



DIMENSI SOSIOKULTURAL TERHADAP TAGAR DI TWITTER INDONESIA

¹Danang Dwi Harmoko, ²Prapti Wigati Purwaningrum
¹Sastra Inggris, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
²Bahasa Inggris, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
danang.dnd@bsi.ac.id, prapti.pwp@bsi.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima:016-05-2022
 Disetujui:017-07-2022

Kata Kunci:

analisa wacana kritis
 dimensi sosiokultural
 twitter

Keywords:

Critical Discourse
 Analysis
 Sociocultural
 DimensionTwitter

ABSTRAK

Abstrak:Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dimensi sosiokultural dalam teori Critical Discourse Analsys (CDA oleh Norman Fairclough dari beberapa tagar yang menjadi trending topik di twitter Indonesia. Twitter menjadi ruang diskusi yang sangat ramai dengan berbagai percakapan terutama di masa pandemic yang mengharuskan masyarakat mengurangi interaksi secara langsung. Dalam penelitian ini, sample yang digunakan adalah 10 tagar dibidang sosial politik yang viral dan memicu diskursus panjang di masyarakat luas dan pemerintah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan secara umum, tagar di Indonesia ditinjau dari aspek sociocultural dapat dibagi menjadi 3 tujuan atau intepretasi. Pertama, tagar yang bertujuan untuk mengungkapkan kritik dan kekecewaan baik kepada pemerintah maupun lembaga lain yang tercermin dari tagar #thekingoflipservice, #MauKritikTapiTakutUUITE, dan #AllEnglandOpen2021UnFair. Kedua, tagar yang bertujuan untuk melakukan mobilisasi isu, wacana, dan kebijakan yang terefleksi dari tagar #beranijujurpecat, #TolakJilbabPaksa, #BTSMMeal, tagar terkait untuk stay at home, dan dorongan untuk berpartisipasi melakukan vaksinasi. Ketiga, tagar yang bertujuan untuk menunjukkan solidaritas dan nasionalisme yang terafiliasi dari tagar #savepalestine dan #Indonesiasaysorryforthailand. Penelitian ini juga mengungkap bahwa masyarakat Indonesia sangat senang berdiskusi, menyatakan pendapat, dan melakukan kritik kepada pemeintah. Dari sisi ini tercermin tingkat partisipasi warga dalam demokasi sudah cukup memuaskan meskipun masih banyak ruang untuk perbaikan.

Abstract:This study aims to reveal the sociocultural dimension in the theory of Critical Discourse Analysis (CDA by Norman Fairclough from several tagars that are trending topics on Indonesian Twitter. Twitter is a very lively discussion space with various conversations, especially during a pandemic which requires people to reduce direct interaction. In this study, the sample used was 10 tagars in the socio-political field that were viral and sparked a long discourse in the wider community and government. This study used a descriptive qualitative approach. The results showed in general, tagars in Indonesia in terms of sociocultural aspects can be divided into 3 goals or interpretation. First, tagars that aim to express criticism and disappointment to the government and other institutions as reflected in the tagars #thekingoflipservice, #MauKritikTapiTakutUUITE, and #AllEnglandOpen2021UnFair. Second, tagars that aim to promote mobilize issues, discourses, and policies as reflected in the tagars #beranijujurpecat, #TolakJilbabPaksa, #BTSMMeal, tagars related to stay at home, and encouragement to participate in vaccination. Third, tagars that aim to show solidarity and nationalism are affiliated with the tagars #savepalestine and #Indonesiasaysorryforthailand. This research also reveals that Indonesian people are very happy to discuss, express opinions, and criticize the government. From this point of view, the level of citizen participation in democratization has been quite satisfactory, although there is still much room for improvement.



A. LATAR BELAKANG

Demokrasi di Indonesia telah berlangsung lebih dari dua dekade. Selama kurun waktu tersebut, Indonesia mengalami kemajuan diberbagai bidang, meskipun disertai dengan beberapa catatan (Sheany, 2018) salah satunya dalam aspek kebebasan berekspresi. Pada masa kepemimpinan Presiden Suharto, yang dikenal sebagai rezim "Orde Baru", selama 32 tahun, kebebasan berekspresi rakyat sangat dibatasi. Namun, sejak tahun 1998, seiring dengan reformasi dan dimulainya era demokrasi, kebebasan berekspresi semakin diperluas. Publik semakin memiliki akses untuk angkat bicara, kritik, dan saran kepada pemerintah dengan munculnya media sosial pada tahun 2008.

Pada tahun 2021, pengguna media sosial di Indonesia akan mencapai 170 juta. Peningkatan ini tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat penetrasi tetapi juga oleh pandemi COVID-19 sejak tahun 2020 (VOI, 2020). Selain mengalami peningkatan jumlah penggunaanya, media sosial juga mengalami perkembangan dari segi tujuan dan kegunaannya, mulai dari fungsi sosial, ekonomi, hingga politik. Media sosial juga tidak jarang mampu menghadirkan gerakan sosial yang signifikan. Salah satu peristiwa monumental gerakan sosial di media sosial adalah revolusi Bunga di Tunisia pada akhir tahun 2011 yang berhasil menggulingkan pemerintahan otoriter dan kemudian bergulir ke negara-negara timur tengah lainnya dengan istilah *Arab Spring* (Sahide, 2015). Peristiwa tersebut memberikan gambaran yang jelas tentang kekuatan mobilisasi isu di media sosial. Melihat banyaknya pengguna dan interaksi di dalamnya, berbagai elemen masyarakat mulai menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan (Wolf, 2017), mulai dari pengajaran, pemasaran, kampanye hingga penyampaian kebijakan pemerintah.

