

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Digital

Komunikasi digital merupakan proses pertukaran pesan melalui saluran berbasis teknologi digital yang memungkinkan interaktivitas, kecepatan, dan integrasi multimodal (Susilo et al., 2025). Komunikasi digital juga dapat dikatakan sebagai *new media*. *New Media* adalah kata yang digunakan untuk mendeskripsikan informasi-informasi berupa konten baik video maupun artikel yang tersedia di berbagai bentuk media komunikasi elektronik melalui teknologi komputer. Pada umumnya *new media* ini menggambarkan informasi-informasi melalui konten video maupun artikel dan jurnal yang diminta di Internet. Konten informasi, hiburan dan lainnya dapat diakses pada perangkat apapun selama terhubung dengan koneksi internet. Pada platform *new media* ini menghadirkan cara bagaimana orang-orang saling berinteraksi secara *real time* dengan menyertakan komentar sebagai bentuk respon mereka terhadap konten tersebut. (Norhabiba & Putri, 2018).

New Media umumnya berbasis pada teknologi komputasi dan bergantung pada perangkat komputer untuk proses distribusinya. Contoh dari media jenis ini meliputi animasi digital, permainan berbasis komputer, antarmuka digital, instalasi interaktif, situs web, serta dunia virtual. Media baru kerap dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi, radio, dan media cetak. Namun, para akademis dalam bidang komunikasi dan media sering mengkritik pembagian yang terlalu kaku antara media baru dan lama. Konten seperti siaran televisi analog, film, majalah, atau buku tidak dianggap sebagai media baru kecuali jika dilengkapi dengan teknologi digital yang memungkinkan interaktivitas atau sifat generatif. Perdebatan dan perkembangan teori mengenai *new media* masih

berlangsung hingga kini, meskipun tidak semua pihak sepakat terhadap perbedaan antara media lama dan baru tersebut. (Norhabiba & Putri, 2018)

Menurut Shilvina Widi dalam media DanaIndonesia.id, peranan *new media* memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sehari-hari, terutama di era globalisasi yang berkembang pesat. Berbagai platform sosial media kini menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas harian masyarakat karena perannya yang mempermudah berbagai kegiatan. Pada tahun 2023, tercatat bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 167 juta orang, angka yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan negara-negara lain di kawasan ASEAN. Fenomena ini turut mendorong penyebaran informasi secara cepat ke berbagai kalangan. (Atmojo & Safara, 2021)

Melihat fenomena ini, penting untuk memperhatikan bagaimana masyarakat dapat menggunakan media sosial secara bijak, khususnya dalam merespons ajakan atau seruan yang berkaitan dengan gerakan aktivisme. Saat ini, berbagai bentuk aktivisme semakin masif disuarakan melalui beragam platform media sosial. Aktivisme digital bukanlah hal baru di Indonesia, sejumlah gerakan yang bermula dari media sosial telah berkembang luas dan mendapatkan perhatian publik, bahkan mampu membawa dampak signifikan di tengah masyarakat.

2.1.1. Media Digital

Menurut Situmorang, *New media* merujuk pada teknologi digital seperti internet yang menyediakan beragam aplikasi, termasuk website, email, blog, jejaring sosial, platform berbagai video, permainan daring, buku elektronik, dan surat kabar digital. Selain teknologi yang terhubung ke internet, perangkat lain seperti DVD, komputer multimedia, ponsel, dan layanan pesan singkat (SMS) juga dikategorikan sebagai media baru. Bahkan, Wikipedia menjadi salah contoh *new media*, yang dimana menjadi situs ensiklopedia daring gratis yang bebas diakses. Tabroni (2012) juga menambahkan bahwa Internet memiliki sejumlah keunggulan,

salah satunya adalah kemampuannya menembus batasan waktu dan ruang, menjadikannya sebagai media global yang sangat memudahkan akses terhadap informasi. Internet juga memberikan ruang bagi individu untuk berkumpul dan berdiskusi secara terbuka, yang dalam beberapa kasus dapat menjadi tantangan bagi rezim otoriter. Selain itu, keunggulan utama internet terletak pada kecepatannya dalam menyebarkan informasi secara luas dalam waktu singkat. (Indrawan, Efriza, & Ilmar, 2020)

Di era perkembangan media yang sangat cepat seperti saat ini, media dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan fungsi dan mekanisme kerjanya. Kategori-kategori ini muncul seiring dengan kemajuan teknologi digital yang mempermudah manusia dalam mengakses informasi, hiburan, pengetahuan, dan berbagai bentuk konten lainnya. Dalam bukunya *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (2018) Asep Syamsul M. Romli menjelaskan bahwa *new media* atau media baru merupakan istilah yang menggambarkan kemampuan untuk mengakses konten kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital, disertai dengan adanya interaktivitas pengguna, partisipasi kreatif, pembentukan komunitas di sekitar konten, serta penyajian informasi secara *real-time*. Dengan demikian, menurut Romli, *new media* tidak hanya bersifat fleksibel, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif pengguna dalam proses komunikasi digital. (Romli, 2018)

Berdasarkan tipologinya, Denis McQuail menjelaskan bahwa media baru (*new media*) dapat diklasifikasikan ke dalam lima jenis berikut:

A. Media Komunikasi Interpersonal

Media jenis ini bersifat personal dan digunakan untuk berkomunikasi secara dua arah dengan cara yang interaktif. Alat-alat dalam kategori ini dirancang khusus untuk

memungkinkan komunikasi langsung antara dua individu, seperti melalui telepon dan layanan pesan singkat (SMS).

B. Media Permainan Interaktif

Menurut Denis McQuail, media permainan interaktif termasuk dalam kelompok *new media* yang mencakup permainan komputer, video game, serta teknologi realitas virtual. Media ini memiliki ciri utama berupa tingkat keterlibatan yang tinggi dan mampu memberikan pengalaman menarik bagi penggunanya. Pada awalnya, permainan digital hanya dapat dimainkan secara individu. Namun, dengan perkembangan media interaktif, kini permainan dapat dinikmati secara berkelompok. Contoh dari media ini antara lain adalah permainan digital, buku digital, dan aplikasi presentasi seperti PowerPoint.

C. Media Pencari Informasi

Jenis media ini digunakan sebagai sarana untuk memperoleh berbagai jenis informasi. Penggunaannya mencakup beragam kalangan, mulai dari siswa hingga para profesional. Bila dimanfaatkan secara maksimal, media ini dapat berfungsi sebagai alat bantu pembelajaran sekaligus menjadi sumber pengetahuan tambahan. Contohnya media dalam kategori ini mencakup televisi, radio, surat kabar, majalah, koran, serta situs web dan aplikasi berbasis internet.

