

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dampak globalisasi berpengaruh positif pada penyebaran informasi dan data melalui perkembangan internet. Hal ini kemudian dilirik oleh seorang aktivis feminis Inggris yakni Laura Bates. Pada tahun 2012, Laura Bates mendirikan sebuah forum yang memanfaatkan teknologi internet sebagai wadah untuk menampung suara para perempuan yang menjadi korban seksisme. Forum ini disebut sebagai “*Everyday Sexism Project*”. Kemudian forum tersebut beralih ke *#aktivisme* yang diunggah di beberapa sosial media seperti *Facebook*, *Twitter* dan situs lain untuk meningkatkan kesadaran kampanye.<sup>1</sup> Kemudian, kampanye ini terus bertahan dan tumbuh, menginspirasi berbagai gerakan ideologi, terutama dalam ranah feminisme, di platform media sosial yang mayoritasnya memanfaatkan tanda pagar (tagar atau #). Salah satu contoh paling terkenal dari gerakan ideologi tersebut adalah *#MeToo*.

Tagar merupakan salah satu manfaat perkembangan IPTEK. Masyarakat kini dengan mudah mengadakan perilaku kolektif dan gerakan sosial melalui tagar media sosial atau biasa dikenal dengan *hashtag*.<sup>2</sup> Media sosial semakin memberikan

---

<sup>1</sup> Beverley Duguid, et. al., 2019, *The Feminism Book*, New York: DK Publishing.

<sup>2</sup> Mey Deana Putri, 2022, *Twitter sebagai Media Pemecahan Kesenyapan pada Korban Kekerasan dan Pelecehan Seksual (Analisis Konten pada Tagar #SayaJuga di Utas Akun @tunggalp)*, Skripsi, Palembang: Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sriwijaya, hal. 45–54.

perannya dalam perkembangan perilaku kolektif dan gerakan sosial. Gerakan sosial dalam perkembangannya telah memanfaatkan teknologi informasi untuk menjangkau khalayak luas dalam waktu singkat dan biaya yang terjangkau.<sup>3</sup> Media sosial kini menjadi ruang baru untuk diskusi publik. Publik yang terdiri dari aktor elit, non-elit dan inti bebas berkontribusi pada gerakan tanpa peraturan dan batasan-batasan negara.<sup>4</sup> Media sosial juga telah memberikan kekuatan pada rakyat dalam demokrasi karena suara mereka yang secara kolektif akan memaksa pemerintah mendengar mereka dengan dorongan menjaga citra baik pemerintah di rakyat.

Kontribusi lain dari media sosial adalah mempermudah gerakan sosial untuk menjangkau gerakan lain yang ada. Misalnya, di *Twitter* atau *Facebook*, individu dapat menggunakan dua tagar berbeda secara bersamaan dalam sebuah postingan dan membuat hubungan antara dua isu terpisah yang diwakili oleh kedua tagar tersebut.<sup>5</sup> Inilah bagaimana gerakan sosial *online* dapat menciptakan efek *spillover* dengan mempengaruhi aktivis gerakan lain. Meskipun efek ini seringkali merupakan konsekuensi yang tidak diinginkan dari gerakan sosial, namun memiliki kemampuan untuk memperluas dan memperkuat gerakan tersebut.<sup>6</sup>

*#MeToo* diawali dengan cuitan Alyssa Milano di *Twitter* yang mengunggah cerita tentang dirinya menggunakan tagar *#MeToo* dan berhasil meraih simpati

---

<sup>3</sup> W. Bennett, *Communicating Global Activism*, Information, Communication & Society, Vol, 6, No. 2 (Januari 2003), hal. 143–68.

<sup>4</sup> Ahmad Ismail, Pawennari Hijjang, dan Hardiyanti Munsu, *Online Social Movement: The Revival of Civil Society in Indonesia*, Atlantis Press, Vol, 143, (2017), hal. 98–100.

<sup>5</sup> Rong Wang, Wenlin Liu, and Shuyang Gao, *Hashtags and information Virality in Networked Social Movement: Examining Hashtag Co-occurrence Patterns*, Emerald Group Publishing Ltd, Online Information Review, Vol, 40, No, 7 (2016), hal. 850–66.

<sup>6</sup> Jeffrey S. Juris, et. al., *Movement Building and the United States Social Forum*, Social Movement Studies, Vol, 13, No, 3 (2014), hal. 328–348.

masyarakat global pada tahun 2017. Cuitan tersebut berisi tentang pengalaman Alyssa Milano, seorang aktris *Hollywood*, yang mengalami pelecehan seksual oleh Harvey Weinstein di tempat kerjanya.<sup>7</sup> Mengingat dirinya adalah seseorang yang terkenal di dunia hiburan, cuitan tersebut akhirnya dengan cepat menyebar dan mendapatkan dukungan dari masyarakat global. Tagar tersebut kemudian digunakan oleh banyak perempuan di dunia untuk mengungkapkan pengalaman mereka tentang pelecehan seksual. Dari sinilah kampanye *#MeToo* mulai berkembang.

Pelecehan seksual adalah segala tindakan atau perilaku yang berorientasi kepada hal-hal yang berkonotasi seksual, baik lelucon atau ujaran yang tidak pantas yang bersifat vulgar, menggoda, dan melakukan isyarat-isyarat tertentu yang mengarah kepada aktivitas seksual baik verbal maupun non verbal.<sup>8</sup> Korban pelecehan seksual bisa jadi siapapun dan tidak melihat umur ataupun jenis kelamin. Bentuk pelecehan seksual tidak selalu berupa pemerkosaan dan kekerasan seksual namun juga bisa berupa *catcalling* (siulan atau panggilan yang ditujukan untuk menggoda), memamerkan gambar porno, meraba bagian tubuh yang sensitif, melalui ucapan yang mengandung unsur melecehkan dan lain sebagainya.<sup>9</sup>

Gerakan *#MeToo* kemudian diadopsi oleh beberapa negara dan berubah menjadi aksi secara nyata oleh perempuan dunia di beberapa negara seperti Jepang, Korea Selatan, Los Angeles, Chicago, Illinois, Kanada, California, Filipina, dan

---

<sup>7</sup> Sandra E. Gracia, *The Woman Who Created #MeToo Long Before Hashtags*, The New York Times, 2017, diakses dari <https://www.nytimes.com/2017/10/20/us/me-too-movement-tarana-burke.html> (02/08/2022, 21:59 WIB)

<sup>8</sup> Siti Fatimah dan Wirnaningsih, 2016, *Gender dan Pendidikan Multikultural*, Jakarta: Kencana, hal. 139.