Sebagai pemangku kepentingan dalam kehidupan bernegara, pemerintah juga memanfaatkan media sosial untuk mensosialisasikan berbagai program dan kebijakan. Selain itu, media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik (Mulyana & Octavianti, 2016). Peningkatan kualitas dan kapabilitas pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara tidak langsung juga berkontribusi terhadap transparansi (Yogiswara, et.al, 2014) dan

meminimalkan pungutan liar. Media sosial juga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengawasi sistem birokrasi di Indonesia melalui pelaporan langsung ke akun resmi lembaga atau instansi yang dituju. Bahkan tidak jarang masyarakat membuat tagar agar keluhannya direplikasi oleh orang lain dan mendapat respon, seperti pemadaman listrik pada pertengahan tahun 2019 yang melanda Jakarta dan sekitarnya.

Sejalan dengan itu, kekuatan politik di Indonesia mulai menggunakan media sosial untuk pengelolaan isu, sesuai dengan tujuannya (Diharjo, 2020). Polanya hampir sama, dimulai dengan membuat tagar di platform twitter yang akan digunakan dan diulangi agar pengguna lain dapat melihat dan berinteraksi dengannya. Semakin banyak netizen yang menggunakan tagar tersebut, semakin kuat isu atau opini yang digaungkan. Kenangan perang tagar masih segar menjelang pemilihan presiden 2019. Saat itu, para pendukung Presiden petahana menggunakan tagar #jokowi2periode.

Sejalan dengan itu, kekuatan politik di Indonesia mulai menggunakan media sosial untuk pengelolaan isu, sesuai dengan tujuannya (Diharjo, 2020). Polanya hampir sama, dimulai dengan membuat tagar yang akan digunakan dan diulangi agar pengguna lain dapat melihat dan berinteraksi dengannya. Semakin banyak netizen yang menggunakan tagar tersebut, semakin kuat isu atau opini yang digaungkan. Kenangan perang tagar masih segar menjelang pemilihan presiden 2019. Saat itu, para pendukung Presiden petahana menggunakan tagar #jokowi2periode.

Kajian ini berfokus pada dimensi sosial budaya CDA. Penulis tertarik untuk melihat lebih jauh dimensi sosial budaya yang terkandung dalam tagar yang menjadi trending topic (topic yang sedang tren). Dimensi sosial budaya dapat mengungkap peristiwa sosial budaya yang melandasi sebuah wacana sehingga menjadi viral. Hal ini penting karena dengan mengetahui latar belakang peristiwa dan dampak yang ditimbulkan, masyarakat dapat memahami konteks wacana dengan baik. Di tengah derasnya arus informasi, masyarakat diharapkan memiliki literasi digital yang baik dengan membaca arah wacana dan tidak reaktif. Rendahnya tingkat literasi membuat masyarakat mudah menjadi korban hoax dan disinformasi.

Media sosial dengan segala fungsi dan fiturnya telah menjelma menjadi ruang publik. Bahkan dengan jangkauannya yang luas, media sosial juga digunakan untuk berbagai tujuan, salah satunya adalah fungsi propaganda dan mobilisasi isu. Twitter adalah platform media sosial untuk komunikasi online yang dimediasi komputer, yang membentuk struktur sosial yang muncul (A. Karami, 2020). Platform komunikasi ini memiliki 1,3 miliar akun dan 336 juta pengguna aktif memposting 500 juta tweet per hari. Pengguna twitter dapat memposting komentar yang dikenal sebagai "tweet," masing-masing dibatasi hingga 140 karakter sebelum Oktober 2018 dan saat ini, 280 karakter. Kecuali jika tweet dibuat pribadi, tweet tersebut tersedia untuk umum dan pengguna twitter dapat menunjukkan reaksi dan keterlibatan mereka dengan tweet dengan membagikannya di profil mereka (retweet), mengklik tombol suka, menandai nama pengguna seseorang, atau menanggapi penulis tweet tersebut. tweet (Karami, 2020). Dalam fungsi sosial, twitter sering digunakan untuk menyampaikan pendapat pribadi tentang berbagai isu, termasuk kebijakan pemerintah. Seringkali kejadian viral berawal dari twitter. Apalagi, pandemi COVID-19 telah meningkatkan volume percakapan di twitter.

Tagar adalah fitur yang awalnya dikembangkan oleh twitter untuk saling berbagi dan berinteraksi sesuai minat yang sama (Zhongyang Ma, et.al., 2012). Saat ini, tagar semakin berkembang dan digunakan di hampir semua platform media sosial. Tagar menjadi sangat penting karena semakin banyak orang yang terhubung ke internet dan mendiskusikan minat yang sama dengan tagar (Efron, 2010). Jika dicermati, kata-kata yang umumnya digunakan dalam tagar adalah kata-kata yang dianggap paling representatif, misalnya #savekpk, #tolakomnibuslaw, dan #internetpositive. Tagar dapat dikategorikan ke dalam sosial, ekonomi, budaya, politik, teknologi, tren, dan humaniora. Setiap kategori memiliki kelompok yang aktif mengangkat berbagai isu di dalamnya. Penelitian Nikodemus (2019) menyatakan bahwa tagar muncul dan tumbuh lebih besar dalam menanggapi berbagai isu dan fenomena sosial dan dapat menyebabkan gerakan sosial di masyarakat.