D. Media Partisipasi Kolektif

Media ini menggunakan jaringan internet untuk memungkinkan individu berbagai informasi, ide, pengalaman, serta menjalin interaksi sosial. Keunggulan media ini terletak pada partisipasi masyarakat yang dapat berkembang secara luas. Media ini menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat, pandangan, dan ide terkait berbagai isu. Contohnya adalah berbagai platform media sosial seperti

Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter, TikTok, dan lainnya.

E. Media Penyiaran

Media penyiaran mempermudah pengguna dalam mengakses berbagai konten, seperti film, musik, siaran berita, atau hiburan lainnya. Kehadiran jenis media ini memberikan keuntungan bagi masyarakat, terutama dalam mencari informasi lama atau menikmati konten hiburan secara praktis. Media penyiaran ini dapat diakses dengan perangkat digital, seperti gadget dan komputer. (Putri V. K., 2022)

2.1.2. Fungsi dan Peranan New Media

Lev Manovich, dalam pengantar bukunya yang berjudul *The New Media Reader*, menyatakan bahwa bahwa media baru merupakan objek budaya yang mencerminkan paradigma baru dalam dunia media massa. *New media* ini muncul melalui proses digitalisasi yang didorong oleh kemajuan teknologi komputer serta data digital yang diatur oleh berbagai model aplikasi. Inovasi dalam media ini terlihat dari cara penyebaran informasinya yang mengandalkan jaringan dan sistem perangkat lunak sebagai infrastrukturnya. Manovich juga menekankan bahwa media baru berkaitan dengan objek budaya dan paradigma yang dimungkinkan oleh semua bentuk komputasi, bukan hanya oleh jaringan. Dengan demikian, media baru tidak hanya terbatas pada internet atau jaringan komputer, tetapi mencakup semua bentuk komputasi yang memungkinkan distribusi dan eksibisi objek budaya secara digital. (Fruin & Montfort, 2003)

Selain itu, menurut Lister dalam bukunya "*Media Baru: A Critical Introduction*", menyatakan bahwa "media baru" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perubahan besar dalam produksi media, yang mencakup distribusi media serta

penggunaan media yang bersifat teknologis dan budaya. (Utami , 2021)

Menurut Arifin (2014), lahirnya internet yang dalam bahasa Inggris didefinisikan sebagai global hubungan jaringan. Istilah jaringan sendiri dapat didefinisikan sebagai internasional yang memiliki hubungan satu sama lain. Istilah yang berbeda *frase* "Globalisasi" biasanya mengacu pada istilah "Internasional", yang mengacu pada hubungan antara negara-negara. Salah satu elemen penting dari globalisasi ini adalah internet, yang merupakan bagian penting dari konsep tersebut. Perkembangan teknologi informasi yang pesat. (Indrawan, Efriza, & Ilmar, 2020)

Internet, jika dilihat secara fisik, terdiri dari jejaring laba-laba yang menyelimuti olahraga global. Jejaring terdiri dari titik-titik yang saling berhubungan antara titik demi titik. Sebuah kota digital adalah analogi tambahan dari internet yang luas dan besar. Setiap warga kota memiliki alamat sendiri, di mana alamat ini digunakan untuk berkomunikasi. Selain itu, internet bisa dibandingkan dengan sebuah gedung atau perpustakaan yang menyimpan jumlah besar data (*database*) yang sangat lengkap. Tentu saja, semua contoh ini dalam format digital atau multimedia. (Indrawan, Efriza, & Ilmar, 2020)

Tabroni juga menambahkan, internet memiliki banyak kelebihan, salah satunya adalah bahwa itu hampir tidak memiliki batasan waktu atau ruang. Karena hal tersebut global, menjadikan informasi dapat diakses dengan mudah. Internet juga memberikan ruang bagi individu untuk berkumpul dan berdiskusi secara terbuka, yang dalam beberapa kasus dapat menjadi tantangan bagi rezim otoriter. Selain itu, keunggulan utama internet terletak pada kecepatannya dalam menyebarkan informasi secara luas dalam waktu singkat. (Indrawan, Efriza, & Ilmar, 2020)

Sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa peranan New media itu sendiri sebagai media penghubung antara informan dan penerima Informasi, dengan tujuan sebagai inovasi dalam mempermudah masyarakat untuk menjalin suatu komunikasi ataupun mencari dan menerima suatu informasi. Fungsi dan peran New Media:

1. Media partisipasi kolektif merujuk pada jenis media yang memanfaatkan internet sebagai sarana untuk saling berbagi informasi, pesan, pemikiran, dan pengalaman antar pengguna.
2. Media permainan interaktif merupakan media yang dirancang untuk melibatkan pengguna secara aktif, biasanya melalui perangkat digital seperti permainan komputer atau game digital, yang kemudian dapat dikembangkan dengan elemen visual berbasis realitas.
3. Media Komunikasi Interpersonal yang meliputi telepon, e-mail, ataupun pesan pada media komunikasi lainnya.
4. Sebagai platform yang berfungsi sebagai media utama pengganti penyiaran tradisional, memungkinkan pengguna untuk menerima informasi dan mengakses konten melalui metode distribusi digital yang sepadan.
5. Media Informasi yang digunakan sebagai pusat informasi dan sumber data yang belum pernah atau sulit di akses. (Indrawan, Efriza, & Ilmar, 2020)

2.1.3. Manfaat New Media

Manfaat New media secara global dalam era digitalisasi saat ini sangatlah besar, selain mempermudah menjalin komunikasi antar sesama pengguna fungsi lain dari *new media* ialah mencari segala informasi yang ingin kita cari. Baik informasi berupa berita terbaru maupun berita di beberapa tahun kebelakang, sehingga *new media* ialah membuat pencarian informasi lebih mudah dan cepat, adapun manfaat dan fungsi lainnya seperti:

- a. Inovasi Dalam Kemudahan Menjalin Komunikasi
- b. Sarana Pendidikan
- c. Sebagai Pusat Media Hiburan
- d. Sebagai Platform Tercepat Dalam Mencari Suatu informasi

2.2. Instagram

Instagram sebagai *New media* yang berbasis platform sosial media, diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010. *Programer* sekaligus CEO Mike Krieger dan Kelvin Systrom, mereka berdua merupakan dua tokoh penting dalam berdirinya platform media sosial ini. Pada hari pertamanya Instagram mampu menggaet sekitar 25.000 pengguna. (Siddiqui, 2024)