<sup>9</sup> B. Suyanto, 2010, *Masalah Sosial Anak*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hal. 85.

negara bagian AS yang lain. Aksi ini telah merubah gerakan lokal menjadi gerakan transnasional. Dampaknya juga terlihat jelas pada perubahan aturan-aturan Amerika Serikat tentang kekerasan seksual.<sup>10</sup> #MeToo juga telah berhasil membuat 15 negara bagian mengesahkan undang-undang baru yang mengayomi pekerja dari pelecehan seksual.<sup>11</sup> Selain itu, gerakan ini juga mendapat dukungan oleh lembaga Internasional, UN Women.<sup>12</sup>

Di Indonesia sendiri, #MeToo mulai digunakan ketika kasus pelecehan yang dialami oleh Agni (nama samaran) ketika dirinya sedang menjalankan KKN di Lombok. Kasus ini kemudian mencuri perhatian publik di pertengahan tahun 2017. Pada kasus ini juga melahirkan tagar baru yakni #KitaAgni sebagai representasi ketidakpuasan terhadap respon universitas terkait dalam menangani laporan pelecehan seksual yang dialami oleh Agni. Namun pada akhirnya kasus ini ditutup dengan penyelesaian damai dan penuntutan terhadap universitas terkait untuk membahas kebijakan terhadap pelecehan seksual di kampus.<sup>13</sup>

Kemudian Tunggal Prawestri, seorang aktivis Feminis Indonesia, memperkenalkan #SayaJuga yang terinspirasi dari #MeToo pada 10 Desember 2017. Cuitan pertamanya di *Twitter* berbunyi sebagai berikut, "Umur berapa

---

<sup>10</sup> Fenni Ratna Dewi, 2019, *Pengaruh Gerakan #Metoo terhadap Perubahan Kebijakan tentang Pelecehan Seksual di Amerika Serikat Tahun 2017-2019*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Hubungan Internasional, Universitas Islam Indonesia.

<sup>11</sup> National Women's Law Center, *Fifteen States Have Passed New Laws Protecting Workers from Sexual Harassment in Wake of #MeToo*, NWLC Report Reveals, diakses dari <https://nwlc.org/press-release/fifteen-states-have-passed-new-laws-protecting-workers-from-sexual-harassment-in-wake-of-metoo-nwlc-report-reveals/> (03/08/2022,22:56 WIB)

<sup>12</sup> UN-Women Report, *UN Women Annual Report 2017-2018*, 2018, diakses dari <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2018/6/annual-report-2017-2018> (20/03/2023,21:05 WIB)

<sup>13</sup> Alia Azmi, Nora Eka Putri, dan Ike Sylvia, *Civic Engagement on Global Issues: Participation and Attention in Indonesia's KitaAgni Movement*, Atlantis Press, (2020), hal. 141–45.

*teman-teman ingat alami pelecehan seksual pertama kalinya? Saya usia 6 tahun, kelas 2 SD. #SayaJuga*". Unggahan ini kemudian di-retweet sebanyak 455 kali, dikomentari sebanyak 375 kali.

Tagar-tagar ini berisi curahan hati para korban pelecehan seksual yang awalnya bungkam karena tidak memiliki keberanian untuk bercerita menjadi berani karena merasa mereka tidak sendiri. Di Indonesia, *#SayaJuga* digunakan oleh masyarakat untuk berbagi pengalaman pahitnya terkait pelecehan seksual. Tagar ini kemudian semakin dikenal ketika penyanyi Indonesia, Via Vallen menggunakan tagar ini untuk menceritakan pelecehan seksual yang dialaminya melalui pesan di salah satu akun media sosialnya.

Penelitian terkait strategi gerakan *#SayaJuga* menjadi penting karena gerakan ini merupakan contoh yang menarik dari fenomena baru dalam aktivisme sosial di media sosial. Gerakan ini berhasil mencapai tujuannya untuk memberikan platform bagi para korban pelecehan untuk berbicara, terutama dalam tahun-tahun awalnya. Oleh karena itu, penting untuk memahami strategi yang digunakan oleh gerakan ini agar dapat menjelaskan bagaimana mereka berhasil menarik perhatian dan dukungan masyarakat serta mempertahankan momentumnya. Dengan menganalisis strategi *#SayaJuga*, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika dan keberhasilan gerakan sosial di era digital. Penelitian ini akan menggunakan konsep *Digital Activism* untuk menjelaskan strategi *#SayaJuga* dalam empat elemen yakni, aksesibilitas, visibilitas, popularitas dan ekosistem serta bantuan konsep *Digital Movement of Opinion* untuk menganalisis karakteristik *#SayaJuga* sebagai gerakan sosial.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah: **Bagaimana strategi aktivisme digital #SayaJuga di Indonesia?**

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui eksistensi dari perkembangan #SayaJuga.
2. Untuk menganalisis strategi aktivisme digital #SayaJuga di Indonesia menggunakan konsep *Digital Activism*.
3. Untuk mengetahui karakteristik gerakan #SayaJuga menggunakan konsep *Digital Movement of Opinion*.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

#### 1.3.2.1 Manfaat Akademis

Dengan hasil penelitian ini, penulis bertujuan untuk memberikan kontribusi pada bidang studi hubungan internasional, khususnya dalam konteks gerakan sosial berbasis digital.

#### 1.3.2.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini yaitu penulis berharap penelitian ini mampu memberikan informasi dan pemahaman mengenai strategi gerakan sosial digital #SayaJuga sebagai bentuk gerakan sosial baru yang berada di media sosial serta dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi berguna bagi para peneliti di masa yang akan datang.

#### 1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama oleh Eka Safitri Minabari (2021) yang berjudul **Strategi Gerakan #MeToo dalam Melawan Tindakan Kekerasan Seksual terhadap Perempuan di Korea Selatan.**<sup>14</sup> Hasil dari penelitian ini berfokus pada strategi yang digunakan dalam gerakan #MeToo, yang menghasilkan dua komponen utama. Pertama, tujuan gerakan ini tidak hanya ditujukan kepada masyarakat umum, tetapi juga melibatkan aktor dari sektor publik dan swasta dalam upaya pelaporannya, dan kedua, untuk melaporkan tindakan kolektif yang dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat, dari pekerja, bahkan mahasiswa. Selain itu, strategi visibilitas dilakukan secara optimal dengan alat yang berbeda, baik secara konvensional maupun dengan cara yang tidak biasa seperti mengadakan forum ilmiah. Sebagai pendekatan atau konsep, digunakan konsep feminisme dengan asumsi dasar, yakni sebagai bentuk perlawanan terhadap dominasi laki-laki yang dianggap berlebihan. Selain istilah feminisme, istilah "*Pressure Group*" digunakan dengan asumsi bahwa kelompok ini memiliki kapasitas untuk mempengaruhi atau bahkan ikut berperan dalam pembentukan kebijakan pemerintah.

Relevansi penelitian tersebut dengan tulisan ini adalah kesamaan pada analisis strategi gerakan. Perbedaan antara keduanya terdapat pada gerakan yang dianalisis dan pendekatan yang digunakan.

Penelitian kedua oleh Mey Deana Putri (2022) yang berjudul **Twitter Sebagai Media Pemecahan Kesenyapan pada Korban Kekerasan dan**

---

<sup>14</sup> Eka Minabari, 2021, *Strategi Gerakan #MeToo Dalam Melawan Tindakan Kekerasan Seksual Terhadap Perempuan di Korea Selatan*, Skripsi, Malang: Jurusan Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Malang.

**Pelecehan Seksual (Analisis Konten pada Tagar #SayaJuga di Utas Akun @Tunggalp).**<sup>15</sup> Dari hasil penelitian ini, terlihat bahwa *Twitter* adalah platform media sosial yang mendukung kebebasan berekspresi dan memberikan kesempatan bagi para korban kekerasan dan pelecehan seksual untuk berbicara dan membagikan pengalaman mereka secara terbuka.

Relevansi penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah keduanya meneliti #SayaJuga. Perbedaan kedua penelitian ini adalah fokus penelitian, yang mana penelitian sebelumnya berfokus pada efektivitas media sosial dimana tagar #SayaJuga tersebut dibuat. Sementara penelitian ini, berfokus pada strategi #SayaJuga di media sosial sebagai bentuk aktivisme digital.