Analisis wacana kritis merupakan salah satu metode populer untuk menyelami lebih dalam sebuah teks atau wacana. Menurut (Fairclough, 1995)

CDA digunakan untuk secara sistematis mengeksplorasi hubungan kausalitas dan determinasi yang sering kabur antara (a) praktik diskursif, peristiwa dan teks, dan (b) struktur, hubungan, dan proses sosial dan budaya yang lebih luas; untuk menyelidiki bagaimana praktik, peristiwa, dan teks semacam itu muncul dari dan secara ideologis dibentuk oleh hubungan kekuasaan dan perebutan kekuasaan. Dengan kata lain, CDA digunakan untuk mengungkapkan lebih dalam sisi lain dari sebuah teks. Penelitian sosiokultural bukanlah satu kesatuan bidang, tetapi yang di dalamnya memperlakukan komunikasi, pemikiran dan pembelajaran sebagai proses terkait yang dibentuk oleh budaya. Sifat aktivitas manusia adalah bahwa pengetahuan dibagikan dan orang bersamasama membangun pemahaman tentang pengalaman bersama (Mercer, 2000). Dimensi sosial dalam sebuah teks dipengaruhi oleh budaya yang dimilikinya. Jadi implikasi sosial dari tagars merupakan cerminan budaya masyarakat dalam merespon isu yang sedang dibahas. Dimensi sosiokultural dalam CDA memberikan perspektif lain dalam memaknai sebuah wacana. Sehingga publik memiliki alternatif sudut pandang yang pada akhirnya dijadikan sebagai dasar pertimbangan untuk bertindak.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penulis mengumpulkan tagar di bidang ekonomi, sosial, dan politik kemudian memilih beberapa untuk dijadikan sampel penelitian. Sampel data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teori analisis wacana kritis Norman Fairclough. Populasi dalam penelitian ini adalah kumpulan tagar yang menjadi trending topik di twitter Indonesia dari Januari-Juni 2021. Untuk mendapatkan data yang berkualitas, penulis memilih tagar yang menarik perhatian publik, media, dan pemerintah. Dari hasil seleksi, diperoleh 10 data untuk dianalisis dalam penelitian ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada analisis dimensi sosial budaya dalam teori CDA Norman Fairclough pada beberapa tagar yang viral dan berdampak pada kebijakan sosial, politik, dan pemerintah. Dari Januari-Juni 2021, 31 tagar telah menjadi viral dan menarik perhatian publik, media, dan

pemerintah. Dari data tersebut, penulis memilih 10 untuk dianalisa lebih lanjut.

Data 1 #savepalestine

Tagar ini dilatarbelakangi munculnya serangan militer Israel terhadap kompleks Masjid Al Aqsa yang merupakan salah satu tempat penting bagi warga Palestina dan pemeluk agama Islam di seluruh dunia. Indonesia bereaksi cukup keras terhadap peristiwa ini sebagai negara dengan jumlah Muslim terbesar secara global. Setelah mendengar berita penyerangan tersebut, linimasa twitter Indonesia dihebohkan dengan tagar #savepalestine dan #alaqsaunderattack. Mayoritas *tweet* berisi dukungan untuk rakyat Palestina serta kritik atas tindakan tersebut. Beberapa pihak juga mendorong pemerintah Indonesia melalui Presiden dan Kementerian Luar Negeri untuk mengkritik pemerintah Israel. Presiden Joko Widodo menanggapi dengan mendesak PBB untuk mengambil tindakan terhadap Israel melalui hukuman (Marlinda Oktavia Erwanti, 2021). Tagar ini kemudian berkembang menjadi ajakan untuk berdonasi kepada warga Palestina yang terkena dampak.

Dimensi sosial budaya dalam tagar ini adalah reaksi netizen Indonesia terhadap serangan militer Israel di kompleks Masjid Al Aqsa. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar secara global, Indonesia memiliki rekam jejak perjuangan yang panjang dalam membantu kemerdekaan Palestina sebagai sebuah bangsa. Narasi yang disampaikan berupa kritik dan protes mendesak pemerintah Indonesia untuk memperkuat diplomasi melalui PBB. Jika kita perhatikan lebih jauh, tagar ini disuarakan oleh mereka yang beragama Islam dan lintas agama. Masalah ini tidak lagi dilihat sebagai perselisihan antar kelompok atau agama tetapi sebagai aspek kemanusiaan. Banyaknya korban dari warga sipil, perempuan, dan anak-anak membuat masyarakat Indonesia bersatu untuk bereaksi keras terhadap media sosial.

Data 2 #beranijujurpecat

Latar belakang munculnya tagar ini adalah 75 pegawai Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) merasa ada keanehan di balik kegagalan mereka menjadi pegawai negeri sipil melalui tes wawasan kebangsaan. Mereka menduga ada upaya

menghilangkan orang yang dianggap idealis dan berintegritas dalam pemberantasan korupsi di KPK. Mereka memaparkan berbagai kejanggalan yang dialami melalui media sosial dan media massa. Melihat sejarah pembentukannya dan berbagai kontroversi yang dialaminya, setiap kejadian yang melibatkan KPK selalu menarik perhatian publik. Tagar ini merupakan puncak perlawanan masyarakat terhadap aparat yang berusaha melemahkan lembaga antikorupsi ini. Sejak berdirinya, KPK telah dianggap sebagai salah satu lembaga terbaik di Indonesia dengan kinerja yang memuaskan. Tagar ini memaksa Presiden turun tangan dengan memberikan arahan kepada pimpinan KPK untuk tidak menjadikan tes wawasan kebangsaan sebagai satu-satunya standar penilaian.

