

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat Indonesia menyuarakan aspirasi sosial-politik, dengan platform X (sebelumnya Twitter) menjadi ruang utama untuk aktivisme daring. Pada awal 2025, tagar #IndonesiaGelap muncul sebagai simbol protes terhadap krisis seperti kelangkaan gas elpiji, pemotongan anggaran pendidikan, dan dugaan mafia tanah. Akun @BarengWarga mempopulerkan tagar ini melalui konten visual seperti meme, infografis, karikatur, dan video pendek, yang memicu keterlibatan ribuan pengguna melalui retweet dan komentar. Fenomena ini menunjukkan potensi media sosial dalam memfasilitasi mobilisasi massa yang cepat dan luas.

Data dari laporan Digital 2024 oleh We Are Social dan Hootsuite menunjukkan bahwa 60,4% penduduk Indonesia (167 juta orang) adalah pengguna aktif media sosial, dengan X sebagai salah satu platform utama untuk diskusi sosial-politik¹cha. Pengguna internet di Indonesia menghabiskan rata-rata 3 jam 11 menit per hari di media sosial, menjadikannya alat komunikasi yang kuat. Observasi awal selama Februari-Maret 2025 mengungkapkan bahwa akun @BarengWarga mengunggah lebih dari 50 konten visual terkait tagar #IndonesiaGelap, termasuk infografis

¹ Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024 - Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital," 2024 <<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>> [diakses 14 Juli 2025].

tentang kelangkaan gas elpiji yang di-retweet lebih dari 2.000 kali dalam 24 jam. Keterlibatan ini menunjukkan resonansi emosional konten visual dalam memobilisasi audiens daring.



Gambar 1. Berita tentang kampanye Indonesia Gelap dan @barengwarga

Sumber: <https://voi.id/en/lifestyle/457656>

Akun @BarengWarga dipilih sebagai subjek penelitian karena perannya yang sangat aktif dalam menginisiasi dan memperluas gerakan digital melalui tagar #IndonesiaGelap di platform X. Pada awal Februari 2025, akun ini menjadi salah satu penggerak awal kampanye daring dengan mengunggah tuntutan publik lengkap bersama tagar tersebut, yang kemudian menjadi viral dan digunakan sebagai simbol keresahan kolektif terhadap kebijakan publik kontroversial. Tagar #IndonesiaGelap

sendiri mencapai ratusan ribu hingga jutaan mention dalam 24 jam pertama. Lebih lanjut, portal VOI mencatat bahwa @BarengWarga secara konsisten menggunakan visual dan teks untuk menyampaikan empat tuntutan utama pada 4 Februari 2025. Data ini menunjukkan bahwa akun ini bukan hanya mencerminkan opini publik, tetapi juga memfasilitasi narasi protes dan membentuk kesadaran bersama secara sistematis. Dengan demikian, studi terhadap @BarengWarga memungkinkan penelitian untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana konten visual, strategi penyebaran tagar, dan interaksi komunitas daring saling berkaitan dalam membangun mobilisasi massa digital.



Gambar 2. Unggahan konten gambar bertagar Indonesia gelap oleh akun X @barengwarga

Sumber: x.com/@barengwarga

Fenomena tagar #IndonesiaGelap mencerminkan dinamika unik aktivisme digital di Indonesia, di mana konten visual tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi

juga menciptakan ikatan emosional dengan audiens. Meme yang mengolok-olok kebijakan pemerintah atau infografis yang menggambarkan ketimpangan ekonomi sering kali menggunakan simbolisme budaya, seperti ikon Jakarta atau nilai gotong royong, untuk resonansi lokal. Namun, gap dalam literatur terletak pada kurangnya pemahaman tentang bagaimana elemen-elemen ini memengaruhi keterlibatan pengguna dan memperkuat aksi kolektif. Selain itu, pengaruh algoritma X, yang memprioritaskan konten dengan engagement tinggi, terhadap penyebaran konten visual belum dianalisis secara spesifik dalam konteks Indonesia, menambah urgensi penelitian ini.

Data sekunder memperkuat konteks fenomena ini. Laporan Freedom House (2024) mencatat bahwa meskipun terdapat revisi UU ITE yang mempersempit definisi pencemaran nama baik dan menurunkan hukuman maksimum, undang-undang tersebut tetap digunakan untuk menuntut individu atas aktivitas daring mereka.² Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) melaporkan bahwa 34% hoaks di media sosial disebarkan melalui gambar atau video, menyoroti tantangan keakuratan konten.³ Tempo juga mencatat demonstrasi BEM SI pada Maret 2025,

² "Indonesia: Freedom on the Net 2024 Country Report | Freedom House"

<<https://freedomhouse.org/country/indonesia/freedom-net/2024>> [diakses 15 April 2025].