Hingga Pada tahun 2012 Mark Zuckerberg selaku CEO dari Facebook sekaligus pesaing dari Instagram membeli hak atas kepemilikan nama Instagram, Mark membeli Instagram mengakui atas potensi Instagram sebagai pesaing ketat Facebook dalam beberapa tahun terakhir. Mark membeli Instagram yang dimana saat itu Instagram telah memiliki sekitar 20 juta pengguna setelah perilisannya selama 2 tahun, yang dimana itu menjadikan Instagram sebagai Platform media sosial yang mampu menjadi ancaman bagi Facebook saat itu. Mark memperkirakan bahwa di masa depan Instagram bisa menjadi ancaman apabila platform ini tumbuh dalam skala besar. Mark Zuckerberg akhirnya membeli hak atas kepemilikan Instagram sebesar 500-1 Miliar Dolar AS atau sekitar Rp 8,1 Triliun hingga 16 triliun (dalam kurs dollar Rp 16.200). Sehingga biaya sebesar ini menjadi pertimbangan oleh CEO Instagram saat itu untuk menjual Instagram. (Isaac, 2012)

Hingga akhirnya keputusan tersebut terlaksana pada bulan April 2012, Facebook sah membeli hak kepemilikan Instagram sebesar 1 Miliar Dolar AS dalam bentuk tunai dan saham. Dan Instagram muncul sebagai aplikasi di Android dalam bulan yang sama. Menurut data Statista per tahun 2023, value Instagram sudah menyentuh angka 47,4 miliar dolar AS atau sekitar Rp 771 Triliun.

Menurut Winda Romaboida Situmorang & Hayati (2023), Instagram saat ini merupakan salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan, terutama di kalangan mahasiswa. Dalam studi berjudul “*Peninjauan Pemanfaatan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang dengan Teori Uses and Gratifications*”, ditemukan bahwa sekitar 90,91% mahasiswa aktif menggunakan Instagram. Alasan utama mereka memanfaatkan media sosial antara lain untuk berkomunikasi (94%), mencari informasi (84%), dan berinteraksi (71%). Instagram digemari karena memungkinkan pengguna untuk membagikan konten pribadi dalam bentuk visual, sehingga mirip dengan jurnal harian digital berbasis foto yang dapat dibagikan kapan saja dan di mana saja. Kehadiran Instagram dan platform media sosial lainnya mencerminkan dinamika yang berkembang dari lingkungan lokal masing-masing pengguna. (Situmorang & Hayati, 2023)

Seiring waktu, Instagram terus mengembangkan fiturnya sebagai repons terhadap persaingan dengan platform lain yang juga memperbarui fitur untuk meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan pengguna dalam menemukan konten yang sedang tren. Awalnya hanya berfungsi sebagai media berbagai foto dan cerita singkat, Instagram kini telah memperluas fungsi utamanya, terasuk dengan menambahkan durasi video. Hal ini dipicu oleh munculnya kompetitor seperti TikTok, yang menawarkan waktu tayang video lebih panjang dari 30 detik. Sebagai strategi agar tetap kompetitif dan mempertahankan basis penggunanya, terutama mereka yang mengandalkan konten video. Hal ini membuat instagram memperpanjang durasi video pada fitur *Reels*, dari yang 30 detik hingga 3 menit (Antasari & Pratiwi, 2022). Saat ini banyak fitur yang dapat di akses instagram antara lain:

2.2.1. Profil dan Bio

Instagram baru-baru ini melakukan pembaruan tampilan desain, khususnya pada bagian profil dan bio pengguna. Dalam pembaruan ini, fokus Instagram kini lebih diarahkan pada jumlah

pengikut (*followers*) dan akun yang diikuti (*following*), sementara informasi pada bio dipersingkat. Padahal sebelumnya, bagian bio menjadi elemen utama dalam tampilan profil. Kini, pengguna justru dimudahkan dengan desain bio yang lebih ringkas serta kemampuan untuk menyimpan berbagai tautan dari platform media sosial lainnya secara lebih praktis.

2.2.2. Instagram Direct

Instagram Direct atau orang biasa menyebutnya dengan DM adalah fitur dari Instagram untuk berkirim atau bertukar pesan dalam aplikasi, untuk pengguna dapat mengakses *instagram direct* untuk bertukar pesan, foto *share* postingan, dan cerita secara pribadi dengan satu atau kepada beberapa orang.

2.2.3. Reels

Reels adalah salah satu fitur terbaru instagram untuk berbagi video dalam durasi yang cukup lama, meskipun tergolong pendek dengan orientasi vertikal dengan durasi maksimal saat ini ialah 3 menit yang dapat di edit untuk menambah filter, *music* atau teks sebelum di upload ke instagram. Saat ini *reels* menjadi salah satu media bagi para konten kreator dan pengguna untuk mengupload konten mereka pada fitur *reels* ini pada instagram selain durasi yang sudah lama video menjadi salah satu cara mudah untuk mengekspresikan dan menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh konten kreator atau pengguna kepada *audience* mereka.

2.2.4. Post Instagram

Post ialah fitur dimana konten kreator atau pengguna instagram dapat mengupload konten berupa foto dan video singkat mereka kepada publik atau pengikut mereka. Namun biasanya untuk saat ini biasanya *Instagram post* hanya digunakan untuk mengupload foto saja sebab bila digunakan untuk mengupload video hanya berdurasi 15 detik–30 detik dan video akan

terpotong. Jadi biasanya pengguna atau konten kreator mengupload vidio akan dilakukan pada fitur *reels* sedangkan untuk foto para pengguna akan tetap untuk mengupload pada *Instagram Post*. Pada instagram post juga saat ini memiliki beberapa fitur tambahan antara lain bisa memberikan musik atau suara pada foto, memberikan filter tambahan dari instagram, dapat menandai orang dalam postingan, dapat memberi titik koordinat lokasi sebagai bentuk pengenalan atau pemberitahuan lokasi.

2.2.5. Story

Story adalah fitur dimana pengguna dapat membagikan cerita keseharian mereka berupa foto atau vidio namun hanya dapat dilihat dalam kurun waktu 1 Hari saja atau selama kurang lebih 24 jam kecuali pengguna menghapus story kurang dari waktu tersebut. *Story* sendiri dapat dilihatkan kepada seluruh orang ataupun hanya kepada beberapa teman dekat yang dimasukkan kedalam kategori orang yang dapat melihatnya. Didalam *story* juga pengguna dapat menggunakan beberapa fitur tambahan antara lain yakni fitur filter, teks, dan paling baru ialah menambahkan musik atau suara. Musik atau suara saat ini dilengkapi dengan fitur lirik yang dimana bila pengguna ingin menggunakan fitur lirik bisa menambahkannya ke dalam *story* agar makna lagu dapat tersampaikan.