Penelitian ketiga oleh Rifki Elindawati (2021) yang berjudul **Gerakan #MeToo sebagai Perlawanan Kekerasan Seksual yang Dialami Perempuan di Indonesia.**<sup>16</sup> Hasil penelitian adalah ada tiga faktor struktural yang mempengaruhi penggunaan media sosial di Indonesia dalam konteks gerakan #MeToo, yaitu penetrasi internet dan infrastruktur internet di Indonesia, kebebasan pers sebagai indikator situasi politik di Indonesia yang demokratis, masalah sosial dengan banyaknya kasus kekerasan seksual. Faktor lainnya adalah faktor instrumental, yang meliputi penindasan demonstran atau ide, liputan media tradisional, program advokasi oleh kelompok feminis dan aktivis perempuan, dan dampak dari gerakan #MeToo internasional.

---

<sup>15</sup> Mey Deana Putri, *Op. Cit.*, hal. 1.

<sup>16</sup> Rifki Elindawati, *Perspektif Feminis dalam Kasus Perempuan sebagai Korban Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi*, Al-Wardah: Jurnal Kajian Perempuan, Gender dan Agama, Vol, 15, No, 1 (Juni 2021), Ternate: PGSA IAIN Ternate, hal. 181–93.

Relevansi penelitian tersebut dengan tulisan ini adalah kesamaan dalam menganalisis media sosial sebagai media berkembangnya perilaku kolektif. Perbedaannya terdapat pada perilaku kolektif yang diteliti dan konsep yang digunakan. Penelitian ini juga memiliki fokus lebih dalam daripada penelitian sebelumnya yang hanya meneliti pengaruh media sosial terhadap gerakan. Penelitian ini membahas bagaimana strategi #SayaJuga sebagai bentuk aktivisme digital.

Penelitian keempat oleh Farah Liana Ismahani, Najamuddin Khairur Rijal dan Muhammad Fadzry Adzmy (2022) yang berjudul **Strategi Aktivisme Digital #Metoo Movement di Amerika Serikat**.<sup>17</sup> Hasil penelitian ini adalah *digital activism* menjelaskan keberlangsungan aktivisme digital #Metoo meliputi aksesibilitas dengan pemanfaatan media sosial, visibilitas dan popularitas dengan penggunaan tagar, dan ekosistem dengan respon positif publik yang mendorong beberapa transformasi.

Relevansi penelitian tersebut dengan tulisan ini adalah kesamaan konsep yang digunakan yakni *digital activism*. Perbedaan penelitian terdapat pada objek yang diteliti. Penelitian sebelumnya meneliti gerakan #Metoo di Amerika Serikat dan penelitian ini meneliti #SayaJuga di Indonesia.

Penelitian kelima oleh Anwar Maulana Sidik dan Zuliyana M Rizky (2021) yang berjudul **Media dan Digitalisasi Gerakan Sosial: Aktivisme K-Poppers di Twitter dalam Merespon Kampanye Trump Tahun 2020 dan Black Lives**

---

<sup>17</sup> Farah Liana Ismahani, Najamuddin Khairur Rijal, dan Muhammad Fadzryl Adzmy, *Strategi Aktivisme Digital #MeToo Movement di Amerika Serikat*, Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Vol, 6, No, 1 (Maret 2023), hal. 69–84.

**Matter.**<sup>18</sup> Hasil penelitian ini adalah sebagai wujud implementasi teori *Cyberactivism*, para penggemar K-Pop di seluruh dunia aktif berpartisipasi dalam gerakan sosial melalui platform *Twitter* dan memberikan tanggapan terhadap berbagai isu internasional. Salah satu isu yang mendapat perhatian adalah kampanye Donald Trump pada tahun 2020 dan gerakan *Black Lives Matter*. Hal ini menggambarkan bagaimana para penggemar K-Pop, sebagai kelompok, melakukan aktivisme sosial secara online dengan memanfaatkan *Twitter* secara maksimal.

Relevansi penelitian tersebut dengan tulisan ini adalah kesamaan inti pembahasan yang menganalisis strategi gerakan sosial yang dilakukan di media sosial. Perbedaan penelitian terdapat pada objek yang diteliti. Penelitian sebelumnya meneliti gerakan KPopers dan penelitian ini meneliti #SayaJuga.

Penelitian keenam oleh Fajar Rizali Rakhman, Rizky Wulan Ramadhani, dan Ahmad Fatoni (2021) yang berjudul **Gerakan Opini Digital #IndonesiaTerserah pada Media Sosial *Twitter* di Masa Pandemi Covid-19.**<sup>19</sup>

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gerakan #IndonesiaTerserah berhasil menciptakan pergerakan opini di antara pengguna internet melalui suatu jaringan komunikasi yang melibatkan aktor-aktor populer seperti @radioelshinta dan @cnnindonesia, serta melibatkan 449 aktor lainnya yang memiliki kedekatan

---

<sup>18</sup> Anwar Maulana Sidik dan Zuliyana M Rizky, *Media dan Digitalisasi Gerakan Sosial: Aktivisme K-Poppers di Twitter dalam Merespon Kampanye Trump Tahun 2020 dan Black Lives Matter*, "Khazanah: Jurnal Mahasiswa, Vol, 13, No, 2 (Agustus 2022), Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, hal. 50-55.

<sup>19</sup> Fajar Rizali Rakhman, Rizky Wulan Ramadhani, dan Ahmad Fatoni, *Gerakan Opini Digital #Indonesiaterserah pada Media Sosial Twitter di Masa Pandemi Covid-19 Digital Movement of Opinion #Indonesiaterserah on Social Media Twitter in the Covid-19 Pandemic*, Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol, 24, No, 1 (2021) Bandung: Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP) Bandung, hal. 29-44.

tertentu, seperti @ridwanhr. Di dalam gerakan ini, aktor-aktor kunci termasuk @reiza\_patters, @donadam68, @bangariza, @toperendusara1, dan @kholil78. Dalam penelitian ini, kekecewaan pengguna internet terutama ditujukan kepada masyarakat yang kurang sadar dalam menekan penyebaran Covid-19 di Indonesia, dengan persentase analisis sebesar 32%. Pengguna internet juga mengekspresikan kekecewaan terhadap pemerintah karena kebijakan yang membingungkan dan ketidakmampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan, dengan persentase analisis sebesar 21%. Sebesar 11% kekecewaan ditujukan kepada keduanya. Penggunaan hashtag ini memiliki makna yang bervariasi dengan persentase analisis sebesar 36%.

Relevansi penelitian tersebut dengan tulisan ini adalah kesamaan konsep yang digunakan yakni *Digital Movement of Opinion*. Perbedaan penelitian terdapat pada objek yang diteliti. Penelitian sebelumnya meneliti gerakan #IndonesiaTeserah dan penelitian ini menggunakan #SayaJuga.