³ "Siaran Pers Mafindo: Hoaks Politik Meningkatkan Tajam Jelang Pemilu 2024, Ganggu Demokrasi Indonesia - Mafindo" <<https://mafindo.or.id/2024/02/02/siaran-pers-mafindo-hoaks-politik-meningkat-tajam-jelang-pemilu-2024-ganggu-demokrasi-indonesia/>> [diakses 15 April 2025].

yang dihadiri ribuan mahasiswa, menunjukkan hubungan antara aksi daring dan offline terkait #IndonesiaGelap.⁴



Gambar 3. Unggahan gambar #IndonesiaGelap oleh akun X @barengwarga

Sumber: x.com/@barengwarga

Observasi kualitatif terhadap konten @BarengWarga menunjukkan bahwa meme dan video pendek sering menggunakan humor lokal untuk mengkritik kebijakan pemerintah tanpa bermaksud melanggar UU ITE. Misalnya, sebuah konten gambar pada 17 Februari 2025 menampilkan poster meme yang merupakan sebuah parodi kemasan suatu merk rokok bertuliskan “Gudang Masalah” dan di atasnya bertuliskan parodi pesan masyarakat “Prabowo merenggut kebahagiaan

⁴ “BEM SI dan Koalisi Sipil Gelar Demonstrasi Tolak UU TNI dan RUU Polri Hingga Malam | tempo.co” <<https://www.tempo.co/politik/bem-si-dan-koalisi-sipil-gelar-demonstrasi-tolak-uu-tni-dan-ruu-polri-hingga-malam-1225143>> [diakses 16 April 2025].

rakyat satu persatu”, memicu ratusan komentar yang mengekspresikan solidaritas dukungan terhadap meme kritik tersebut. Fenomena ini mencerminkan peran media sosial dalam memperkuat solidaritas digital. Menurut artikel di The Conversation, media sosial bertindak sebagai katalisator yang memperkuat ikatan sosial di antara para peserta gerakan, menciptakan rasa kebersamaan meskipun mereka berada di lokasi yang berbeda ⁵. Media sosial mempercepat penyebaran informasi dan memungkinkan berbagai individu untuk berpartisipasi dalam dialog yang memperkuat solidaritas. Hal ini menunjukkan bahwa konten visual @BarengWarga tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun ikatan emosional yang mendukung mobilisasi massa.

Konten visual yang diunggah oleh akun @BarengWarga dalam kampanye #IndonesiaGelap menunjukkan pola komunikasi yang sarat dengan narasi kritis dan motif sosial-politik tertentu. Visual-visual tersebut tidak hanya dimaksudkan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga dirancang untuk membangun keterhubungan emosional dengan audiens, serta mengarahkan opini publik terhadap isu-isu yang sedang berkembang. Dalam banyak unggahan, narasi yang dibentuk cenderung mengandung kritik terhadap kebijakan negara, seruan kolektif, dan penggambaran situasi darurat, yang ditampilkan melalui bahasa yang provokatif, satire, atau moralistik. Meskipun praktik ini menjadi bagian penting dari dinamika aktivisme digital, belum banyak kajian yang secara khusus menelaah bagaimana narasi dalam

⁵ Sry Lestari Samosir, “Refleksi ‘Peringatan Darurat’: kekuatan media sosial dalam memobilisasi demokrasi,” 2024 <<https://theconversation.com/refleksi-peringatan-darurat-kekuatan-media-sosial-dalam-memobilisasi-demokrasi-237485>> [diakses 14 Juli 2025].

konten visual digunakan sebagai bentuk adaptasi terhadap tantangan politik, seperti risiko sensor akibat UU ITE atau tekanan ideologis dari aktor dominan. Kurangnya perhatian terhadap aspek ini menunjukkan celah dalam studi aktivisme digital di Indonesia, padahal konten visual memainkan peran sentral dalam membentuk kesadaran bersama dan mendorong keterlibatan publik melalui ruang digital. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut melalui analisis atas narasi dan motif visual yang digunakan dalam praktik advokasi dan mobilisasi digital.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konten visual yang diunggah oleh akun @BarengWarga memfasilitasi mobilisasi massa di ruang digital melalui tagar #IndonesiaGelap, dengan menggunakan teori aktivisme digital dari Sandor Vegh sebagai kerangka analisis. Fokus utama dari penelitian ini adalah menganalisis narasi, motif, dan pesan sosial-politik yang dikonstruksikan dalam berbagai bentuk konten visual seperti meme, infografis, poster digital, dan video pendek. Konten-konten tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi bagaimana mereka digunakan dalam tahapan-tahapan aktivisme digital, yaitu advokasi (penyebaran isu dan peningkatan kesadaran), mobilisasi (pembangunan ajakan atau seruan keterlibatan), dan aksi (respon langsung terhadap isu tertentu dalam bentuk protes digital). Penelitian ini tidak menitikberatkan pada unsur desain atau estetika visual, melainkan memfokuskan diri pada struktur naratif dan pola komunikasi dalam isi visual. Penelitian ini menempatkan konten visual sebagai bagian penting dari komunikasi strategis dalam dinamika aktivisme digital di Indonesia, khususnya dalam membentuk opini publik dan solidaritas kolektif melalui ruang media sosial.