Dimensi sosial budaya dalam hastag ini merupakan upaya penggalangan opini publik oleh beberapa pihak yang menduga adanya upaya pemecatan anggota KPK. Pendapat ini dikemukakan oleh Novel Baswedan (penyelidik senior KPK), ICW (Indonesian Corruption Watch), dan tokoh-tokoh lain yang memiliki pendapat dan anggapan yang sama. KPK merupakan lembaga negara yang independen dalam upaya pemberantasan korupsi di Indonesia. KPK dan masyarakat sipil antikorupsi memiliki sejarah panjang pemberantasan korupsi, kolusi, dan nepotisme di lembaga-lembaga negara. Masyarakat sipil selalu berada di pihak KPK ketika berada dibawah tekanan, kriminalisasi, dan upaya melemahkannya melalui perubahan undang-undang. Hal ini disebabkan oleh sejarah panjang korupsi yang telah mengakar di Indonesia pada masa pemerintahan "Orde Baru". Sehingga kehadiran KPK menjadi harapan masyarakat untuk membenahi birokrasi di Indonesia, persepsi bahwa kalangan di lingkungan pemerintahan tidak ingin KPK melakukan korupsi secara bebas masih membekas di benak masyarakat. Sehingga setiap kali ada isu upaya pelemahan KPK publik akan selalu berada di garda terdepan termasuk dalam hal ini.

Data 3 #thekingoflipservice

Tagar ini sempat menjadi trending topic pada pertengahan Juni-Juli 2021. Dimulai dengan tweet akun @bemui_official, akun resmi BEM UI, tentang kritik mereka terhadap kinerja Presiden Joko Widodo dengan tagar #thekingoflipservice. Wacana yang diangkat dalam postingan tersebut adalah

bahwa BEM merupakan bentuk kekecewaan mahasiswa terhadap Presiden yang dinilai banyak melakukan lip service. Dalam rangkaian kicauan tersebut, mereka menyajikan data, fakta, dan sumber referensi. Hal ini menunjukkan bahwa BEM UI melontarkan kritik berdasarkan kajian ilmiah. Sehari setelah jabatan diangkat, rektorat UI memanggil pengurus BEM UI untuk mendalami maksud dan tujuannya. Mereka mengaku juga diminta untuk menurunkan postingan tersebut, namun mereka menolak. Tindakan rektorat UI dinilai reaktif dan terkesan represif terhadap aktivitas mahasiswa yang menjalankan fungsi kontrol pemerintah. Dalam perbincangan hangat mengenai hal tersebut, terungkap fakta bahwa Rektor UI melanggar Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 68 Tahun 2013 tentang Statuta UI. Peraturan tersebut menyebutkan bahwa seseorang yang diangkat rektor Universitas Indonesia tidak dapat merangkap jabatan di sebuah perusahaan milik negara. Kemarahan publik semakin besar setelah pemerintah seolah memberi lampu hijau kepada Rektor UI untuk mempertahankan dua jabatan yang dijabatnya dengan mengubah regulasi melalui PP Nomor 75 Tahun 2021 yang memberikan izin rangkap jabatan kepada Rektor UI.

Kebijakan ini langsung ditanggapi masyarakat. Alih-alih memprotes kekecewaan dan kemarahan, warganet membuat hastag satir, yakni #rektorUIsakti. Tagar ini berisi komedi satir yang ditujukan kepada Rektor UI yang terkesan kuat karena bisa memaksa pemerintah mengubah regulasi untuk mengakomodasi kepentingannya. Tagar ini membawa protes dengan cara yang berbeda dan berkembang sebagai dorongan moral kepada Rektor UI untuk mengundurkan diri dari salah satu jabatannya. Tekanan ini akhirnya membuat Ari Kuncoro mengundurkan diri dari jabatannya sebagai komisaris di sebuah perusahaan negara.

Dimensi sosial budaya dalam tagar ini merupakan upaya untuk menunjukkan eksistensi BEM UI sebagai organisasi kemahasiswaan. Adanya pandemi Covid 19 yang mengharuskan menghindari aktivitas berkerumun membuat aksi unjuk rasa di jalanan tidak bisa dilakukan. Sebagai alternatif, kontrol sosial atas kebijakan dan jalannya pemerintahan dilakukan melalui media sosial. Kreativitas ini menjadi inspirasi bagi organisasi kemahasiswaan

kampus lainnya untuk menyampaikan kritik melalui meme. Tagar ini juga seolah menunjukkan kepada publik bahwa organisasi kemahasiswaan masih kritis sebagai agen perubahan.

Data 4 #TolakJilbabPaksa

Sebagai negara dengan tingkat pluralisme yang tinggi, Indonesia sangat rentan terbelah oleh masalah suku, agama, ras, dan golongan. Selain itu, rendahnya tingkat literasi juga berdampak pada tingginya kepekaan antar kelompok jika terjadi gesekan. Tagar #TolakJilbabForced muncul dan ramai karena sharing dari seorang siswa non-Muslim di sebuah SMK di Padang, Sumatera Barat, yang memprotes karena diwajibkan berhijab. Pasca postingan tersebut, semakin banyak mahasiswa lain yang mengalami diskriminasi yang sama disuarakan melalui media sosial.

Pemerintah menyadari jika tidak segera ditanggapi, konflik di media sosial dapat memicu protes yang lebih besar di lapangan. Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) 3 Menteri yang berisi tentang kebebasan bagi siswa untuk mengenakan seragam sekolah sesuai dengan keyakinannya. Selain itu, SKB juga melarang pemerintah daerah dan sekolah mewajibkan atau melarang seragam dan atribut dengan kekhususan agama (Nur Rohmi Aida, 2021).