2.2.6. Sorotan

Sorotan adalah fitur yang bisa di akses pada Instagram dan dapat diperlihatkan pada profil pengguna, sorotan ialah menambahkan foto atau vidio hasil *story* dalam beberapa waktu belakang dan mengkategorikannya. Biasanya pengguna menggunakan fitur ini untuk membagikan kenangan kenangan spesial mereka hanya saja berbeda dengan sistem *post* jadi pada fitur Sorotan tidak akan membuat tata letak *Instagram Post* tercampur. Sehingga Sorotan menjadi fitur yang cocok untuk pengguna bila ingin mengupload dan mengabadikan suatu momen

spesial dan mengkategorikannya sehingga tidak mengganggu tampilan atau membuat profil instagram ramai malah sebaliknya fitur ini membantu pengguna untuk merapihkan tata letak akun mereka dan menggolongkannya.

2.2.7. Threads

Fitur instagram paling baru ialah *Threads*, *threads* sendiri ialah aplikasi sekaligus fitur baru yang di kembangkan instagram untuk mengirim pesan instan sesuai dengan keadaan yang ingin di sampaikan pengguna, biasanya pengguna menggunakan *threads* untuk mengabadikan situasi mereka dan perasaan mereka saat itu dalam bentuk pesan atau teks ataupun dalam bentuk dan vidio singkat. Fitur ini dirancang untuk berinteraksi dengan daftar tema dekat pengguna itu sendiri, aplikasi ini kurang lebih seperti media sosial pesaing instagram yaitu twitter yang saat ini berganti nama menjadi “X”, yang dimana manfaat dan kegunaannya hampir sama persis yaitu untuk mengabadikan situasi dan perasaan mereka saat itu melalui pesan teks atau foto dan vidio singkat.

2.3. Instagram Sebagai New Media

Seperti data di atas Instagram dapat digolongkan terhadap new media dengan jenis media kolektif, Media informasi, ataupun media penyiaran sesuai dengan kebutuhan atau tujuan dari pengguna. Dalam konteks ini, Instagram dikategorikan sebagai jenis new media yang termasuk dalam media partisipasi kolektif dan media informasi. Hal ini karena Instagram memainkan peran penting dalam menyebarkan serta bertukar informasi, ide, pandangan, pengalaman, dan membangun hubungan antarindividu. Keunggulan utama dari jenis media ini terletak pada kemampuan masyarakat untuk terlibat secara aktif, di mana partisipasi tersebut dapat terus berkembang seiring waktu. Pada dasarnya, platform ini menjadi ruang publik digital bagi masyarakat untuk

menyampaikan opini dan pemikiran mereka terkait berbagai isu, kejadian, maupun persoalan sosial.

Instagram digunakan sebagai *New media* yang berperan dalam mengedukasi dan memberi informasi terhadap masyarakat utamanya seperti penjelasan di atas ialah menyuarakan pemikiran mengenai suatu isu, contohnya seperti Gerakan aktivisme.

2.4. Twitter Sebagai New Media

Selain Instagram ada Twitter sebagai *New media* yang memberikan dampak besar terhadap perkembangan aksi kamisan. Dalam Twitter sebagai platform new media yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan singkat yang di kenal sebagai “*Tweet*” merupakan salah satu platform *new media* yang paling sering digunakan.

Di Twitter sering terjadi komunikasi massa dan komunikasi pribadi, di platform Twitter Aksi Kamisan sendiri di @AksiKamisan berperan sama seperti Instagram. Selain menjadi media Kolektif informasi dan berperan besar dalam menyampaikan informasi dan bertukar ide, di Twitter yang merupakan pesan singkat dan merupakan New media yang memiliki pengguna yang lebih aktif untuk berargumentasi dalam berbagai postingan menjadikan Twitter memberikan ruang berdiskusi lebih transparan dan memberikan ruang lebih luas untuk mengutarakan gagasan mereka.

Di Twitter juga sering mengupload ulang gagasan pengguna lain (*Retweet*) yang memberikan tanggapan mereka terhadap Aksi Kamisan sehingga utamanya para artis ataupun kelompok media lain sehingga menjadikan ruang diskusi publik benar benar hidup dan menciptakan suasana diskusi publik yang interaktif dari segala golongan.

New media lainnya ialah Youtube, meskipun Aksi Kamisan tidak memiliki akun Youtube namun disini segala akun yang memposting atau membahas soal Aksi Kamisan selalu memberikan dampak yang sama

dengan platform *New Media* Twitter dan Instagram dimana di kolom komentar konten itu memberikan sajian diskusi terbuka dengan berbagai kalangan lapisan masyarakat yang mengikuti diskusi tersebut baik dari tokoh masyarakat mahasiswa dan lain sebagainya, sehingga kembali lagi menghasilkan diskusi publik yang transparan.

2.5. Gerakan Aktivisme

Gerakan Aktivisme adalah suatu gerakan yang dilakukan sekelompok yang terdiri dari berbagai individu dengan memiliki latar belakang atau permasalahan yang sama untuk melakukan gerakan bersama untuk menuntut agar mendapat hak hak yang tidak di dapat oleh mereka. Aktivisme sendiri memiliki tujuan untuk mendapatkan hak kembali para korban, mengingatkan masyarakat dan mewujudkan hak-hak yang dirasa belum didapat oleh para korban. Gerakan sosial ini juga ditujukan untuk mengingat kembali dan mengembalikan semangat demi kebaikan bersama. (Putra A. M., 2020)

Sebagian besar gerakan aktivisme dilakukan karena terjadinya ketidakselarasan tujuan dalam sistem politik sehingga hal ini dilakukan untuk merubah sistem politik beserta institusinya yang dinilai tidak mampu atau tidak sejalan dengan tujuan bersama. Namun gerakan aktivisme juga banyak terjadi dengan isu-isu lain, isui-isu sosial seperti lingkungan dan hak asasi Manusia.