Penelitian ketujuh oleh Margot A. Hare and Jason J. Jason (2023) yang berjudul **Slava Ukraine: Exploring Identity Activism in Support of Ukraine via the Ukraine Flag Emoji on Twitter**.<sup>20</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna yang membagikan pesan dengan kecenderungan politik berpaham kiri lebih cenderung menampilkan emoji bendera Ukraina. Mereka yang membagikan informasi akun dari situs media sosial alternatif dan akun non-personal tampaknya

---

<sup>20</sup> Margot Hare and Jason Jones, *Slava Ukraine: Exploring Identity Activism in Support of Ukraine via the Ukraine Flag Emoji on Twitter*, *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, Vol, 3 (Maret 2023), hal. 1–26, diakses dari <https://doi.org/10.51685/jqd.2023.005> (02/08/2023,13:59 WIB)

paling tidak mungkin melakukannya. Temuan ini memberikan wawasan tentang bagaimana pengguna berpartisipasi dalam *Identity Activism*, hubungan apa yang ada di antara pengguna yang berpartisipasi, dan, dalam kasus ini khususnya, jenis pengguna yang berpartisipasi.

Relevansi penelitian tersebut dengan tulisan ini adalah kesamaan pada analisis aktivitas digital yang menggunakan *Twitter*. Perbedaan penelitian terdapat pada objek yang diteliti, metode dan fokus penelitian. Penelitian ini memiliki fokus penelitian yang berbeda yakni berfokus pada strategi gerakan yang ada di media sosial *Twitter* sementara penelitian sebelumnya berfokus pada analisis penggunaan emoji *Twitter* sebagai bentuk aktivisme identitas.

Penelitian kedelapan oleh Jordana J. George and Dorothy E. Leidner (2019) yang berjudul **From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism**.<sup>21</sup> Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat empat implikasi utama dan menyajikan empat asumsi meta pada mekanisme aktivisme digital serta konsekuensinya. Selain itu, penelitian ini memperkenalkan sebuah konstruk baru dimana partisipan berorganisasi secara digital tanpa adanya penyebab yang jelas, yang disebut sebagai fenomena emosi konektif.

Relevansi penelitian tersebut dengan tulisan ini adalah kesamaan pada analisis aktivitas digital. Perbedaan penelitian terdapat pada objek yang diteliti dan fokus penelitian. Penelitian ini memiliki fokus penelitian yang berbeda yakni

---

<sup>21</sup> Jordana J. George and Dorothy E. Leidner, *From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism*, *Information and Organization*, Vol, 29, No, 3 (September 2019), hal. 1-25.

berfokus pada strategi gerakan aktivisme digital sementara penelitian sebelumnya berfokus pada identifikasi berbagai aktivisme digital dan kegiatan di dalamnya.

Penelitian yang kesembilan oleh Celina Navarro and and Luiz Peres-Neto (2023) yang berjudul **“Hair for Freedom” Movement in Iran: Interreligious Dialogue in Social Media Activism.**<sup>22</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa #HairForFreedom adalah gerakan Barat yang berfokus pada tubuh perempuan sebagai simbol politik dalam rezim Islam otoriter dan belum mencapai IRD karena sebagian besar unggahan media sosial yang mereproduksi tagar #HairForFreedom tidak membuka diskusi agama. Temuan lain menunjukkan bahwa aktivisme media sosial tidak menawarkan kesempatan untuk terlibat dalam dialog untuk mencerahkan ruang publik. Sebaliknya, fokusnya tampaknya memberikan kesempatan kepada pengguna untuk meningkatkan reputasi mereka dengan terlibat dalam kampanye media sosial yang mempromosikan perubahan sosial.

Relevansi penelitian tersebut dengan tulisan ini adalah kesamaan pada analisis strategi aktivisme digital. Perbedaan penelitian terdapat pada fokus penelitian. Penelitian ini memiliki fokus penelitian yang berbeda yakni berfokus pada analisis gerakan berdasarkan *Interreligious Dialogue (IRD) on Social Media*.

Penelitian yang kesepuluh oleh Detta Rahmawan, Jimi Narotama Mahameruaji, dan Preciosa Alnashava Janitra (2020) yang berjudul **Strategi Aktivisme Digital di Indonesia: Aksesibilitas, Visibilitas, Popularitas dan**

---

<sup>22</sup> Celina Navarro and Luiz Peres-Neto, 'Hair for Freedom' Movement in Iran: *Interreligious Dialogue in Social Media Activism?*, Religions, Vol, 14, No. 5 (2023), hal. 1–13, diakses dari <https://doi.org/10.3390/rel14050602>. (09/04/2024, 10:09 WIB).

**Ekosistem Aktivisme.**<sup>23</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep aksesibilitas menggambarkan faktor ketersediaan infrastruktur digital dan tingkat kesiapan masyarakat dalam menerima praktik aktivisme digital. Selain itu, gagasan terkait visibilitas dan popularitas menunjukkan bahwa praktik aktivisme digital selalu terkait dengan algoritma dan metrik yang mendasari cara kerja media digital. Oleh karena itu, para pelaku aktivisme digital perlu beradaptasi agar aktivisme mereka dapat menjadi terlihat dan populer di mata khalayak yang tepat, tanpa mengorbankan esensi dan substansi dari aktivisme itu sendiri. Penting untuk memahami ekosistem aktivisme secara menyeluruh dan holistik, dengan memperhatikan tidak hanya faktor teknologi, tetapi juga kondisi sosial dan budaya, serta konteks historis dari aktivisme dan berbagai gerakan sosial yang muncul, berkembang, dan menyebar di masyarakat.

Relevansi penelitian tersebut dengan tulisan ini adalah kesamaan pada analisis strategi aktivisme digital. Perbedaan penelitian terdapat pada fokus penelitian. Penelitian ini memiliki fokus penelitian yang berbeda yakni berfokus pada strategi gerakan aktivisme digital #SayaJuga sementara penelitian sebelumnya berfokus pada mengulas konsep strategi aktivisme digital.

---

<sup>23</sup> Detta Rahmawan, Jimi Narotama Mahameruaji, dan Preciosa Alnashava Janitra, *Strategi Aktivisme Digital di Indonesia: Aksesibilitas, Visibilitas, Popularitas dan Ekosistem Aktivisme*, Jurnal Manajemen Komunikasi, Vol 4, No, 2 (29 April 2020) Bandung: Universitas Padjajaran, hal. 123–144.

**Tabel 1. 1 Posisi Penelitian**

No.	Judul penelitian dan Nama Peneliti	Jenis Penelitian dan Alat Analisa	Hasil
1.	<p><b>Eka Safitri Minabari (2021)</b>  <i>Strategi Gerakan #Metoo Dalam Melawan Tindakan Kekerasan Seksual Terhadap Perempuan di Korea Selatan</i></p>	<p>Deskriptif Kualitatif.                      Pendekatan: Konsep <i>Global Civil Society</i>, Konsep Kekerasan Seksual</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah strategi gerakan #MeToo yang telah dilakukan dan menghasilkan dua cakupan utama. Pertama, cakupan terhadap sasaran dimana tujuan gerakan ini ditujukan tidak hanya kepada masyarakat umum tetapi juga kepada aktor sektor publik dan swasta. Cakupan kedua yakni, untuk melaporkan tindakan kolektif yang dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat, dari pekerja, bahkan mahasiswa. Selain itu, strategi visibilitas dilakukan secara optimal dengan alat yang berbeda, baik secara konvensional maupun dengan cara yang tidak biasa seperti mengadakan forum ilmiah. Sebagai pendekatan atau konsep, digunakan konsep feminisme dengan asumsi dasar, yakni sebagai bentuk perlawanan terhadap dominasi laki-laki yang dianggap berlebihan. Selain istilah feminisme, istilah <i>Pressure Group</i> juga digunakan dengan asumsi dasar bahwa ia adalah kelompok yang dapat mempengaruhi atau bahkan membentuk kebijakan pemerintah.</p>
2.	<p><b>Mey Deana Putri (2022)</b>  <i>Twitter Sebagai Media Pemecahan Kesenyapan pada Korban Kekerasan</i></p>	<p>Deskriptif Kualitatif.                      Pendekatan: Teori Gerakan Sosial Baru</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Twitter</i> menjadi media sosial yang aman untuk kebebasan berekspresi dan bercerita dan membuat para korban kekerasan dan pelecehan</p>