Namun, terdapat gap pengetahuan tentang bagaimana konten visual memengaruhi aksi kolektif, terutama dalam konteks budaya kolektivisme Indonesia yang menekankan solidaritas. Sebagian besar penelitian aktivisme digital berfokus pada narasi teks, seperti cuitan atau artikel, sementara peran konten visual yang memiliki daya tarik emosional dan penyebaran cepat kurang dieksplorasi secara mendalam. Dalam konteks Indonesia, tantangan sosial-politik, seperti pembatasan kebebasan berekspresi melalui UU ITE, memaksa aktivis menggunakan visual implisit, seperti karikatur dengan humor lokal, untuk menghindari sensor. Namun, mekanisme bagaimana visual ini membentuk narasi protes dan mendorong mobilisasi belum sepenuhnya dipahami. Budaya kolektivisme, yang mendorong gotong royong, memperkuat potensi konten visual untuk membangun solidaritas, tetapi studi spesifik tentang tagar #IndonesiaGelap dan akun @BarengWarga masih terbatas, menciptakan kebutuhan untuk analisis mendalam.

Berbagai studi terdahulu telah mengkaji dinamika media sosial sebagai ruang lahirnya ekspresi kolektif dan respons terhadap isu sosial-politik. Penelitian tentang cancel culture (Mayasari, 2022), budaya meme (Nugraha et al., 2015), serta partisipasi politik berbasis fandom (Rani, 2025) menunjukkan bahwa media digital memfasilitasi terbentuknya opini publik dan solidaritas komunitas. Studi lain menyoroti aktivisme tematik di platform visual seperti Instagram dan TikTok, misalnya dalam kampanye feminis (Purwaningtyas, 2021) dan gerakan anti-kekerasan berbasis gender (Fatimatuzzahro & Achmad, 2022). Meskipun demikian, kajian yang secara spesifik menganalisis penggunaan konten visual sebagai

instrumen mobilisasi digital berbasis tagar di platform X (Twitter) masih terbatas. Penelitian ini menempatkan diri dalam konteks tersebut dengan menggunakan teori aktivisme digital Sandor Vegh untuk memahami bagaimana konten visual, interaksi pengguna, dan struktur algoritmik membentuk narasi sosial-politik dan mendorong partisipasi massa melalui tagar #IndonesiaGelap.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian yang telah diidentifikasi, studi ini merumuskan satu pertanyaan utama sebagai fokus eksplorasi, yaitu: "Bagaimana aktivisme digital dalam ruang virtual berlangsung melalui hashtag #IndonesiaGelap di akun X @BarengWarga?" Pertanyaan ini diarahkan untuk memahami bagaimana narasi dan motif sosial-politik dibentuk melalui konten visual yang diunggah oleh akun tersebut, serta bagaimana materi visual digunakan untuk menjalankan fungsi advokasi, mobilisasi, dan aksi dalam konteks aktivisme digital. Dengan menggunakan teori aktivisme digital dari Sandor Vegh, penelitian ini menganalisis konten visual bukan semata sebagai media ekspresi, melainkan sebagai strategi komunikasi dalam menyampaikan kritik sosial, membangun solidaritas digital, dan mendorong partisipasi publik di tengah dinamika sosial-politik Indonesia.

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka teori aktivisme digital dari Sandor Vegh yang membagi praktik digital ke dalam tiga tahap: advokasi, mobilisasi, dan aksi. Kerangka ini memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap bagaimana konten visual digunakan untuk membentuk kesadaran, mengorganisasi partisipasi, dan mendorong tindakan

kolektif. Dalam konteks Indonesia yang memiliki budaya kolektivistik, tantangan regulatif melalui UU ITE, serta lanskap politik yang dinamis, studi ini memosisikan dirinya sebagai upaya untuk memahami bagaimana komunikasi visual berperan dalam strategi mobilisasi digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan kajian aktivisme digital, sekaligus menawarkan wawasan praktis bagi para pelaku gerakan sosial dalam merancang strategi komunikasi yang adaptif terhadap ekosistem media sosial di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Aktivisme Digital dalam Ruang Virtual pada Hashtag
#IndonesiaGelap di Akun X @BarengWarga?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Aktivisme Digital terjadi di ruang virtual melalui tagar #IndonesiaGelap dengan fokus pada peran konten visual akun X @BarengWarga dalam membentuk narasi dan keterlibatan audiens.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman akademis mengenai praktik aktivisme digital, khususnya dalam konteks media sosial berbasis visual di Indonesia. Dengan menggunakan kerangka aktivisme

digital dari Sandor Vegh, studi ini mencoba menguraikan tahapan advokasi, mobilisasi, dan aksi dalam gerakan sosial berbasis tagar, yang masih jarang dikaji secara sistematis di lingkungan akademik lokal.