Dimensi sosial budaya dalam tagar ini merupakan upaya penggalangan opini oleh para aktivis kebebasan berekspresi, agar aturan-aturan yang diskriminatif dihapuskan. Narasi yang disampaikan meliputi kebebasan berekspresi, diskriminasi, dan hak asasi manusia. Narasi-narasi tersebut secara konsisten mampu menghadirkan wacana di ruang publik hingga akhirnya membuat pemerintah mengambil sikap untuk mengeluarkan peraturan yang melarang diskriminasi di sekolah.

Data 5 #MauKritikTapiTakutUITE

Tagar ini dilatarbelakangi oleh pernyataan Presiden Joko Widodo yang berbunyi:

“Masyarakat harus lebih aktif menyampaikan kritik, masukan, atau potensi maladministrasi. Apalagi penyelenggara pelayanan publik juga harus terus meningkatkan upaya perbaikan,” kata Jokowi saat peluncuran Laporan

Tahunan Ombudsman Indonesia 2020 (Rosy Dewi Arianti). Saptoyo, 2021).

Sayangnya, pernyataan ini mendapat respon negatif dari publik. Melalui hastag #MauKritikTapiTakutUUITE, publik mengungkapkan keraguannya terhadap ucapan Presiden tersebut. Bahkan keraguan tersebut juga datang dari tokoh nasional seperti mantan wakil presiden Republik Indonesia, Jusuf Kalla. Ia mempertanyakan bagaimana mengkritik pemerintah di media sosial tanpa terjatuh UU ITE. Karena siapa pun yang merasa dirugikan dengan pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, analisis, dan/atau penyebaran "informasi elektronik" sebagaimana diatur oleh undang-undang dapat menggunakan UU ITE untuk membawanya ke pengadilan. Pasal 27 ayat 3 seringkali menjadi dasar untuk membawa "pengakuan" atau kritik di media sosial ke pengadilan. Beberapa orang sering menggunakan ruang lingkup yang luas ini untuk mengkriminalisasi orang lain. Kekhawatiran masyarakat tersebut ditanggapi Presiden dengan mengusulkan revisi UU ITE. Jokowi mengatakan jika UU ITE tidak bisa memberikan rasa keadilan, maka harus direvisi.

Tekanan publik yang masif dan tokoh politik legislatif dapat mendorong Presiden mengeluarkan instruksi untuk mengubah pasal-pasal UU ITE yang dinilai berpotensi multitafsir. Setelah melalui pembahasan yang panjang, pemerintah mengeluarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) untuk Menteri Komunikasi dan Informatika, Kejaksaan Agung, dan Kapolri yang berisi pedoman pelaksanaan pasal khusus Undang-Undang Nomor 11 tentang Informasi dan Elektronik. Dengan panduan ini, diharapkan lembaga/lembaga terkait UU ITE tidak memaknai pasal-pasal di dalamnya secara berbeda.

Dimensi sosial budaya dalam tagar ini merupakan sindiran terhadap pemerintah terhadap kebebasan berekspresi yang seolah-olah dikekang oleh UU ITE. Netizen tidak lagi bebas menyampaikan pendapat, kritik, dan saran kepada pemerintah dan lembaganya. Netizen khawatir pasal-pasal dalam UU ITE dijadikan alat pihak berwenang untuk membungkam kritik terhadap pemerintah. Ini bukan

tanpa dasar. Sejak berlakunya undang-undang ini, banyak kritikus pemerintah telah ditangkap dan dipenjarakan. Selain itu, aparat seolah-olah memiliki legitimasi untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas media sosial seseorang dan membekukannya berdasarkan ujaran kebencian. Celah hukum ini membuat masyarakat Indonesia resah dengan kebebasan berekspresi di media sosial.

Data 6 Tagar terkait Protokol Kesehatan dan Vaksinasi

Dalam rentang Januari-Juni 2021, hampir setiap hari tagar terkait protokol kesehatan dan vaksinasi menempati 10 besar trending topik di Twitter Indonesia. Narasi tagar yang muncul disesuaikan dengan kebijakan atau isu pemerintah yang sedang terjadi di masyarakat, seperti #vaksin, #prokes, #Ayovaksin, #5M, #AyotaatiPPKM, dan #Dirumahaja. Tagar ini dimaksudkan untuk mengkampanyekan pentingnya protokol kesehatan dan vaksinasi. Jika kita cermati lebih jauh, tagar ini sering didahului oleh akun pemerintah, tokoh masyarakat, dan tokoh yang dianggap berkompeten untuk berbicara di bidang kesehatan. Munculnya tagar ini secara masif secara konsisten selama berbulan-bulan tidak berdampak signifikan terhadap peningkatan kepatuhan protokol kesehatan dan partisipasi vaksin. Hal ini dikarenakan rata-rata pengguna media sosial Twitter memiliki tingkat pendidikan yang memadai dan telah menentukan sikapnya. Sehingga dapat dikatakan kampanye protokol kesehatan dan himbauan vaksin dengan mobilisasi hastag hanya ramai di media sosial tetapi tidak berpengaruh secara signifikan kepada masyarakat.

Dimensi sosial budaya dalam tagar ini merupakan upaya edukasi dari pemerintah, akademisi, dokter, ahli epidemiologi, tokoh masyarakat, dan masyarakat yang peduli akan pentingnya menegakkan protokol kesehatan dan berpartisipasi dalam vaksinasi. Selain itu, beberapa tokoh politik dan daerah dengan pengikut besar aktif membagikan berbagai informasi perkembangan penyebaran COVID-19 di daerahnya masing-masing. Mereka juga tidak berhenti mengedukasi masyarakat tentang protokol kesehatan dan vaksinasi. Penggalangan opini ini secara efektif mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya COVID-19.