	<i>dan Pelecehan Seksual (Analisis Konten pada Tagar #SayaJuga di Utas Akun @Tunggalp)</i>		seksual bebas melakukan pengungkapan dan membuka diri.
3.	<b>Rifki Elindawati</b> (2021) <i>Gerakan #Metoo Sebagai Perlawanan Kekerasan Seksual yang Dialami Perempuan di Indonesia</i>	Deskriptif Kualitatif. Pendekatan: Konsep Pengaruh Media Sosial terhadap Gerakan Sosial oleh Soares dan Joia.	Hasil penelitian adalah ada tiga faktor struktural yang mempengaruhi penggunaan media sosial di Indonesia dalam konteks gerakan #MeToo, yaitu penetrasi internet dan infrastruktur internet di Indonesia, kebebasan pers sebagai indikator situasi politik di Indonesia yang demokratis, masalah sosial dengan banyaknya kasus kekerasan seksual. Faktor lainnya adalah faktor instrumental, yang meliputi penindasan demonstran atau ide, liputan media tradisional, program advokasi oleh kelompok feminis dan aktivis perempuan, dan dampak dari gerakan #MeToo internasional
4.	<b>Farah Liana Ismahani, Najamuddin Khairur Rijal dan Muhammad Fadzy Adzmy</b> (2022) <i>Strategi Aktivisme Digital #Metoo Movement di Amerika Serikat</i>	Deskriptif Kualitatif. Pendekatan: <i>Online Social Movement</i> dan <i>Digital Activism</i> .	Hasil penelitian ini adalah <i>digital activism</i> menjelaskan keberlangsungan aktivisme digital #Metoo meliputi aksesibilitas dengan pemanfaatan media sosial, visibilitas dan popularitas dengan penggunaan tagar, dan ekosistem dengan respon positif publik yang mendorong beberapa transformasi.
5.	<b>Anwar Maulana Sidik dan Zuliyah M Rizky</b> (2021) <i>Media dan Digitalisasi Gerakan Sosial: Aktivisme K-Popers di Twitter dalam Merespon Kampanye Trump</i>	Deskriptif Kualitatif. Pendekatan: <i>Cyberactivism Theory</i>	Hasil penelitian ini adalah sebagai wujud implementasi teori <i>Cyberactivism</i> , para penggemar K-Pop di seluruh dunia aktif berpartisipasi dalam gerakan sosial melalui platform <i>Twitter</i> dan memberikan tanggapan terhadap berbagai isu internasional. Salah satu isu

	<i>Tahun 2020 dan Black Lives Matter</i>		yang mendapat perhatian adalah kampanye Donald Trump pada tahun 2020 dan gerakan <i>Black Lives Matter</i> . Hal ini menggambarkan bagaimana para penggemar K-Pop, sebagai kelompok, melakukan aktivisme sosial secara <i>online</i> dengan memanfaatkan <i>Twitter</i> secara maksimal.
6.	<b>Fajar Rizali Rakhman, Rizky Wulan Ramadhani, dan Ahmad Fatoni</b> (2021) <i>Gerakan Opini Digital #IndonesiaTerserah pada Media Sosial Twitter di Masa Pandemi Covid-19</i>	<i>Mixed Methods</i> (Kualitatif dan Kuantitatif). Pendekatan: <i>Digital Movement of Opinion</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gerakan #IndonesiaTerserah mampu menciptakan pergerakan opini dari pengguna internet dalam sebuah jaringan komunikasi, dengan bantuan peran aktor populer seperti @radioelshinta dan @cnnindonesia, serta melibatkan 449 aktor dengan kedekatan tertentu seperti @ridwanhr. Aktor-aktor penting dalam gerakan ini termasuk @donadam68, @reiza_patters, @toperendusaral, @bangariza, dan @kholil78. Dalam penelitian ini, kekecewaan pengguna internet terutama ditujukan kepada masyarakat yang kurang sadar dalam menekan penyebaran Covid-19 di Indonesia, dengan persentase analisis sebesar 32%. Pengguna internet juga mengekspresikan kekecewaan terhadap pemerintah karena kebijakan yang membingungkan dan ketidakmampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan, dengan persentase analisis sebesar 21%. Sebesar 11% kekecewaan ditujukan kepada keduanya. Penggunaan hashtag ini memiliki makna yang bervariasi dengan persentase analisis sebesar 36%.

7.	<p><b>Margot A. Hare and Jason J. Jason</b> (2023)  <i>Slava Ukraine: Exploring Identity Activism in Support of Ukraine via the Ukraine Flag Emoji on Twitter</i></p>	<p>Kuantitatif.  Pendekatan:  <i>Longitudinal Profile Sampling (LOPS)</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna yang membagikan pesan dengan kecenderungan politik berpaham kiri lebih cenderung menampilkan emoji bendera Ukraina. Mereka yang membagikan informasi akun dari situs media sosial alternatif dan akun non-personal tampaknya paling tidak mungkin melakukannya. Temuan ini memberikan wawasan tentang bagaimana pengguna berpartisipasi dalam <i>Identity Activism</i>, hubungan apa yang ada di antara pengguna yang berpartisipasi, dan, dalam kasus ini khususnya, jenis pengguna yang berpartisipasi.</p>
8.	<p><b>Jordana J. George and Dorothy E. Leidner</b> (2019)  <i>From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism</i></p>	<p>Deskriptif  Kualitatif.  Pendekatan:  <i>Social Movements and Digital Activism</i></p>	<p>Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat empat implikasi utama dan menyajikan empat asumsi meta pada mekanisme aktivisme digital serta konsekuensinya. Selain itu, penelitian ini memperkenalkan sebuah konstruk baru dimana partisipan berorganisasi secara digital tanpa adanya penyebab yang jelas, yang disebut sebagai fenomena emosi konektif.</p>
9.	<p><b>Celina Navarro and Luiz Peres-Neto</b> (2023)  <i>"Hair for Freedom" Movement in Iran: Interreligious Dialogue in Social Media Activism</i></p>	<p>Deskriptif  Kualitatif.  Pendekatan:  <i>Interreligious Dialogue (IRD) on Social Media, dan Digital Feminism and Religion</i></p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>#HairForFreedom</i> adalah gerakan Barat yang berfokus pada tubuh perempuan sebagai simbol politik dalam rezim Islam otoriter dan belum mencapai IRD karena sebagian besar unggahan media sosial yang mereproduksi tagar <i>#HairForFreedom</i> tidak membuka diskusi agama. Temuan lain menunjukkan bahwa aktivisme media sosial</p>

