasi Z dan 25% Generasi Millenial yang berkontribusi melalui platform media independen lainnya seperti *blog* dan *podcast* (Fahturohman, 2025).

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat lebih memahami proses konstruksi *connective action* pada gerakan 17+8 ini secara mendalam dan berfokus pada data yang dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur serta observasi konten yang berkaitan dengan tuntutan 17+8. Penelitian ini menunjukkan bahwa gerakan sosial dapat terjadi secara digital dan saling mendukung satu sama lain antara pengguna media sosial dengan memanfaatkan semua fitur yang dimiliki oleh aplikasi Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Gerakan sosial 17+8 yang dilakukan secara masif oleh berbagai masyarakat Indonesia merupakan bentuk nyata kontribusi mereka dalam menyampaikan aspirasi. Penggunaan media sosial yang awalnya bertujuan untuk mencari informasi ataupun berkomunikasi telah dimanfaatkan oleh generasi Z untuk dijadikan sebuah alat untuk melakukan gerakan sosial. Masifnya gerakan 17+8 yang terjadi di media sosial Indonesia sendiri menimbulkan fenomena gerakan sosial digital yang berbeda dari gerakan sosial konvensional sebelumnya. Instagram sebagai media sosial memberikan banyak cara kepada penggunanya untuk ikut menjadi bagian dari gerakan 17+8 ini sehingga fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana *connective action* dapat terkonstruksi melalui motivasi pribadi generasi Z serta pemanfaatan fitur Instagram dalam menyuarakan gerakan 17+8 tuntutan rakyat.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah diatas, dituliskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- Bagaimana mekanisme *connective action* dalam gerakan sosial digital 17+8 tuntutan rakyat di Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah yang dibuat maka penelitian ini memiliki tujuan pada

- Menganalisis bagaimana *connective action* terkonstruksi melalui aksi personal dan pemanfaatan fitur-fitur di Instagram oleh generasi Z dalam menyuarakan gerakan 17+8 tuntutan rakyat.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Harapan dari penelitian ini adalah dapat memiliki kontribusi terhadap ilmu literatur komunikasi terutama pada ranah aktivisme digital dan kajian media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai peran aktif generasi Z dalam proses konstruksi *connective action* dan memperdalam tentang efektivitas media sosial sebagai *platform* dalam pengorganisasian gerakan sosial digital di Indonesia.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Harapan dari penelitian ini adalah dapat memberikan wawasan yang luas tentang cara generasi Z berpartisipasi pada suatu isu sosial dan merancang strategi komunikasi yang efektif. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang cara generasi Z menyampaikan aspirasi politik melalui bantuan teknologi digital.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Harapan dari penelitian ini adalah dapat memberikan kesadaran kepada masyarakat dalam memanfaatkan platform media sosial yang dapat digunakan untuk menyuarakan suatu isu sosial bahkan mengorganisasi satu gerakan kolektif bersama terhadap isu yang dilawan.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini hanya menganalisis *connective action* pada platform Instagram saja sedangkan gerakan 17+8 juga menyebar di platform media sosial lainnya seperti X atau TikTok sehingga hasil penelitian tidak menganalisis *connective action* pada platform media sosial lain.