- b. Studi ini berupaya menerapkan teori aktivisme digital dalam konteks komunikasi visual politik, dengan fokus pada bagaimana konten seperti meme, poster, dan infografis digunakan dalam kampanye digital. Hal ini dapat menjadi pijakan awal bagi pengembangan kajian teoritis yang mengaitkan strategi visual dengan bentuk-bentuk keterlibatan publik dalam isu sosial-politik secara daring.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh aktor digital seperti @BarengWarga untuk merancang konten visual yang efektif dalam memobilisasi massa. Studi ini menawarkan strategi praktis untuk memanfaatkan elemen visual guna meningkatkan keterlibatan audiens di media sosial.
- b. Penelitian ini mengidentifikasi tantangan seperti misinformasi dan pembatasan kebebasan berekspresi di Indonesia, membantu aktor digital mengembangkan strategi yang lebih aman dan kredibel. Temuan ini dapat digunakan untuk mendidik komunitas tentang pentingnya konten visual yang faktual dalam gerakan sosial.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan cara memandang dunia yang terdiri atas seperangkat asumsi filosofis yang membimbing dan mengarahkan cara berpikir dan bertindak peneliti.⁶ Paradigma postpositivisme digunakan dalam penelitian ini karena memberikan ruang bagi eksplorasi fenomena sosial secara mendalam dengan mempertimbangkan konteks, makna subjektif, dan dinamika relasi di ruang digital. Postpositivisme berkembang sebagai respons terhadap keterbatasan paradigma positivistik dalam memahami kompleksitas perilaku manusia yang tidak selalu dapat diukur secara empiris atau absolut. Menurut Mertens (2005), postpositivisme tetap menghargai prinsip objektivitas, tetapi memandang bahwa pengetahuan sosial bersifat terbatas dan hanya dapat dipahami secara probabilistik.⁷ Paradigma ini sejalan dengan pendekatan kualitatif karena membuka ruang bagi interpretasi terhadap realitas sosial yang dikonstruksi melalui interaksi simbolik, termasuk dalam konteks media sosial. Dalam studi ini, paradigma postpositivisme dianggap sesuai untuk menelaah bagaimana konten visual dan interaksi digital membentuk proses mobilisasi massa di platform X.

⁶ Donna M. Mertens, *Research and Evaluation in Education and Psychology_ Integrating Diversity With Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods-SAGE Publications, Inc (2009).pdf*, ed. oleh Vicki Knight, 3rd ed. (SAGE Publications, Inc.), hal. 7.

⁷ Mertens, hal. 12.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yang memungkinkan peneliti memahami fenomena secara mendalam melalui eksplorasi makna, konteks sosial, dan pola interaksi yang terbentuk di ruang digital. Menurut Sugiyono (2023), metode kualitatif digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi yang alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen kunci.⁸ Penelitian ini difokuskan pada analisis konten visual dalam kampanye tagar #IndonesiaGelap melalui akun @BarengWarga di platform X (Twitter). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital terhadap unggahan seperti meme, infografis, karikatur, dan video pendek, serta keterlibatan pengguna melalui retweet, komentar, kutipan, dan pembagian konten selama periode Februari hingga Maret 2025. Analisis konten visual digunakan untuk mengidentifikasi desain, simbolisme, dan narasi dalam setiap unggahan, sementara interaksi pengguna dianalisis untuk melihat bentuk partisipasi dan mobilisasi digital. Bila memungkinkan, wawancara mendalam dengan pengelola akun atau pengguna aktif juga akan dilakukan guna memperkaya data interpretatif. Data dianalisis dengan pendekatan tematik dan interpretatif, menggunakan kerangka aktivisme digital Sandor Vegh untuk memahami dinamika advokasi, mobilisasi, dan aksi yang terbangun melalui komunikasi visual di media sosial.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*, Metode Penelitian Kualitatif (ALFABETA BANDUNG, 2023), hal. 15.

1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah akun X @BarengWarga, yang dipilih karena posisinya sebagai aktor digital kolektif yang aktif terlibat dalam praktik advokasi isu-isu sosial-politik di Indonesia. Akun ini dikenal karena konsistensinya dalam memproduksi dan menyebarkan konten visual yang memuat kritik, ajakan, serta narasi perlawanan terhadap kebijakan publik melalui pendekatan komunikasi digital yang partisipatif. Dalam konteks kampanye #IndonesiaGelap, @BarengWarga berperan penting sebagai penggerak distribusi informasi alternatif sekaligus pengkonsolidasi opini publik di ruang virtual. Identitas akun yang bersifat non-figuratif, berbasis komunitas, dan tidak terafiliasi secara langsung dengan lembaga politik menjadikannya representatif dari karakter aktivisme digital kontemporer. Oleh karena itu, akun ini dianggap relevan untuk dikaji dalam kerangka teori aktivisme digital karena mencerminkan bentuk advokasi berbasis media sosial yang tumbuh secara organik dari inisiatif warga.