			tidak menawarkan kesempatan untuk terlibat dalam dialog untuk mencerahkan ruang publik. Sebaliknya, fokusnya tampaknya memberikan kesempatan kepada pengguna untuk meningkatkan reputasi mereka dengan terlibat dalam kampanye media sosial yang mempromosikan perubahan sosial.
10.	<b>Detta Rahmawan, Jimi Narotama Mahameruaji, dan Preciosa Alnashava Janitra (2020)</b> <i>Strategi Aktivisme Digital di Indonesia: Aksesibilitas, Visibilitas, Popularitas dan Ekosistem Aktivisme</i>	Deskriptif Kualitatif. Pendekatan: <i>Sibernetis dan Chinese Harmony Communication Theory</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep aksesibilitas menggambarkan faktor ketersediaan infrastruktur digital dan tingkat kesiapan masyarakat dalam menerima praktik aktivisme digital. Selain itu, gagasan terkait visibilitas dan popularitas menunjukkan bahwa praktik aktivisme digital selalu terkait dengan algoritma dan metrik yang mendasari cara kerja media digital. Oleh karena itu, para pelaku aktivisme digital perlu beradaptasi agar aktivisme mereka dapat menjadi terlihat dan populer di mata khalayak yang tepat, tanpa mengorbankan esensi dan substansi dari aktivisme itu sendiri. Penting untuk memahami ekosistem aktivisme secara menyeluruh dan holistik, dengan memperhatikan tidak hanya faktor teknologi, tetapi juga kondisi sosial dan budaya, serta konteks historis dari aktivisme dan berbagai gerakan sosial yang muncul, berkembang, dan menyebar di masyarakat.
11.	<b>Putri Larisa Islamia (2024)</b>	Deskriptif Kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa #SayaJuga menggunakan strategi dari konsep <i>Digital Activism</i> yakni, aksesibilitas,

	<p><i>Analisis Strategi Aktivisme Digital #SayaJuga di Indonesia</i></p>	<p><i>Digital Movement of Opinion, Digital Activism dan Teori Glokalisasi.</i></p>	<p>visibilitas, popularitas, dan ekosistem. Strategi aksesibilitas #SayaJuga memfokuskan upaya pada memastikan informasi dan teknologi dapat dijangkau sebanyak mungkin orang. Visibilitas ditingkatkan melalui influencer, algoritma, tagar, dan aktivitas gerakan, dengan tujuan popularitas. Ekosistem dimulai dari pengikut Tunggal dan berkembang untuk melawan budaya pelecehan seksual.</p>
--	--	--	--

Perbedaan mendasar antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu terletak pada beberapa aspek, yaitu fokus penelitian, objek yang dianalisis, pendekatan yang digunakan, dan metode yang diterapkan. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya mungkin memiliki kesamaan dengan penelitian ini, namun terdapat kekosongan pengetahuan atau "gap" tertentu yang perlu diisi oleh penulis melalui penelitian ini.

## **1.5 Kerangka Konseptual**

### **1.5.1 Gerakan Sosial dan *Digital Activism***

Gerakan sosial saat ini telah berkembang dan mengadopsi teknologi untuk mendukung perkembangannya. *Digital Movement of Opinion* pada dasarnya merupakan sebuah bentuk gerakan sosial baru yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital, yakni media sosial. Aktivitas gerakan ini dilakukan di media sosial dengan memanfaatkan fungsi-fungsinya seperti mampu menjangkau publik yang lebih luas. Definisi yang lebih terperinci mengenai *Digital Movement of Opinion*, yang dijelaskan oleh Barisione, adalah suatu gerakan yang mengadopsi perkembangan teknologi, terutama media sosial, dengan cara membentuk jaringan

virtual antara pengguna yang terhubung secara spontan guna berbagi komentar dan pendapat mereka terkait dengan berbagai isu yang sedang beredar atau relevan.<sup>24</sup>

Perbedaan mendasar antara *Digital Movement of Opinion* dengan gerakan sosial konvensional selain tempat aksi adalah gerakan ini tidak memiliki seorang pemimpin dan organisasi resmi. Hal ini dikarenakan awal mula gerakan ini adalah atas reaksi spontan dari pengguna internet dalam menanggapi maupun mengkritik suatu fenomena yang sedang terjadi.<sup>25</sup> Mereka merasa bebas melakukan hal ini dikarenakan kebebasan berpendapat yang ditawarkan oleh media sosial. Jika pada gerakan sosial fisik mengharuskan pengikutnya untuk meluangkan waktu dan tenaga untuk menunjukkan kontribusi nyata, maka dalam gerakan sosial digital hanya dengan satu "klik" dari manapun pengguna berada, siapapun, kapanpun mereka dapat memberikan kontribusinya dalam hal ini baik itu berupa dukungan maupun penolakan.<sup>26</sup>

Barisione dan Ceron mengidentifikasi empat karakteristik utama dari *Digital Movement of Opinion* dalam bukunya yang berjudul "*Social Media and European Politics*".<sup>27</sup> Empat karakteristik tersebut adalah:

1. **Gerakan spontan dan tidak terstruktur.** Gerakan ini bermula dari reaksi spontan pengguna internet atas suatu isu yang sedang terjadi tanpa adanya arahan dari pemimpin atau organisasi yang mengarahkan.

---

<sup>24</sup> Mauro Barisione and A Ceron, 2017, *Social Media and European Politics*, London: Palgrave Macmillan UK, hal. 241-245.

<sup>25</sup> Rakhman, Ramadhani, dan Fatoni, *Op. Cit.*, hal. 10

<sup>26</sup> Ismail, Hijjang, dan Mungsi, *Op. Cit.*, hal. 2

<sup>27</sup> Barisione and Ceron, *Op. Cit.*

2. **Berlangsung dalam periode yang singkat.** Kekurangan dari gerakan yang tidak terstruktur dengan baik adalah ketahanannya yang rapuh.
3. **Opini yang diungkapkan bersifat homogen.** Pengguna media sosial dapat mengekspresikan simpati dan empati terhadap gerakan dukungan, atau mereka dapat mengungkapkan kemarahan dan kekecewaan terhadap gerakan protes dan oposisi melalui platform tersebut.
4. **Keterlibatan banyak aktor dan kelompok dalam pendapat digital ini.** Hal ini disebabkan oleh jangkauan luas dari media sosial.<sup>28</sup>

Sesuai dengan karakteristik tersebut, gerakan #SayaJuga tidak memiliki pemimpin dan keberadaannya tidak terorganisir sebagaimana kriteria spontan dan tidak terstruktur. Gerakan ini mengusung tentang isu pelecehan seksual (opini homogen) dan berlangsung dalam periode singkat yakni dari tahun 2017-2023 namun berhasil melibatkan banyak aktor. Konsep ini belum menjelaskan tentang strategi gerakan sosial berbasis digital maka pada analisis strategi #SayaJuga akan didukung dengan konsep *Digital Activism*.

Konsep *Digital Activism* merupakan segala aktivitas perubahan sosial dengan memanfaatkan teknologi digital.<sup>29</sup> Gerakan ini difokuskan pada penyebaran ide, advokasi, agitasi, dan protes melalui media digital. Konsep ini menjelaskan strategi yang digunakan dalam gerakan *digital activism*, yang terdiri dari empat elemen utama: aksesibilitas, visibilitas, popularitas, dan ekosistem.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Ibid.

<sup>29</sup> George and Leidner, *Op. Cit.*, hal. 12

<sup>30</sup> Delta Rahmawan, Jimi Narotama Mahameruaji, dan Preciosa Alnashava Janitra, *Strategi Aktivisme Digital di Indonesia: Aksesibilitas, Visibilitas, Popularitas dan Ekosistem Aktivisme*, Jurnal Manajemen Komunikasi, Vol 4, No, 2 (29 April 2020) Bandung: Universitas Padjajaran, hal. 123-144.