2.5.1. Bentuk dan Karakter Aktivisme

Dalam tipologi David Ablerle, sebagaimana dikutip dari Tribowo (2006), gerakan sosial terbagi menjadi empat tipe bentuk aktivisme dan karakteristiknya, dari sekian banyak gerakan aktivisme perlu diketahui memiliki berbagai karakteristik, berdasarkan perubahan sosial yang terjadi dan dikehendaki beberapa tipe tersebut adalah (Tribowo, 2006):

A. Gerakan Alternative (*Alternative Movements*)

Gerakan ini biasanya berfokus pada perubahan spesifik atau perbaikan diri yang terbatas pada keyakinan dan perilaku suatu individu, gerakan gerakan ini biasanya seperti Gerakan *Alcoholics Anonymous* Indonesia yaitu suatu persekutuan bantuan timbal balik agar seorang pecandu alkohol bisa sembuh. Perkumpulan ini menawarkan bantuan kepada para pecandu agar bisa berhenti dengan hubungan timbal balik. Gerakan ini sudah ada hampir di seluruh negara di dunia. Selain itu juga ada gerakan serupa seperti *Mothers Against Drunk Driving* (MADD), dan *Planned Parenthood* (Tribowo, 2006). Karakteristik dari aktivisme ini meliputi hal berikut:

1. Edukasi

Para penggagas aktivisme ini bergerak dan mendorong masyarakat dengan visi misi yang mereka bawakan agar mampu menarik simpati dan memuat masyarakat ikut bergabung dengan gerakan aktivis yang mereka buat. Gerakan seperti Gerakan *Alcoholics Anonymous* Indonesia mengajak para pecandu alkohol agar berhenti dengan menawarkan bantuan kepada para pecandu alkohol dengan memberikan Edukasi dan pengertian akan dampak buruk alkohol sehingga menimbulkan kesadaran diri bagi para pecandu.

2. Slogan

Slogan atau Kata kata singkat yang menjadi ciri suatu organisasi atau Kelompok yang memiliki suatu ikatan berperan sangat penting dalam memberikan bentuk wujud nyata aksi mereka dalam suatu hubungan dengan masyarakat. Pada contohnya Slogan berperan dalam gerakan sekaligus tujuan yang sering mereka suarakan di berbagai kelompok *Alcoholics Anonymous*

ialah *"to stay sober and help other alcoholics to achieve sobriety"*. Dengan slogan ini terbukti pada 2001 saja sudah ada 100.000 kelompok di dunia dengan kurang lebih 2 juta anggota.

3. Organisasi dan mobilisasi

Hal ini terjadi di segala kegiatan baik aktivitas *offline* dan *online*, pada gerakan aktivisme secara langsung atau *offline* organisasi dan kelompok akan langsung terjun di lokasi dimana biasanya mereka melakukan agenda rutin pada setiap kegiatannya guna menarik perhatian dan mengedukasi masyarakat yang menjadi tujuan mereka. Sedangkan, pada gerakan *online* atau platform media online mereka juga akan selalu aktif dan memberikan edukasi serta mempublikasikan agenda rutin mereka untuk tujuan informatif dan edukasi bagi masyarakat. Sehingga pada hal ini mereka dapat memanfaatkan dua cara sekaligus untuk memberikan edukasi dan informasi pada masyarakat.

B. Gerakan Penebusan (*Redemptive Movements*)

Gerakan penebusan biasanya di sebut oleh kebanyakan orang dengan sebutan gerakan agama, ras, paham, latar belakang dan lainnya. Gerakan ini adalah gerakan “mencari makna” yang berfokus pada segmen suatu populasi tertentu, yang dimana tujuannya adalah untuk memicu suatu perubahan batin dan menghasilkan perubahan rohani, sikap, pemahaman, dan lainnya pada individu tersebut. Beberapa sakte termasuk dalam kategori ini. Salah satu contoh gerakan Ilegal yang dikarenakan merupakan gerakan extrime dan bersifat rasisme ialah *Ku Klux Klan* yang merupakan gerakan anti Kulit hitam

(Tribowo, 2006). Karakteristik dari Aktivisme ini meliputi hal berikut:

1. Organisasi dan Mobilitas

Organisasi atau gerakan ini biasanya bersifat lebih tertutup dan mobilitasnya terbatas dan bergerak secara tertutup dan tersembunyi, namun apabila gerakan mereka sudah besar mereka akan perlahan menampakkan diri mereka. Hal ini disebabkan biasanya karena gerakan ini bersifat ekstrim dan biasanya anggotanya merupakan suatu kesatuan jenis baik meliputi ras, agama, kesamaan pemahaman, latar belakang dan lainnya. Pada contohnya *Ku Klux Klan* ialah memiliki kesamaan ras yaitu ras kulit putih (yang mereka rasa kulit putih adalah ras terbaik).

2. Edukasi

Bagaimana cara mereka mengedukasi dan mendoktrin masyarakat khususnya orang tertentu adalah mendoktrin secara ekstrim pemahaman yang bersifat kebencian dan gerakan paham ekstrim lainnya yang membuat mereka kuatkan agar para anggota memiliki ideologi yang kuat dan rasa cinta berlebih pada gerakan ini.

3. Slogan

Slogan yang mereka buat biasanya tidak jauh dari kata kata ekstrim yang merujuk pada rasisme, kebencian dan hal hal buruk lainnya, yang berisi ajakan untuk membenci suatu hal.

4. Komunikasi Rahasia

Pada organisasi tertentu terutama untuk organisasi yang merupakan gerakan ilegal seperti contohnya KKK (*Ku Klux Klan*) sangat penting adanya

komunikasi rahasia atau internal kepada sesama anggota, agar mereka dapat menjaga pergerakan dan kegiatan mereka. Biasa rahasia yang mereka gunakan seperti “*AYAK*” atau singkatan dari (*Are you a Klasman?*) untuk secara rahasia memperkenalkan diri atau menanyakan kepada anggota lainnya, dan biasanya dijawab menggunakan “*AKIA*” (*A Klasman I Am*).