Objek dalam penelitian ini adalah konten visual yang diunggah oleh akun @BarengWarga dalam kampanye #IndonesiaGelap di platform X, dengan batasan waktu antara Februari hingga Maret 2025. Konten tersebut meliputi berbagai bentuk visual seperti meme, poster digital, infografis, dan video pendek yang menampilkan narasi protes, seruan kolektif, serta motif sosial-politik tertentu. Pemilihan periode unggah ini didasarkan pada fakta bahwa bulan Februari 2025 menandai puncak viralnya tagar #IndonesiaGelap,

bersamaan dengan meningkatnya aksi protes digital maupun diskursus publik terhadap kebijakan pemerintah yang kontroversial. Sementara itu, bulan Maret menjadi periode penting untuk melihat konsistensi narasi dan motif visual yang digunakan setelah momentum awal tersebut. Fokus analisis diarahkan pada bagaimana konten visual dalam rentang waktu ini digunakan sebagai strategi komunikasi dalam tahapan aktivisme digital yakni advokasi, mobilisasi, dan aksi sebagaimana dikategorikan oleh Sandor Vegh.

1.6 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari pengamatan dan interaksi dengan ruang digital, khususnya platform X, untuk menangkap dinamika mobilisasi massa melalui tagar #IndonesiaGelap. Data ini mencakup konten visual yang diunggah oleh akun @BarengWarga, seperti meme, infografis, karikatur, dan video pendek, yang dikumpulkan melalui observasi digital selama periode Februari hingga Maret 2025. Selain itu, data primer meliputi interaksi pengguna dengan unggahan tersebut, seperti retweet, komentar, dan pembagian konten, yang diamati untuk memahami pola keterlibatan dan respons emosional audiens. Data primer ini penting karena memberikan wawasan langsung tentang bagaimana elemen visual dan interaksi digital membentuk aksi kolektif dalam konteks budaya dan sosial-politik Indonesia.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber-sumber yang telah tersedia untuk mendukung konteks dan analisis fenomena #IndonesiaGelap. Data ini mencakup laporan dan publikasi dari organisasi seperti We Are Social, yang menyediakan statistik tentang penggunaan media sosial di Indonesia, serta laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang penetrasi internet. Selain itu, data sekunder meliputi laporan Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai tingkat kemiskinan, laporan Freedom House (2024) tentang kebebasan internet, dan Amnesty International Indonesia (2024) tentang pelanggaran kebebasan berekspresi, yang memberikan konteks sosial-politik penelitian. Artikel berita, seperti laporan Tempo (2025) tentang demonstrasi BEM SI, serta studi terkait aktivisme digital dari lembaga seperti Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) dan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo), juga digunakan untuk memperkaya pemahaman tentang dinamika media sosial dan tantangan misinformasi. Data sekunder ini berfungsi untuk melengkapi data primer dengan memberikan latar belakang dan perspektif eksternal tentang aktivisme digital di Indonesia.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data utama dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁹ Ketiga teknik tersebut

⁹ Sugiyono, hal. 224.

digunakan secara terpadu untuk menggali data mendalam mengenai fenomena sosial yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, wawancara tidak dilakukan karena fokus studi terletak pada analisis konten visual yang sudah tersedia di ruang digital. Oleh karena itu, teknik yang digunakan meliputi observasi, dokumentasi, dan studi pustaka, yang saling melengkapi untuk menghasilkan pemahaman komprehensif terhadap praktik aktivisme digital yang dijalankan melalui kampanye #IndonesiaGelap oleh akun @BarengWarga.

Observasi

Sesuai penjelasan Sugiyono (2023:106), observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan untuk mengamati secara langsung gejala yang muncul di lapangan.¹⁰ Dalam konteks ini, observasi dilakukan secara daring (online) dengan memantau unggahan akun @BarengWarga di platform X selama periode Februari–Maret 2025. Peneliti mencermati jenis-jenis konten visual seperti meme, infografis, poster digital, dan video pendek, serta pola interaksi pengguna berupa retweet, komentar, kutipan, dan penyebaran konten. Observasi ini bertujuan untuk menangkap dinamika partisipasi, ekspresi solidaritas digital, serta potensi mobilisasi massa di ruang virtual.

Dokumentasi

Teknik ini menurut Sugiyono (2023:124), digunakan untuk memperoleh data yang bersumber dari arsip, dokumen pribadi, foto, video, dan media daring. Peneliti

¹⁰ Sugiyono, hal. 106.

mengumpulkan data berupa tangkapan layar (screenshot), tautan unggahan visual, statistik engagement, dan arsip digital dari kampanye #IndonesiaGelap. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti konkret dan dapat diverifikasi, yang kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi motif visual, narasi kritik sosial, serta strategi komunikasi yang digunakan oleh akun @BarengWarga dalam membangun narasi perlawanan.

Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan sebagai pelengkap dalam mendukung kerangka teoritis serta memperkuat analisis terhadap fenomena aktivisme digital di Indonesia. Menurut Sugiyono (2023:208), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang relevan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini, studi pustaka mencakup telaah terhadap teori aktivisme digital, studi-studi sebelumnya tentang gerakan sosial di media digital, serta konteks sosial-politik yang melatarbelakangi kampanye #IndonesiaGelap. Sumber yang digunakan antara lain jurnal ilmiah, buku, laporan tahunan seperti We Are Social dan Freedom House, serta artikel berita daring. Studi pustaka berperan penting dalam memperluas wawasan teoretis peneliti, menyusun konsep kunci, dan mengidentifikasi gap penelitian sebelumnya untuk memosisikan studi ini secara ilmiah. Selain itu, studi pustaka membantu membangun pemahaman terhadap lanskap media sosial Indonesia dan praktik komunikasi digital yang khas secara kultural dan politis.