Data 7 #AllEnglandOpen2021UnFair

Bulu tangkis merupakan olahraga paling populer di Indonesia selain sepak bola. Bulu tangkis merupakan satu-satunya cabang olahraga yang secara rutin menyumbangkan prestasi di berbagai ajang internasional. All England adalah salah satu acara paling bergengsi dalam kalender tahunan BWF (Badminton World Federation). Sebuah kejadian tidak menyenangkan terjadi pada tim bulu tangkis Indonesia di ajang All England 2021 dimana tiba-tiba semua atlet asal Indonesia didiskualifikasi dan diharuskan menjalani karantina. Penjelasan dari panitia penyelenggara menyebutkan, ada satu orang yang terkonfirmasi positif corona di dalam pesawat yang digunakan tim Indonesia dari Jakarta – London. Tim Indonesia membela bahwa mereka segera melakukan tes PCR ketika mereka tiba di London, dan ternyata negatif. Namun, BWF dan panitia All England bersikukuh dengan keputusan mendiskualifikasi tim Indonesia.

Drama perseteruan tim Indonesia dengan BWF memicu gelombang protes dari netizen di Indonesia. Mereka secara besar-besaran melancarkan protes dan kekecewaan mereka melalui tagar #AllEnglandOpen2021UnFair. Tagar ini langsung menjadi trending topic di Indonesia, bahkan menduduki peringkat pertama dunia. Tak hanya itu, ulah netizen Indonesia juga berhasil membuat akun Instagram resmi BWF dibekukan akibat pemberitaan yang masif. Bahkan BWF melalui akun media sosialnya sempat mengunggah screenshot ancaman dari Indonesia kepada tim BWF. Tentu saja, tindakan ini memperkuat anggapan bahwa netizen Indonesia tidak etis dan biadab, seperti yang dikatakan Microsoft.

Desakan, kritik, dan protes dari Menteri Olahraga, ketua federasi bulu tangkis Indonesia, dan masyarakat Indonesia akhirnya secara resmi ditanggapi oleh BWF melalui siaran pers di situs resminya. Dalam siaran persnya, BWF meminta maaf kepada masyarakat Indonesia atas kejadian ini. Selain itu, mereka juga bisa memaklumi kekecewaan masyarakat Indonesia karena bulu tangkis bukan hanya olahraga tapi kebanggaan bangsa. Lebih lanjut, mereka menyatakan bahwa keputusan yang diambil adalah demi kepentingan kesehatan dan keselamatan masyarakat yang lebih besar. Dengan senang hati tim Indonesia, Menteri Olahraga,

federasi bulu tangkis, dan masyarakat Indonesia dapat menerima permintaan maaf BWF.

Dimensi sosial budaya dalam tagar ini memanifestasikan kekecewaan, frustrasi, protes kepada BWF dan panitia All England 2021 atas insiden diskualifikasi sepihak kepada tim bulu tangkis Indonesia. Selanjutnya tagar ini berkembang menjadi nasionalisme dimana masyarakat Indonesia mengatakan bahwa BWF dan panitia All England 2021 tidak menghormati Indonesia. Perasaan disakiti sebagai sesama warga membuat tagar ini semakin viral dan dramatis. Atas nama nasionalisme, banyak warganet yang menyerang pribadi, melontarkan kata-kata kasar, merendahkan, dan mengancam hal-hal yang tidak sesuai dengan budaya sopan santun Indonesia.

Data 8 #BTSmeal

Indonesia adalah salah satu fanbase K-Pop terbesar. Menurut data yang dirilis oleh Twitter, sepanjang tahun 2020, terdapat 6,1 miliar tweet tentang K-Pop dari Indonesia. Pengguna Twitter Indonesia banyak membicarakan BTS, Exo, TXT, NCT, dan Stray Kids. BTS sendiri merupakan grup vokal terpopuler di Indonesia. Segala sesuatu yang terjadi pada BTS selalu menarik perhatian netizen Indonesia. Hampir setiap hari, tagar terkait BTS dan personalnya selalu masuk dalam jajaran trending topik twitter Indonesia. Salah satu acara yang menarik minat publik adalah restoran cepat saji McD meluncurkan makanan BTS. Produk ini merupakan hasil kolaborasi antara McD dan BTS. Tidak butuh waktu lama; sebagian besar gerai McD yang menjual produk tersebut langsung ramai dipadati penggemar BTS.

Kehebohan tentang makanan BTS tercermin dari tingginya penggunaan tagar #BTSmeal yang menjadi trending di Twitter selama sehari-hari. Tingginya animo masyarakat terhadap produk ini membuat beberapa gerai McD mengalami penumpukan antrian pengunjung. Hal ini memicu kekhawatiran pemerintah dan masyarakat terhadap lonjakan kasus COVID-19. Untuk mengantisipasi hal tersebut, manajemen McD memutuskan untuk menutup sementara gerai yang menjual produk ini untuk mengurangi penumpukan

pengunjung. Mereka juga meminta maaf secara tertulis karena membuat keributan dan keramaian di masyarakat selama kasus infeksi COVID-19 yang tinggi.

Dimensi sosial budaya dalam tagar ini mencerminkan bagaimana netizen Indonesia, terutama yang masih remaja, sangat menyukai K-Pop, khususnya BTS. Semua yang dilakukan BTS selalu menarik perhatian. Ini karena kekaguman dan keinginan mereka untuk meniru cara hidup dan budaya mereka. Sisi lain dari fenomena ini adalah tingginya infiltrasi budaya asing yang menghipnotis remaja di Indonesia.