C. Gerakan Sosial Reformatif (*Reformative Movements*)

Gerakan ini biasanya berupaya mengubah suatu spesifik dalam struktur sosial. Mereka melakukan gerakan ini biasanya karena menginginkan perubahan yang lebih terbatas, namun perubahan tersebut menysasar ke seluruh lapisan masyarakat. Contoh dari Gerakan ini antara lain Gerakan Lingkungan Hidup, Gerakan Hak Perempuan, Atau Gerakan “Hari Beli Apa Pun” yang merupakan gerakan *kontemporer*, Gerakan ini merupakan bentuk gerakan yang memprotes maraknya tindakan konsumtif *Black Friday*, Gerakan ini adalah contoh Gerakan Reformatif (Tribowo, 2006). Karakteristik dari Aktivisme ini meliputi hal berikut:

1. Organisasi dan Mobilitas

Organisasi atau gerakan bersifat terbuka dan dilakukan seperti beberapa jenis Organisasi lainnya yang dilakukan secara *offline* dan *online*, baik dari kegiatan *offline* mereka biasanya mengadakan agenda kegiatan gerakan ini pada tempat yang biasa mereka lakukan serta biasanya pada acara-acara besar tertentu yang berhubungan. Pada platform online seperti media massa dan sosial media mereka juga aktif untk mengedukasi dan memberi informasi terkait dengan

visi misi yang mereka suarakan guna menuntut hak yang mereka rasa belum didapatkan.

2. Edukasi

Para penggagas aktivisme ini bergerak dan mendorong masyarakat dengan visi misi yang mereka bawakan agar mampu menarik simpati dan memuat masyarakat ikut bergabung dengan gerakan aktivis yang mereka buat. Namun beberapa gerakan aktivisme ini memiliki jenis komunikasi yang berbeda mereka, seperti gerakan *Black Friday* mereka menggunakan beberapa jenis kata kata yang berbaur sarkas untuk mengingatkan bahwa masyarakat sering menghabiskan uang mereka untuk beberapa barang yang tidak dibutuhkan, sehingga memberikan dampak buruk atas kegiatan konsumtif mereka yang berlebihan.

3. Slogan

Slogan atau kata-kata singkat yang menjadi ciri suatu organisasi atau kelompok yang memiliki suatu ikatan berperan sangat penting dalam memberikan bentuk wujud nyata aksi mereka dalam suatu hubungan dengan masyarakat. Pada contohnya slogan berperan dalam gerakan sekaligus tujuan yang sering mereka suarakan di berbagai kelompok pada contoh gerakan *Black Friday* yang sering mereka pakai ialah slogan seperti "*Shop till u drop*", "*Grab the deals before they're gone*" dan slogan lainnya yang bersifat terlihat mengajak masyarakat dan anggotanya untuk menghabiskan uang mereka padahal slogan ini bersifat kebalikannya. Slogan tersebut justru bersifat sarkas untuk masyarakat dan menyindir mereka secara terang terangan untuk mereka yang gemar menghabiskan uang

dan konsumtif yang berlebih untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan. (Putri I. R., 2022)

D. Gerakan Revolusioner (*Transformative Movements*)

Gerakan Revolusioner adalah gerakan yang berupaya mengubah seluruh aspek masyarakat baik dari segi pola pikir tindakan dan lain sebagainya. Tujuan dari gerakan ini adalah mengubah tindakan dan pola pikir masyarakat secara dramatis. Contohnya ialah gerakan hak sipil, gerakan politik atau gerakan seperti dorongan terhadap Komunisme. Perlu diketahui gerakan ini ada yang bersifat legal dan ilegal, namun dalam beberapa negara gerakan yang bersifat ilegal di negara ini justru bersifat legal sehingga legal atau tidaknya bersifat tak tentu pada setiap negara yang memiliki jenis ideologi berbeda atau alasan lainnya (Tribowo, 2006). Karakteristik dari Aktivisme ini meliputi hal berikut:

1. Organisasi dan Mobilitas

Organisasi atau gerakan ini ada yang bersifat terbuka dan tertutup sebab ada beberapa gerakan revolusioner yang bersifat separatis dan teroris contohnya seperti Gerakan Teroris atau gerakan guna melepaskan daerah mereka dari suatu negara. Untuk gerakan yang legal seperti gerakan politik biasanya mereka sama seperti beberapa gerakan legal dan organisasi lainnya yang aktif pada media online dan platform digital serta selalu mengadakan agenda kegiatan mereka di tempat biasanya. Sedangkan bila gerakan ilegal

2. Edukasi

Bila gerakan ini bersifat legal maka edukasi organisasi atau gerakan bersifat terbuka dan dilakukan

seperti beberapa jenis dilakukan secara offline dan online, baik dari kegiatan offline mereka biasanya mengadakan agenda kegiatan gerakan ini pada tempat yang biasa mereka lakukan serta biasanya pada acara-acara besar tertentu yang berhubungan. Pada platform online seperti media massa dan sosial media mereka juga aktif untuk mendukung dan memberi informasi terkait dengan visi misi yang mereka suarakan guna menuntut hak yang mereka rasa belum didapatkan.

Lalu apabila gerakan ini bersifat ilegal, *extreme* dan separatis sampai yang bersifat teroris maka cara mereka mendukung dan mendoktrin masyarakat khususnya orang tertentu adalah mendoktrin secara ekstrim pemahaman yang bersifat kebencian dan gerakan paham ekstrim lainnya yang membuat mereka kuatkan agar para anggota memiliki ideologi yang kuat dan rasa cinta berlebih pada gerakan ini.

3. Slogan

Slogan atau Kata kata singkat yang menjadi ciri suatu organisasi atau Kelompok yang memiliki suatu ikatan berperan sangat penting dalam memberikan bentuk wujud nyata aksi mereka dalam suatu hubungan dengan masyarakat. Pada contohnya Slogan pada kelompok aktivis legal yang sangat berperan dalam gerakan sekaligus tujuan yang sering mereka suarakan di berbagai kelompok pada contoh gerakan politik ialah seperti “Anti Golput” dan lainnya.

Sedangkan pada gerakan kelompok ilegal dan separatis, slogan yang digunakan oleh kelompok tersebut tidak jauh akan memiliki unsur untuk menguatkan dan membuat suatu paham atau ideologi

tersebut memiliki keinginan kuat untuk terus tumbuh dan berkembang, contohnya seperti *“Politik Para pekerja seluruh dunia, bersatulah! (bahasa Jerman: Proletarier aller Länder vereinigt Euch, secara harfiah: Kaum proletar dari semua negara, bersatu!)”* adalah salah satu slogan perjuangan paling terkenal dari komunisme, ditemukan dalam Manifesto Komunis (1848), oleh Karl Marx dan Friedrich Engels.

Sehingga di zaman ini, dimana ada banyak gerakan gerakan sosial serta zaman yang semakin maju. Peranan media sosial sudah tidak bisa lepas dari kegiatan manusia sehari hari. Terutama dalam gerakan aktivisme tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga di lakukan melalui berbagai gerakan gerakan di berbagai platform media sosial. (Putri I. R., 2022)

Dengan adanya berbagai platform media sosial memudahkan masyarakat untuk menyuarakan hal hal dan isu isu yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasa tidak mereka dapatkan.