Media sosial menjadi ruang publik baru yang lebih sehat dan demokratis. *Digital activism* kemudian memberikan peluang partisipasi kepada semua kalangan untuk terlibat dalam aksi perubahan sosial, khususnya generasi muda.<sup>31</sup> Strategi *Digital activism* kemudian dibagi menjadi empat elemen yakni, aksesibilitas, visibilitas, popularitas dan ekosistem.<sup>32</sup> Berikut adalah penjelasan masing-masing elemen:

- 1. Aksesibilitas:** Strategi aksesibilitas berfokus pada upaya untuk memastikan bahwa informasi, platform, dan teknologi yang digunakan dalam gerakan *digital activism* dapat diakses oleh sebanyak mungkin orang. Ini dapat melibatkan penyediaan akses internet yang terjangkau, penggunaan platform yang ramah pengguna, dan pemberian kesempatan partisipasi kepada individu yang mungkin terbatas aksesnya.
- 2. Visibilitas:** Strategi visibilitas berusaha untuk meningkatkan eksposur dan kesadaran terhadap isu-isu yang diperjuangkan dalam gerakan *digital activism*. Hal ini dilakukan melalui penggunaan kampanye *online*, penyajian cerita dan fakta yang menarik, serta penggunaan tagar (*hashtag*) yang populer untuk meningkatkan jangkauan dan perhatian terhadap pesan gerakan.
- 3. Popularitas:** Strategi popularitas bertujuan untuk memperluas jangkauan gerakan *digital activism* dengan meningkatkan partisipasi dan dukungan

---

<sup>31</sup> Delta Rahmawan, *Opportunities and Challenges of Digital Media Utilization for Youth Activism in Indonesia*, Indonesian Media dan Social Transformation: Reports from the Field, (Januari 2018), diakses dari [https://www.academia.edu/38665065/Opportunities\\_and\\_Challenges\\_of\\_Digital\\_Media\\_Utilization\\_for\\_Youth\\_Activism\\_in\\_Indonesia](https://www.academia.edu/38665065/Opportunities_and_Challenges_of_Digital_Media_Utilization_for_Youth_Activism_in_Indonesia) (21/06/2023,23:16 WIB)

<sup>32</sup>Rahmawan, Mahameruaji, dan Janitra, *Op. Cit.*, hal. 22

dari banyak orang. Ini melibatkan upaya untuk membangun komunitas *online* yang kuat, mengajak orang-orang untuk berbagi dan mendukung pesan gerakan, serta menggunakan konten yang menarik dan viral untuk menarik minat dan perhatian publik.

- 4. Ekosistem:** Strategi ekosistem mencakup kerjasama dan kemitraan dengan aktor dan kelompok lain, baik yang berada di dalam maupun di luar gerakan *digital activism*. Ini dapat melibatkan bekerja sama dengan organisasi non-pemerintah, media, tokoh publik, atau kelompok advokasi lainnya untuk memperkuat pengaruh gerakan dan mencapai dampak yang lebih besar dalam perubahan sosial.<sup>33</sup>

Dengan menerapkan strategi aksesibilitas, visibilitas, popularitas, dan ekosistem, gerakan *digital activism* dapat memaksimalkan pengaruh mereka dalam memperjuangkan perubahan sosial melalui media digital dan teknologi. Pada strategi aksesibilitas, #SayaJuga memilih kampanye modern melalui media sosial yakni *Twitter*. Penggunaan media sosial *Twitter* menjadikannya mudah dijangkau oleh publik yang luas sehingga hal ini merupakan bagian dari strategi visibilitas. Kemudian popularitas #SayaJuga melalui penggunaan tagar oleh para publik figur Indonesia dan isu pelecehan yang sedang tren. Strategi terakhir adalah ekosistem dibuktikan melalui adanya aktivitas saling membalas cuitan dengan menggunakan #SayaJuga.

---

<sup>33</sup> Ibid.

### 1.5.2 Konsep Glokalisasi

Glokalisasi adalah sebuah konsep yang mencerminkan integrasi antara budaya global dan lokal. Dalam era globalisasi yang semakin terhubung melalui teknologi dan komunikasi, fenomena glokalisasi menjadi semakin signifikan. Konsep ini diperkenalkan oleh Roland Robertson pada tahun 1992, dan diteruskan oleh banyak peneliti dan akademisi sebagai cara untuk memahami interaksi antara budaya dalam skala global dan lokal. Strategi glokalisasi muncul sebagai kritik terhadap konsep perdagangan bebas neoklasik, yang tidak lagi mengkhuskan satu negara dalam satu produk tertentu berdasarkan potensinya. Sehingga produsen menyesuaikan produk agar relevan dengan latar belakang sosial budaya pasar lokal.<sup>34</sup>

Robertson mengidentifikasi beberapa aspek penting dalam proses glokalisasi: (a) dunia semakin menghormati keanekaragaman, (b) individu dan kelompok lokal memiliki kemampuan untuk beradaptasi, berinovasi, dan beroperasi dalam konteks dunia yang mengalami glokalisasi. Teori glokalisasi melihat individu dan kelompok lokal sebagai agen sosial yang kreatif dan penting, (c) semua proses sosial saling terkait dan bergantung satu sama lain, dan (d) komoditas dan media tidak dipandang sebagai sesuatu yang memaksa, melainkan sebagai bahan yang dapat digunakan dalam kreasi individu atau kelompok di seluruh dunia yang mengalami glokalisasi.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Roland Robertson, 1992, *Globalization : Social Theory and Global Culture*, London: Sage.

<sup>35</sup> Hartanto, *Strategi Perusahaan Multinasional Di Era Globalisasi (Studi Kasus Glokalisasi Dalam Ekspansi 'Indomie' Ke Pasar Timur Tengah Dan Afrika)*, Jurnal Sosial Dan Humaniora Vol, 3, No, 5 (2018), hal. 681–92, diakses dari <https://doi.org/10.47313/ppl.v3i5.400>.

Pada dasarnya, glocalisasi mengacu pada proses dimana elemen-elemen dari budaya global dipadukan atau diintegrasikan ke dalam budaya lokal, dan sebaliknya. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa glocalisasi bukanlah sekadar pengaruh satu arah dari budaya global ke budaya lokal, tetapi merupakan proses yang kompleks dan saling mempengaruhi antara kedua belah pihak. Ini bisa terjadi melalui berbagai cara, seperti melalui media massa, teknologi informasi, perdagangan internasional, atau bahkan pergerakan penduduk.<sup>36</sup> Dalam konteks ini #MeToo merupakan gagasan kesetaraan gender (global) yang kemudian diadopsi gagasannya ke dalam bentuk gerakan lokal seperti #SayaJuga dengan menyesuaikan pendekatan yang sesuai dengan budaya negara tersebut.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yang bertujuan memberikan gambaran atau analisis objektif terhadap suatu fenomena atau kondisi. Metode deskriptif, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono, digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hal dalam penelitian, tanpa mencoba membuat kesimpulan yang lebih luas. Dengan demikian, penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas terhadap suatu gejala, peristiwa, atau masalah aktual yang sedang diteliti.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Victor Roudometof, *Transnationalism, Cosmopolitanism and Glocalization*, Current Sociology (Sage Publications) Vol, 53, no. 1 (Januari, 2005), diakses dari <https://doi.org/10.1177/0011392105048291>. (19/05/2024, 23:06 WIB)

<sup>37</sup> Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.