1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono, yang terdiri dari tiga komponen utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.¹¹ Model ini dianggap tepat karena bersifat simultan dan saling berkaitan, sehingga dapat menangkap dinamika dan makna yang kompleks dalam ruang digital seperti platform X. Penjabaran tiga langkah tersebut adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasi data kasar dari catatan lapangan dan dokumentasi menjadi data yang relevan.¹² Dalam konteks penelitian ini, reduksi dilakukan terhadap konten visual dari akun @BarengWarga (meme, karikatur, infografis, dan video pendek), serta interaksi pengguna seperti komentar, retweet, dan pembagian konten. Peneliti menyeleksi data berdasarkan keterkaitannya dengan tema mobilisasi massa dan simbolisme budaya, lalu mengelompokkan berdasarkan waktu, jenis konten, serta respons yang ditimbulkan.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses mengorganisasikan data dalam bentuk naratif, matriks, tabel, atau diagram yang memungkinkan penarikan kesimpulan secara

¹¹ Sugiyono, hal. 133.

¹² Sugiyono, hal. 135.

sistematis.¹³ Dalam penelitian ini, data disajikan melalui tabel koding manual dan uraian naratif untuk memetakan narasi dan motif sosial-politik yang muncul dalam konten visual kampanye #IndonesiaGelap oleh akun @BarengWarga. Tabel digunakan untuk mengelompokkan temuan berdasarkan kategori seperti jenis konten (meme, infografis, poster, video pendek), isu yang diangkat (kebijakan, ketimpangan, krisis), serta bentuk narasi (kritik, ajakan, empati). Sementara itu, deskripsi naratif digunakan untuk menjelaskan secara mendalam konteks dan pola pesan dalam unggahan. Penyajian ini bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antar-tema serta menjelaskan bagaimana konten visual tersebut berperan dalam tahapan aktivisme digital, yakni advokasi, mobilisasi, dan aksi, sebagaimana dijelaskan oleh Sandor Vegh.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan sementara yang terus diverifikasi sepanjang proses penelitian. Kesimpulan bersifat tentative dan dapat berubah ketika ditemukan data baru.¹⁴ Dalam studi ini, kesimpulan ditarik dari pola narasi yang muncul dalam unggahan dan interaksi digital, serta diperkuat melalui triangulasi dengan data sekunder seperti laporan dari APJII, BPS, Freedom House, atau berita daring. Proses verifikasi dilakukan secara terus-menerus untuk menjamin kredibilitas interpretasi, dan hasil akhirnya adalah pemahaman yang

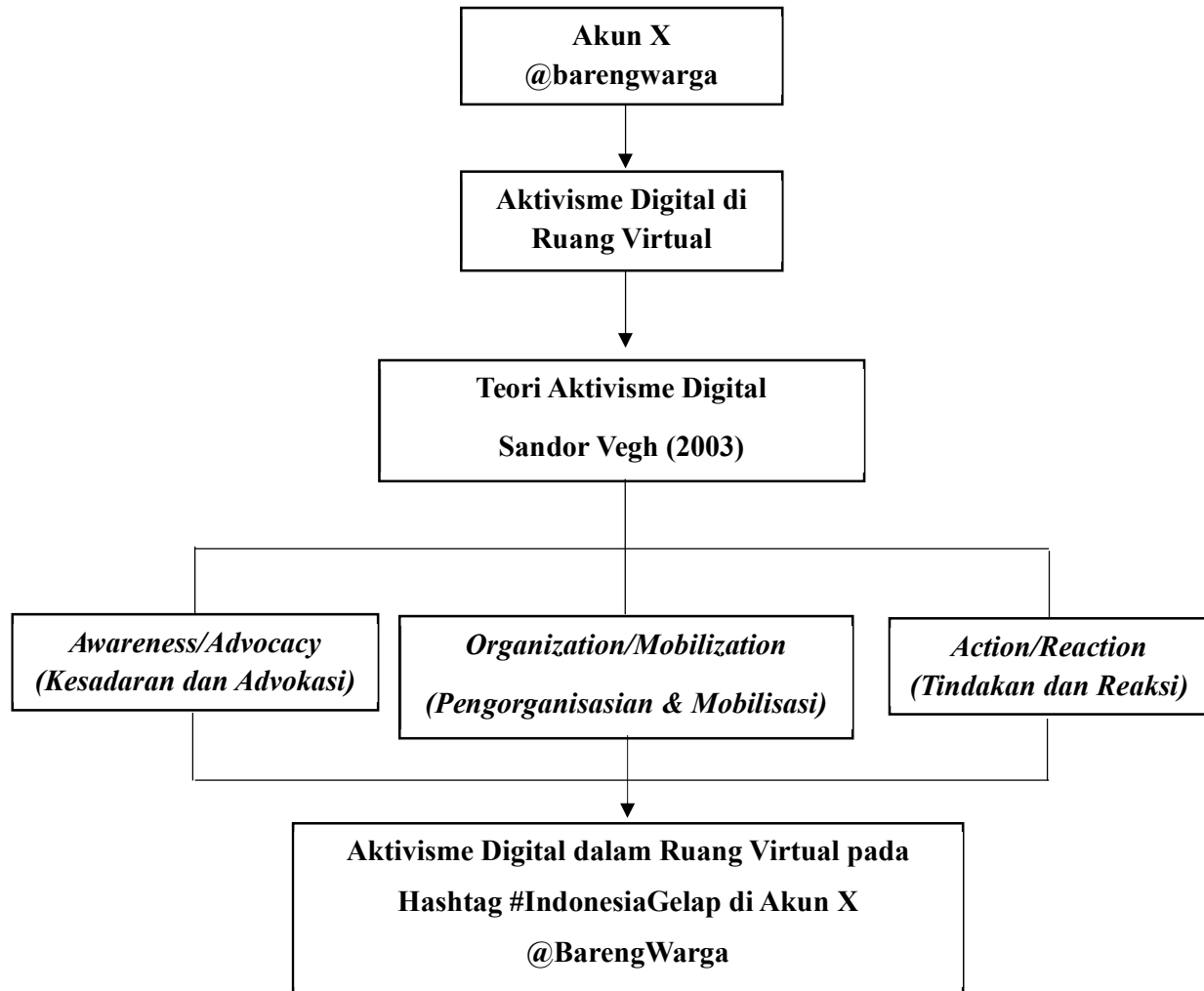
¹³ Sugiyono, hal. 137.