2.6. Manfaat New Media Gerakan Aktivisme

Kemajuan teknologi digital dalam peralihan dari media konvensional ke media modern saat ini telah membuka peluang terciptanya ruang interaksi secara digital. Ruang ini memungkinkan setiap individu untuk menjalin hubungan serta berkontribusi dalam sebuah komunitas atau organisasi berbasis virtual untuk menjalin hubungan serta berkontribusi dalam sebuah komunitas atau organisasi berbasis virtual, yang terbentuk karena adanya kesamaan minat, ketertarikan, atau tujuan tertentu, termasuk dalam konteks gerakan sosial. Menurut Nasrullah (2013), Komunitas virtual merujuk pada kelompok sosial yang terbentuk

di ruang digital, di mana anggotanya berinteraksi dan menjalin hubungan melalui perangkat komputer yang terhubung ke internet, didorong oleh kesamaan minat atau tujuan bersama. (Nanda B & Destiwati, 2018)

Situasi ini dimanfaatkan oleh berbagai kelompok untuk membentuk komunitas virtual sebagai sarana dalam menyampaikan ide-ide mereka agar dapat dengan mudah dibagikan, dibahas bersama, menginisiasi aksi kolektif, hingga menciptakan opini publik yang mendorong perubahan sosial. Munculnya berbagai komunitas virtual ini menunjukkan sebuah tren di mana manusia semakin aktif melakukan aktivitas secara bersama-sama di ruang digital. (Putri I. R., 2022)

Dapat kita lihat dari Platform New Media instagram. Berbagai akun dengan jenis Gerakan Aktivisme sangat mudah untuk kita temui, hal ini membuktikan bahwa Instagram sebagai salah satu *new media* memiliki manfaat dan pengaruh yang sangat besar dalam perkembangan gerakan aktivis tersebut. Publikasi dari berbagai akun aktivisme terbilang sangat aktif dan mendapat respon yang sangat banyak terhadap isu-isu yang dibahas dalam akun gerakan aktivisme tersebut.

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa manfaat Instagram sebagai *new media* dalam berbagai bidang gerakan aktivisme sangatlah besar, terbebas sebagai media paling berperan penting dalam penyampaian informasi, instagram sangat berperan penting dalam peran pembentukan sebuah komunitas Virtual, terutama Komunitas virtual dalam pergerakan Aktivisme.

2.7. Peran New Media Terhadap Aksi Kamisan

Pada New Media Aksi Kamisan yang dapat di akses dengan nama @aksikamisan dapat dilihat bahwa dari tahu ketahun pengunjung dan pengikut Aksi Kamisan sangat meningkat pesan hal ini tidak lepas dari kerja keras Gerakan Aksi Kamisan dalam setiap Aksi mereka untuk selalu mendokumentasikan dan menyampaikan dokumentasi secara informatif

menarik dan mudah di mengerti sehingga mampu menarik masyarakat untuk peduli dan tertarik terhadap isu yang di angkat oleh Aksi Kamisan.

Selama 17 tahun Aksi Kamisan menjadi aksi besar saat ini dan menjadi aksi yang memiliki rutinitas setiap minggunya pada hari kamis pada pukul 16.00 WIB, di depan istana Presiden. Menurut Andalas (2017), menyatakan bahwa aksi tersebut dilakukan dengan berdiri secara diam di depan Istana Negara sambil menyerahkan petisi kepada Presiden Indonesia sebagai bentuk desakan untuk menyelesaikan berbagai tragedi kemanusiaan. Inisiatif ini digagas oleh Jaringan Solidaritas Korban untuk keadilan dan terinspirasi dari aksi serupa di Plaza de Mayo, Argentina, yang dipelopori oleh sekelompok ibu-ibu sebagai bentuk perlawanan terhadap rezim kekerasan. Peran tradisional perempuan yang biasanya berada di ranah domestik mulai bergeser ke ranah publik dan politik. Para ibu tersebut meyakini bahwa pelanggaran hak asasi manusia telah memecah belah masyarakat, sehingga mereka merasa perlu untuk bersuara dan menuntut keadilan. (Andini, Fadiyah, & Nugroho, 2024)

New Media berperan penting dalam penyampaian informasi baik dari penyampaian informasi apa itu kamisan ataupun Jadwal pelaksanaan Aksi Kamisan di setiap minggunya. Dalam instagram Aksi Kamisan, gerakan tersebut menyampaikan informasi yang khas pada setiap konten mereka. Dari segi narasi mereka selalu memberikan selipan selipan kritikan terhadap pemerintah dan foto payung hitam atau foto orang dengan baju hitam yang sekaligus menjadi lambang dan ciri dari Aksi kamisan itu sendiri.

Sedangkan pada Vidio dokumentasi Aksi Kamisan mereka selalu mendokumentasikan agenda mereka setiap kamisnya dengan baik, dari agenda kegiatan, narasumber dan proses bagaimana proses aspirasi aksi tersebut berlangsung secara damai di setiap minggunya. Hal ini menjadikan audience, terutama *audience* yang belum mengetahui Aksi Kamisan itu apa menjadi tertarik terhadap konten yang disajikan. Apalagi Dokumentasi terhadap aksi yang berjalan damai dan informatif menjadi

daya tarik terhadap penyajian konten ini terhadap masyarakat awam, yang pada umumnya memiliki gambaran apabila ada kegiatan aksi yang diadakan biasanya berjalan ricuh dan penuh dengan bentrok dari pihak aktivis dan aparat.