## **1.6.2 Metode Analisa**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode analisis kualitatif merupakan teknik analisis yang menggunakan observasi dan wawancara sebagai alat pengumpulan data, dimana data yang diperoleh berbentuk teks dan bukan angka. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali dan menjelaskan pengalaman individu yang terlibat dalam suatu peristiwa atau fenomena tertentu.<sup>38</sup>

Sugiyono juga menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif berfokus pada penyelidikan kondisi alamiah dari objek penelitian, berbeda dengan pendekatan eksperimental. Dalam konteks penelitian ini, metode kualitatif digunakan untuk menganalisis data-data dengan tujuan untuk memahami strategi aktivisme #SayaJuga yang menggunakan media sosial sebagai platform utama untuk aksinya.

## **1.6.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.6.3.1 Batasan Waktu**

Penelitian ini membatasi periode penelitian dari tahun 2017 hingga 2023 karena gerakan #SayaJuga muncul pada akhir tahun 2017 dan mengalami perkembangan signifikan selama periode tersebut, menjadikannya fokus penelitian. Penelitian ini berbatas hingga 2023 karena aktivitas terakhir #SayaJuga terakhir pada tahun ini.

---

<sup>38</sup> *Ibid.*

### 1.6.3.2 Batasan Materi

Sementara untuk batasan materi penelitian ini akan terbatas pada aktivitas #SayaJuga pada media *Twitter* di Indonesia.

### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Studi pustaka menurut Mestika Zed, merupakan rangkaian kegiatan pengumpulan data-data pustaka, mencatat, membaca serta mengolah bahan penelitian.<sup>39</sup> Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penelitian dan pengumpulan informasi dari berbagai sumber, seperti internet, buku, jurnal, berita, dan sumber-sumber lainnya. Dengan cara ini, peneliti dapat mengumpulkan informasi yang relevan dan terkini tentang topik yang sedang diteliti. Untuk mempermudah penulis dalam pencarian sumber data tersebut, penulis menggunakan *Harzing Publish or Perish, Mendeley*.

Pengumpulan data juga menggunakan teknik *Twitter Crawling*. *Crawling* adalah proses otomatis yang mengumpulkan informasi berdasarkan kata kunci yang diberikan oleh pengguna. Metode ini melibatkan pengumpulan data dari *Twitter*, yang kemudian dianalisis untuk mengekstrak informasi yang relevan bagi peneliti. *Twitter API (Application Programming Interface)* adalah alat yang disediakan oleh *Twitter* untuk memungkinkan pengguna mengakses berbagai data, seperti ID pengguna, lokasi, waktu pembuatan, tagar, dan isi dari *tweet*.<sup>40</sup> Peneliti

---

<sup>39</sup> Mestika Zed, 2014, *Metode Penelitian Kepustakaan (ed.3)*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, hal. 1-3.

<sup>40</sup> Pramana Yoga Saputra, *Implementasi Teknik Crawling untuk Pengumpulan Data dari Media Sosial Twitter*, *Dinamika Dotcom*, Vol, 8 (2017), hal. 160–68.

menggunakan bahasa *server-side scripting*, yaitu Python, untuk mengakses *Twitter API* melalui proyek *Google Colab* yang disebut "*Tweet Harvest*," yang dikembangkan oleh Helmi Satria, seorang *Full-stack developer*.

Selain itu, peneliti juga menggunakan metode wawancara dalam mengumpulkan data. Wawancara merupakan kegiatan mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden yang kemudian jawaban-jawaban tersebut akan dicatat atau direkam.<sup>41</sup> Menurut Moleong, wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan terwawancara dengan tujuan tertentu. Hasil keluaran teknik ini berkaitan dengan pendapat atau pernyataan dari sumber data yang sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>42</sup> Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada pencetus tagar ini yakni, Tunggal Prawestri.

### **1.7 Argumen Pokok**

Dengan menggunakan pendekatan *Digital Movement of Opinion*, penulis berusaha mengetahui karakteristik #SayaJuga sebagai gerakan sosial digital. Hasilnya adalah #SayaJuga memiliki 4 karakteristik gerakan sosial yakni gerakan spontan, durasi singkat, opini homogen, dan melibatkan banyak aktor. Sementara strategi yang diterapkan oleh #SayaJuga kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *digital activism* yang kemudian dijelaskan dalam empat elemen utama: aksesibilitas, visibilitas, popularitas, dan ekosistem. Hasilnya adalah perkembangan gerakan #SayaJuga menggunakan strategi *digital activism* yang pertama yakni

---

<sup>41</sup> M. Iqbal Hasan, 2002, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

<sup>42</sup> J Moleong Lexy, 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif (ed. Revisi)*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal. 175–178.

aksesibilitas dengan cara pemilihan kampanye modern melalui media sosial yakni *Twitter*. Selanjutnya adalah visibilitas, dengan menggunakan media sosial *Twitter* menjadikan #SayaJuga mudah dijangkau oleh publik yang luas. Kemudian popularitas #SayaJuga melalui penggunaan tagar oleh para publik figur Indonesia. Strategi terakhir adalah ekosistem, aktivitas saling membalas cuitan dengan menggunakan #SayaJuga namun hanya berlangsung di media sosial sehingga gerakan ini cepat tenggelam oleh isu lain dan menjadikannya jauh pada realisasi visinya.



## 1.8 Sistematika Penulisan

<p><b>BAB I PENDAHULUAN</b></p>	<p>1.1 Latar Belakang            1.2 Rumusan Masalah            1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian                1.3.1 Tujuan Penelitian                1.3.2 Manfaat Penelitian                    1.3.2.1 Manfaat Akademis                    1.3.2.2 Manfaat Praktis            1.4 Penelitian Terdahulu            1.5 Kerangka Konsep                1.5.1 Gerakan Sosial dan <i>Digital Activism</i>                1.5.2 Teori Glokalisasi            1.6 Metode Penelitian                1.6.1 Jenis Penelitian                1.6.2 Metode Analisa                1.6.3 Ruang Lingkup Penelitian                    1.6.3.1 Batasan Waktu                    1.6.3.2 Batasan Materi                1.6.4 Teknik Pengumpulan Data            1.7 Argumen Pokok            1.8 Sistematika Penulisan</p>
<p><b>BAB II #METOO MOVEMENT DAN GERAKAN #SAYAJUGA: INSPIRASI GLOBAL DAN GLOKALISASI</b></p>	<p>2.1 #Metoo Movement            2.2 Gerakan #SayaJuga            2.3 #MeToo sebagai Inspirasi kepada Gerakan Lokal #SayaJuga</p>
<p><b>BAB III STRATEGI DIGITAL ACTIVISM #SAYAJUGA</b></p>	<p>3.1 Aksesibilitas Gerakan #SayaJuga                3.1.1 Aksesibilitas Internet di Indonesia                3.1.2 Media Sosial (Twitter)            3.2 Visibilitas Gerakan #SayaJuga            3.3 Popularitas Gerakan #SayaJuga                3.3.1 Popularitas dan Viralitas                3.3.2 Dua Fase Popularitas #SayaJuga            3.4 Ekosistem Gerakan #SayaJuga                3.4.1 Ekosistem Aktivisme Digital                3.4.2 <i>Roots, Routes, Routers</i></p>
<p><b>BAB IV PENUTUP</b></p>	<p>4.1 Kesimpulan            4.2 Saran</p>