¹⁴ Sugiyono, hal. 141.

mendalam mengenai bagaimana konten visual digunakan sebagai alat mobilisasi massa dalam ruang virtual.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep, dan Operasionalisasi Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



Gambar 1.9.1 Kerangka Konsep Penelitian

1.9.2 Definisi Konsep

a. X/Twitter

Platform X, yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter, merupakan salah satu media sosial berbasis microblogging yang paling berpengaruh dalam lanskap komunikasi digital global. Platform ini dirancang untuk memungkinkan pertukaran informasi secara cepat, terbuka, dan real-time melalui pesan-pesan singkat (posts) yang dapat disertai teks, gambar, video, maupun tautan. Karakteristik utama X terletak pada kemampuannya menciptakan alur komunikasi publik yang dinamis dan terkoneksi, dengan fitur-fitur interaktif yang mendukung keterlibatan massal. Sebagaimana dijelaskan dalam panduan resmi Highperformr (2024), X menjadi ruang penting dalam percakapan digital karena menghadirkan beragam alat yang memungkinkan pengguna menyebarkan, menemukan, dan merespons informasi dengan efisien.¹⁵ Berikut ini adalah fitur-fitur utama yang membentuk pengalaman pengguna di platform X:

1. *Post* (dulu Tweet)

Fitur inti yang memungkinkan pengguna menulis dan membagikan pesan singkat hingga 280 karakter. Post dapat disertai gambar, video, GIF, tautan, atau polling untuk memperkaya isi pesan.

¹⁵ Ajay Prem, "What is X (Twitter)? - A Comprehensive Guide | Highperformr," 2025
<<https://www.highperformr.ai/blog/what-is-twitter-a-comprehensive-guide>> [diakses 11 Juli 2025].

2. *Repost dan Quote*

1. Repost digunakan untuk membagikan ulang posting dari akun lain ke linimasa sendiri.
2. Quote memungkinkan pengguna menambahkan komentar atau konteks tambahan saat membagikan ulang posting tertentu.

3. *Hashtag (#)*

Simbol # digunakan untuk menandai kata atau frasa yang menjadi topik tertentu. Ketika diklik, hashtag membawa pengguna ke halaman berisi kumpulan posting serupa, sehingga memudahkan pelacakan diskusi dan pengorganisasian informasi secara tematik. Hashtag juga digunakan dalam sistem Trending Topics untuk menentukan topik yang sedang populer.

4. *Mention (@)*

Fitur untuk menanggapi atau mengomentari posting orang lain secara langsung. Reply merupakan inti percakapan di X dan berperan penting dalam menciptakan diskusi terbuka di ruang digital.

5. *Reply (Balasan)*

Fitur yang digunakan untuk menyebut atau merujuk langsung ke akun pengguna lain. Mention memungkinkan percakapan terbuka dan interaksi langsung antar pengguna di ruang publik.