Data 9 Tagar terkait Himbauan untuk Tidak Mudik

Mudik merupakan salah satu tradisi besar yang melibatkan berbagai hal di dalamnya. Mudik adalah sebutan untuk pulang ke kampung halaman dari perantauan pada hari raya Idul Fitri. Pemerintah memberlakukan larangan mudik untuk mencegah penyebaran virus covid 19. Namun, pada 2021, Kementerian Perhubungan mencatat 1,5 juta pemudik (Gilang Satria, 2021). Di awal bulan puasa, pemerintah memprediksi pemerintah memprediksi akan ada 18 juta pemudik (Gilang Satria, 2021). Prediksi ini membuat pemerintah dan sebagian besar masyarakat khawatir dengan lonjakan kasus COVID-19 di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah, akademisi, tokoh masyarakat, dan masyarakat gencar mengajak masyarakat untuk tidak mudik demi kesehatan dan keselamatan bersama. Salah satu upaya kampanye tersebut adalah melalui kampanye di media sosial dengan berbagai hastag, seperti #LaranganMudik, #UrungkanNiatMudik, #janganPaksakanMudik, #SilaturahmiOnline2021, dan #SilaturahmiTanpaMudik. Beberapa tokoh masyarakat dan pejabat aktif menyuarakan kampanye ini, antara lain presiden, gubernur, walikota, menteri, dan artis. Upaya ini secara tidak langsung berkontribusi pada penurunan pemudik pada tahun 2021.

Dimensi sosial budaya dalam tagar ini menyangkut pemangku kepentingan dan masyarakat tentang ledakan kasus COVID-19 jika

kegiatan mudik tidak dibatasi atau dilarang. Kekhawatiran ini bukan tanpa dasar; Beberapa hari libur panjang di Indonesia menyebabkan lonjakan kasus Covid 19. Cluster keluarga dan tempat wisata muncul saat ada libur panjang. Narasi-narasi yang dikembangkan dalam edisi ini beragam, seperti larangan, ajakan, dan menebar ketakutan hingga membuat mereka yang ingin pulang mengurungkan niatnya.

Data 10 #Indonesiasaysorryforthailand

Pada 14 April 2021, linimasa Twitter Indonesia dihebohkan dengan tagar #Indonesiasaysorryforthailand. Tagar ini muncul karena adanya insiden komentar beberapa netizen Indonesia pada status media sosial pasangan gay Thailand yang berisi penistaan, hinaan, dan ancaman. Rendahnya tingkat literasi di Indonesia membuat sebagian masyarakat sangat mudah terprovokasi dan reaktif terhadap isu-isu sensitif terkait suku, agama, dan ras tanpa mempertimbangkan berbagai pertimbangan lain seperti perbedaan budaya, cara pandang, dan cara hidup kelompok lain. Perilaku ini tidak hanya merugikan diri sendiri tetapi juga bangsa Indonesia. Tak ingin hubungan dengan Thailand memburuk, netizen Indonesia meramaikan linimasa media sosial dengan tagar #Indonesiasaysorryforthailand sebagai bentuk permintaan maaf kepada pasangan gay dan masyarakat Thailand pada umumnya. Tagar ini mendapat apresiasi dari netizen Thailand dengan memberikan tanggapan positif.

Dimensi sosial budaya dalam tagar ini merupakan upaya menjaga nama baik Indonesia di mata publik Thailand atas kesalahan beberapa warga negara Indonesia. Selain itu, tagar ini juga dimaksudkan untuk menunjukkan kepada Thailand bahwa sikap beberapa individu tersebut tidak mencerminkan atau mewakili penduduk Indonesia secara keseluruhan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa media sosial khususnya Twitter telah menjadi ruang publik baru yang digunakan untuk

berbagai tujuan, termasuk mobilisasi isu. Dengan karakteristik dan fitur yang dimiliki Twitter, dipilih untuk menyuarakan pendapat, kritik, dan memanfaatkan isu untuk tujuan tertentu. Hal ini tercermin dari ramainya twitter sepanjang Januari-Juni 2021. Selama itu, banyak tagar yang viral dan memberikan efek bola salju pada perubahan kebijakan pemerintah. Dari sampel yang diambil dari hastag selama Januari-Juni 2021, 10 sampel aspek sosial budaya dapat dibagi menjadi empat. Pertama, tagar yang bertujuan untuk menyampaikan kritik dan kekecewaan kepada pemerintah dan lembaga lain yang tercermin dalam tagar #thekingoflipservice, #MauKritikTapiTakutUUITE, dan #AllEnglandOpen2021UnFair. Kedua, tagar yang bertujuan untuk memobilisasi isu, wacana, dan kebijakan yang tercermin dari tagar #beranijujurcepat, #TolakJilbabPaksa, #BTSMeal, tagar terkait stay at home, dan dorongan untuk berpartisipasi dalam vaksinasi. Ketiga, tagar yang bertujuan untuk menunjukkan solidaritas dan nasionalisme berafiliasi dengan tagar #savepalestine dan #Indonesiasaysorryforthailand. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia sangat senang berdiskusi, mengemukakan pendapat, dan mengkritik pemerintah. Dari sudut pandang ini, tingkat partisipasi warga dalam demokratisasi sudah cukup memuaskan, meskipun masih banyak ruang untuk perbaikan.

REFERENSI

Andarningtyas, Natisha. 2020. Penggemar K-Pop Indonesia Lima Besar Terbanyak versi Twitter. <https://www.antaraneews.com/berita/1740553/penggemar-k-pop-indonesia-lima-besar-terbanyak-versi-twitter>

Chatherine, Rahel Narda. 2021. Rektor UI Langgar Aturan Rangkap Jabatan, Statuta Direvisi. <https://nasional.kompas.com/read/2021/07/21/08182171/rektor-ui-langgar-aturan-rangkap-jabatan-statuta-direvisi?page=all>.