Pada setiap postingannya juga *caption* yang di tuliskan juga menjelaskan dengan rinci apa saja permasalahan yang di bahas, serta dalam dokumentasi tersebut konteks-konteks permasalahan apa saja yang di sampaikan. Dari sini lahir beberapa slogan yang sangat melekat terhadap Aksi Kamisan seperti “Hidup Korban!Jangan Diam!Lawan”, “Tegakkan Hukum Lawan, Lawan Impunitas”, “Usut Tuntas”, “Saya Wawan” dan lain sebagainya. Slogan slogan ini hadir dari banyaknya permasalahan HAM yang di angkat, sehingga sangat melekat dengan isu sosial yang sampai saat ini belum menemui titik terang. Dari kekonsistenan Instagram Aksi Kamisan mengangkat isu-isu yang selama ini belum menemui titik terang menjadikan munculnya komunitas virtual yang terbentuk di dunia *cyber* dan menciptakan sebuah realitas baru yaitu realitas dunia maya. Karena didasari oleh banyaknya persamaan dan melakukan interaksi yang intens. (Putri I. R., 2022)

2.8. Teori *Agenda Setting*

Teori *agenda setting* merupakan bahwa media massa berperan sebagai penentu arah kebenaran dengan kemampuannya menyampaikan dua unsur utama, yaitu informasi dan kesadaran, kepada masyarakat, sehingga media dapat mengarahkan perhatian publik pada isu-isu yang dianggap penting. Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw berpendapat bahwa media massa mampu memindahkan tingkat penonjolan suatu isu dalam agenda pemberitaan ke dalam agenda publik. Sedangkan menurut Bernard C. Cohen, teori *agenda setting* menyatakan bahwa media massa berperan sebagai pusat penentu arah kebenaran dengan kemampuannya mentransfer dua unsur, yaitu informasi dan kesadaran, ke dalam agenda publik, sehingga perhatian dan kesadaran

masyarakat diarahkan pada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi masyarakat sehingga membentuk pola pikir khalayak yang menerima dan mempercayai informasi yang disampaikan (Ritonga, 2018).

Teori ini menegaskan bahwa media tidak berperan mengarahkan cara berpikir masyarakat secara langsung, tetapi lebih pada menentukan isu-isu yang dipandang penting untuk diperhatikan oleh khalayak. Dengan demikian, media bertindak sebagai penyaring realitas sosial yang menyeleksi serta menonjolkan isu tertentu agar memperoleh perhatian publik yang lebih luas. Seiring perkembangannya, teori *agenda setting* tidak hanya menyoroti penentuan isu yang dianggap penting, tetapi juga karakteristik atau atribut dari isu tersebut. Konsep ini dikenal sebagai *second-level agenda setting* atau *attribute agenda setting*, yaitu ketika media berperan dalam memengaruhi cara publik memahami suatu isu. Melalui pemilihan kata, sudut pandang, dan konteks pemberitaan, media dapat membentuk citra, penilaian, serta penekanan tertentu terhadap isu yang disampaikan (McCombs & Shaw, 1972).

Menurut Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw terdapat tingkatan agenda setting yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1) *First-Level Agenda Setting*

Tingkatan pertama dalam teori agenda setting menitikberatkan pada penentuan isu yang dipersepsikan penting oleh masyarakat. Media memengaruhi persepsi tersebut melalui tingkat intensitas dan frekuensi penyajian isu. Semakin sering suatu isu disajikan, semakin besar pula perhatian publik terhadapnya. Pada tahap ini, media tidak secara langsung membentuk opini atau sikap, tetapi berperan dalam menetapkan prioritas isu dalam kesadaran publik (McCombs & Shaw, 1972).

2) *Second-Level Agenda Setting*

Second-level agenda setting berhubungan dengan cara publik memaknai suatu isu. Pada tingkat ini, media tidak sekadar menentukan isu yang dianggap penting, tetapi juga menekankan aspek atau atribut tertentu dari isu tersebut. Atribut tersebut dapat mencakup sudut pandang, karakteristik, nilai moral, maupun penilaian khusus yang dilekatkan pada isu (McCombs, 2004).

- **Relevansi dalam Penelitian Skripsi**

Teori *agenda setting* dinilai relevan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan peran Instagram dan Twitter dalam membentuk perhatian serta kesadaran publik terhadap isu tragedi Semanggi dan pelanggaran hak asasi manusia. Melalui unggahan, penggunaan tagar, dan pengulangan pesan oleh aktivisme Kamisan, media sosial sangat berperan dalam menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat digital. Hal ini sejalan dengan konsep *first-level agenda setting* yang menekankan pembentukan prioritas isu dalam kesadaran publik.

Selain itu, relevansi teori agenda setting juga dapat dilihat dari kemampuannya dalam menjelaskan tidak hanya penonjolan isu, tetapi juga proses pemaknaan isu oleh publik. Dalam kerangka *second-level agenda setting*, Instagram dan Twitter menjadi sarana bagi aktivisme Kamisan untuk mengemas tragedi Semanggi sebagai pelanggaran HAM berat yang belum terselesaikan melalui pemilihan visual dan narasi historis. Dengan demikian, teori agenda setting memberikan landasan teoretis yang tepat untuk menganalisis peran media sosial dalam mengarahkan perhatian dan pemahaman publik terhadap isu pelanggaran HAM yang diangkat dalam penelitian ini.

2.9. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya digunakan sebagai acuan dan referensi untuk memudahkan dan membantu peneliti dalam membuat penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2022) dengan judul penelitian “Aktivisme Digital dan Pemanfaatan Media Baru Sebagai Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat atau Isu Lingkungan” menemukan bahwa peran teknologi internet dapat melahirkan gerakan sosial dengan konektivitas digital dan dimanfaatkan oleh sebuah platform aktivis yaitu *saling.id* untuk mewujudkan menjadi gerakan nyata seperti kampanye seputar isu lingkungan pada media online ataupun langsung terjun ke lokasi yang mengalami atau dilanda isu lingkungan tersebut. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Tazrin et al., (2024) dengan judul penelitian “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam meningkatkan Kecerdasan Emosional Remaja Kota Banda Aceh” memperoleh hasil bahwa peranan instagram sebagai bentuk new media dalam membantu meningkatkan kecerdasan emosional pada remaja benar terjadi yakni remaja dapat mengenali peningkatan kecerdasan emosional berdasarkan berbagai macam indikator seperti kesadaran diri, motivasi, pengaturan diri, empati, keterampilan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati et al., (2025) yang berjudul “Suara Pemuda : Peran Media dan Teknologi Instagram bagi Komunitas Amnesty dalam Menyuarakan Hak Asasi Manusia di Universitas Jember” menghasilkan bahwa pemuda kampus tidak hanya menjadi objek perubahan, tetapi juga subjek aktif dalam menciptakan perubahan sosial sehingga ruang suara yang mereka bangun melalui Instagram menjadi fondasi penting bagi lahirnya budaya kampus yang lebih inklusif, sadar hak, dan demokratis.. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Syahda et al., (2024) dengan judul “Peran dan Dampak Aksi Kamisan dalam Memperjuangkan HAM di Indonesia” menemukan bahwa gerakan ini tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk menuntut keadilan, tetapi juga sebagai sarana untuk menjaga ingatan kolektif dan mendorong dialog tentang isu-isu HAM di Indonesia.