6. Trends (Trending Topics)

Menampilkan daftar topik, hashtag, atau kata kunci yang sedang ramai dibicarakan oleh pengguna dalam kurun waktu tertentu. Trends bersifat lokal maupun global dan ditentukan oleh algoritma berdasarkan volume dan kecepatan interaksi.

b. Digital Activism

Menurut Sandor Vegh (2003:71), digital activism atau online activism adalah “political activism that uses the Internet as a vehicle for communication and organization.” Aktivisme ini menjadikan internet bukan sekadar alat bantu, tetapi sebagai ruang utama untuk menyampaikan pendapat, membangun jaringan, dan menyusun aksi kolektif secara strategis dalam ranah politik atau sosial.

Lebih lanjut, Vegh (2003:72–73) membagi bentuk aktivisme digital menjadi tiga kategori berdasarkan arah inisiatif dan tahapan keterlibatan:

1. Awareness/Advocacy (Kesadaran/Advokasi)

Tahap awal dari aktivisme digital, di mana fokus utamanya adalah menyebarkan informasi untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap suatu isu. Aktivitas ini mencakup pembuatan dan distribusi artikel, petisi daring, meme informatif, atau postingan media sosial yang bertujuan memperkenalkan atau memperjelas isu kepada khalayak luas. Di tahap ini, masyarakat belum dimobilisasi secara aktif, namun mulai dikenalkan pada permasalahan sosial atau politik tertentu.

2. *Organization/Mobilization* (Organisasi/Mobilisasi)

Aktivitas digital yang bertujuan mengajak partisipasi publik untuk melakukan sesuatu secara kolektif. Di tahap ini, internet digunakan untuk mengorganisasi, menghubungkan individu, dan mengoordinasikan kegiatan, baik daring maupun luring.

3. *Action/Reaction* (Aksi/Reaksi)

Merupakan bentuk aksi langsung yang bersifat responsif terhadap suatu peristiwa, kebijakan, atau isu tertentu. Aksi ini bisa berupa kampanye tagar, email bombing, website redirection, hingga bentuk intervensi teknis lainnya. Tujuannya adalah menyampaikan penolakan atau menekan perubahan secara langsung di ruang digital.

1.9.3 Operasionalisasi Konsep

1. Awareness/Advocacy

Konsep awareness atau advocacy dioperasionalkan sebagai bentuk konten visual yang berfungsi untuk menyampaikan informasi atau membangun kesadaran publik terhadap isu tertentu. Dalam penelitian ini, konten yang masuk dalam kategori ini dikenali melalui karakteristik narasi yang bersifat informatif, edukatif, atau penjelasan atas suatu kondisi sosial-politik. Peneliti mengidentifikasi unggahan yang menampilkan data, kutipan tokoh, kronologi peristiwa, atau infografis yang menjelaskan inti masalah kepada audiens tanpa menyertakan ajakan langsung. Penilaian dilakukan dengan membaca secara cermat isi pesan visual yang muncul, serta memperhatikan apakah tujuan utama

unggahan adalah untuk menyampaikan informasi atau membentuk opini publik awal. Kategori ini digunakan untuk menunjukkan bagaimana tahap awal aktivisme digital berfungsi sebagai pembuka kesadaran audiens terhadap isu-isu yang sedang diangkat.

2. Organization/Mobilization

Mobilisasi dioperasionalkan sebagai konten visual yang menunjukkan adanya ajakan kepada audiens untuk berpartisipasi dalam gerakan kolektif, baik secara daring maupun luring. Konten yang termasuk dalam bentuk ini dapat dikenali melalui adanya seruan atau imbauan langsung dalam narasi visual, seperti ajakan membagikan konten, mengikuti kampanye tagar, menghadiri aksi, atau terlibat dalam percakapan digital yang bersifat kolektif. Peneliti mengamati apakah terdapat kalimat-kalimat ajakan, kata kerja aktif seperti “dukung,” “ikut,” “suarakan,” atau ekspresi kolektif yang mencerminkan semangat kebersamaan. Proses identifikasi dilakukan dengan menelaah isi pesan secara menyeluruh dan mencatat kemunculan ajakan partisipatif dalam konteks kampanye. Dengan demikian, kategori ini membantu mengungkap bagaimana konten visual tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif dari publik.

3. Action/Reaction

Kategori action atau reaction dioperasionalkan sebagai bentuk konten visual yang bersifat reaktif terhadap peristiwa atau kebijakan tertentu, sering kali

dengan nada kritis, satiris, atau ekspresif. Untuk mengidentifikasinya, peneliti menelusuri unggahan yang muncul dalam waktu berdekatan dengan peristiwa sosial-politik yang sedang hangat, serta memperhatikan narasi visual yang memuat ekspresi kemarahan, sindiran, atau protes digital. Tanda-tanda dari bentuk ini dapat dilihat melalui gaya bahasa yang tajam, penggunaan visual yang simbolik, dan keberadaan tuntutan yang bersifat langsung atau desakan perubahan. Proses identifikasi dilakukan dengan membandingkan waktu unggahan dengan kejadian aktual dan menelaah substansi kritik dalam pesan visual. Kategori ini mencerminkan dimensi reaktif dari aktivisme digital, di mana media sosial digunakan sebagai saluran protes publik yang cepat, terbuka, dan emosional.