Dewi Arianti, Rosy. 2021. Jokowi Minta Masyarakat Aktif Beri Kritik, Warganet: Lalu Kena UU ITE. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/09/160000565/jokowi-minta-masyarakat-aktif-beri-kritik-warganet-lalu-kena-uu-ite?page=all>.

Efron, M. (2010). Tagar retrieval in a microblogging environment. In SIGIR 2010 Proceedings - 33rd Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval (pp. 787-788). <https://doi.org/10.1145/1835449.1835616>

Fairclough, Norman. 1995. Critical Discourse Analysis. London: Longman.

Fairclough, N. (2013). Critical discourse analysis. In The Routledge Handbook of Discourse Analysis (pp. 9-20). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9780203809068-8>

Gerrard, Y. (2018). Beyond the tagar: Circumventing content moderation on social media. *New Media and Society*, 20(12), 4492-4511. <https://doi.org/10.1177/1461444818776611>

Goratama Nuswantara, Nikodemus. 2019. VISUALISASI TAGAR DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough). *JURNAL DEKAVE VOL.12, NO.2, 2019*

Karami, A., Lundy, M., Webb, F., & Dwivedi, Y. K. (2020). Twitter and Research: A Systematic Literature Review through Text Mining. *IEEE Access*, 8, 67698-67717. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2983656>

Kurniawan, Frendy. 2018. Perang Tagar Menjelang Pilpres 2019 Sudah Dimulai. <https://tirto.id/perang-tagar-menjelang-pilpres-2019-sudah-dimulai-cPUW>

Kusuma Pertiwi, Wahyunanda. 2021. Polemik "Pasal Karet" UU ITE, dari Permintaan Jokowi hingga Desakan Revisi. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/18/07000017/polemik-pasal-karet-uu-ite-dari-permintaan-jokowi-hingga-desakan-revisi?page=all>.

Mercer, N. (2004). Sociocultural discourse analysis: Analysing classroom talk as a social mode of thinking. *Journal of Applied Linguistics*, 1(2), 137-168. <https://doi.org/10.1558/japl.v1i2.137>

Mulyana, S., & Octavianti, M. (2016). Efektivitas Penggunaan Media dalam Sosialisasi Kebijakan

penanganan Human Trafficking di Kabupaten Indramayu. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi 2016, 107-114.

Mulyo Diharjo, Sumartono. 2020. POLITISI DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL. <http://jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JIK/article/view/260>.

Mustofa, M. (2019). Peran Hastag (#) Dalam Social Media Sebagai Upaya Branding Pustakawan. LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan, 7(1), 19. <https://doi.org/10.21043/libraria.v7i1.4970>

Oktavia Erwanti, Marlinda. 2021. Jokowi Desak PBB Tindak Israel: Indonesia Stand With The People of Palestine. <https://news.detik.com/berita/d-5564827/jokowi-desak-pbb-tindak-israel-indonesia-stand-with-the-people-of-palestine>

Rohmi Aida, Nur. 2021. Poin Lengkap SKB 3 Menteri soal Seragam Sekolah, Aturan hingga Sanksi. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/05/073300165/poin-lengkap-skb-3-menteri-soal-seragam-sekolah-aturan-hingga-sanksi?page=all>.

Sahide, A., Cipto, B., Muti'ah Setiawati, S., & Hadi, S. (2015). The Arab Spring: Membaca Kronologi dan Faktornya Penyebabnya. Jurnal Hubungan Internasional, 4(2), 118-129. <https://doi.org/10.18196/hi.2015.0072.118-129>

Satria, Gilang. 2021. Larangan Mudik 2021 Diklaim Efektif Tekan Jumlah Pemudik. <https://otomotif.kompas.com/read/2021/05/16/112100515/larangan-mudik-2021-diklaim-efektif-tekan-jumlah-pemudik->

Sheany. 2018. 20 Years Since Beginning of Reformasi, How Far Have We Come?. <https://jakartaglobe.id/news/20-years-since-beginning-of-reformasi-how-far-have-we-come/>

Sodikin, A., & Utari, J. J. D. (2020). MOBILISASI EMOSI MENUJU JURANG MOBOKRASI STUDI KASUS KAMPANYE# UnInstallTempo DI TWITTER. JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA, 1(09), 48-59.

VOI. 2020. APJII: The COVID-19 Pandemic Increases Internet Users In Indonesia By Nearly 200 Million. <https://voi.id/en/technology/19331/apjii-the->

[covid-19-pandemic-increases-internet-users-in-indonesia-by-nearly-200-million?_cf_chl captcha tk _=pmd 739a16c061a8a24df7662bbf7de0ad6469310cbc-1628088151-0-gqNtZGzNAzjcnBszQiO.](https://doi.org/10.21043/libraria.v7i1.4970)

Wolf, J. M. (2017). The Multipurpose Tool of Social Media: Applications for Scientists, Science Communicators, and Educators. Clinical Microbiology Newsletter, 39(10), 75-79. <https://doi.org/10.1016/j.clinmicnews.2017.04.003> !

Yogiswara, P. K., Noak, P. A., & Winaya, I. K. (2014). Peranaan e-Government dalam mendukung transparansi dan keterbukaan informasi publik (Studi kasus website resmi Pemerintah Kabupaten Klungkung). Citizen Charter, 1(12), 1-13.

Yuslianson. 2020. Tagar Mati Lampu Trending Topic, Warganet: Kenapa Listrik Padam? . <https://www.liputan6.com/teknologi/read/4029325/tagar-mati-lampu-trending-topic-warganet-kenapa-listrik-padam.2021-08-23>