

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Aktivisme digital menjadi sebuah keniscayaan bagi masyarakat kontemporer (Ismail, Mungsi, dan Hans, 2019). Hal ini disebabkan oleh kuantitas pengguna internet yang meningkat dari tahun ke tahun di seluruh dunia (Worldbank, 2020). Meskipun umumnya aktivisme digital masih dibarengi aktivisme *offline*, tetapi aktivisme digital pada saatnya, akan sepenuhnya menggantikan aktivisme offline. Hal ini dapat terjadi berdasarkan proyeksi data jumlah pengguna internet di dunia yang akan mencapai 90% pada tahun 2050 (Mackay, 2020).

Aktivisme digital menggunakan sejumlah metode untuk melakukan mobilisasi massa dan tindakan politik. Metode dalam melakukan aktivisme digital antara lain adalah petisi *online*; email dan aktivisme berbasis teks; *advocacy suites* (sistem advokasi online yang menghubungkan komunikasi antara publik dan pemerintah); perangkat lunak pemetaan; penggalangan dana online; pawai dan demonstrasi online; pembangkangan sipil online; dan aktivisme di media sosial (McNutt, 2018).

Media sosial sebagai salah satu metode aktivisme digital telah berhasil memperkuat gerakan sosial (Eren-Erdoğan dan Ergun, 2017). Hal ini dibuktikan dengan survei yang dilakukan Pew Research Center tahun 2018, bahwa sebanyak 53% dari penduduk Amerika Serikat pernah terlibat setidaknya sekali dalam

aktivisme digital di media sosial (Anderson, Toor, Rainie, dan Smith, 2018). Hal ini karena media sosial menyediakan ruang partisipasi politik bagi publik yang demokratis, bebas, dan ekspresif melalui jaringan (Fuchs dan Sandoval, 2013).

Aktivisme digital di media sosial meningkat karena dua faktor, yakni keunikan karakteristik media sosial (Lim, 2017) dan inklusivitas informasi (Gilbert, 2021). Lim (2017) menulis sejumlah karakteristik media sosial yang mendorong aktivisme digital, yaitu jaringan luas, murah, cepat, anonim, tak terbatas, berisiko rendah, hanya membutuhkan aksi kecil yang relatif mudah, mudah akses, dan dibalut dalam narasi sederhana yang ringan. Media sosial telah mengurangi kesenjangan informasi antara penguasa dan aktivis sehingga kedua belah pihak mendapat kesempatan untuk mendapat dukungan dan komentar yang setara (Gilbert, 2021). Lynch (2011) menyatakan bahwa media sosial berdampak positif atas gerakan sosial melalui empat cara, yaitu mengatur dan mengoordinasikan warga yang tidak puas untuk bertindak secara kolektif; menciptakan arus informasi untuk membuat pengunjung rasa percaya akan keberhasilan aksi; berjuang melawan represi oleh rezim yang berkuasa; dan mencapai publisitas berskala regional maupun global.

Media sosial sebagai salah satu bentuk aktivisme digital di Indonesia sudah digunakan sebelum reformasi dan terus berlanjut hingga saat ini (Lim, 2006). Peningkatan jumlah aktivisme digital di Indonesia sejalan dengan jumlah pengguna media sosial Indonesia yang turut meningkat dari tahun ke tahun. Nurhayati-Wolff (2021) dalam survei Statista memproyeksikan bahwa pengguna media sosial di Indonesia akan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2026.

TikTok merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan sebagai media aktivisme digital (Borissova, 2019). Popularitas TikTok dibuktikan dalam survei yang dilakukan Reach3 Insight, sebanyak 77% pengguna menyatakan bahwa TikTok memberi informasi tentang politik dan keadilan sosial dan 94% pengguna meyakini bahwa TikTok berperan penting dalam aktivisme Black Lives Matter (Hosie, 2020). TikTok awalnya hanyalah media sosial berbagi video singkat yang berisi video tarian tangan dan sulih suara. Akan tetapi, TikTok kini bertransformasi menjadi sebuah sarana ekspresi politik kolektif oleh anak muda melalui pembentukan ideologi, *trolling*, dan aktivisme politik (Herrman, 2020). Ekspresi politik TikTok direpresentasikan melalui sumber daya simbolis berupa tagar, atribut fisik, visual, tarian viral, dan latar belakang suara populer (Herrman, 2020).

TikTok memiliki daya tarik (Kaseljo, 2020), daya ingat (Rogers, 2020), dan struktur baru yang membuatnya dipilih sebagai medium utama aktivisme digital (Schellewald, 2021). Daya tarik TikTok terletak pada keaslian konten yang dibuat (Oktaviana, Achmad, Arviani, dan Kusnarto, 2021). Sementara itu, daya ingat TikTok terletak pada konten video yang musikal, bernilai seni, dan efek video yang menghibur (Rogers, 2020). Sedangkan dari segi struktur, TikTok memiliki struktur yang lebih mutakhir daripada media sosial lain dalam mengeksplorasi keberagaman konten, yakni laman For Your Page (FYP). FYP didesain dengan algoritma yang didasarkan pada variabilitas, keunikan, dan kebaruan konten alih-alih minat, pengikut, atau pencarian (Schellewald, 2021). Dengan demikian, pengguna TikTok akan mendapatkan akses terhadap konten di luar preferensi pribadinya dan terhindar dari gelembung informasi (Remotivi, 2017) sehingga memungkinkan

TikTok menjadi medium paling efektif untuk membentuk opini dan mencetuskan dialog publik terhadap sebuah isu (Jarvis, 2021).

Beberapa bulan terakhir, terdapat aktivisme digital yang viral di TikTok bertajuk #WIIWY. #WIIWY atau “What If It Was You” merupakan aktivisme yang dipelopori oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia angkatan 2021 (FISIP UI 21) dan #MentalHealthAwareness untuk memberikan kesadaran pada publik mengenai KBGO dan *cyberbullying*. Aktivisme ini dimulai pada tanggal 11 Agustus 2021 hingga sekarang dan telah dikembangkan lebih lanjut oleh Pusat Penguatan Karakter Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia (Puspeka Kemendikbud).

#WIIWY dilatarbelakangi oleh peningkatan kasus KBGO (Komnas Perempuan, 2021) dan *cyberbullying* (UNICEF, 2020) selama pandemi COVID-19. Oleh karena itu, aktivisme ini berupaya untuk memberikan kesadaran pada publik tentang pentingnya menciptakan ruang aman di media sosial yang terbebas dari segala bentuk kekerasan. #WIIWY mengajak publik untuk berempati terhadap perasaan orang lain dengan menempatkan diri sebagai korban kekerasan di dunia maya “sehingga bisa lebih bijak untuk saring sebelum *sharing* saat berkomentar di media sosial” (Pusat Penguatan Karakter, 2021).

FISIP UI menggunakan platform media sosial Instagram dan TikTok dengan nama akun @wiiwy.21 untuk melakukan aktivisme. Namun, untuk berpartisipasi, publik dapat mengunggah konten di media sosial TikTok. Hal ini menjadikan aktivisme #WIIWY sebagai satu-satunya aktivisme digital yang berbasis di TikTok dan tidak dilakukan di seluruh media sosial (lintas platform).

Konten video yang diunggah dapat berupa pengalaman pribadi, kejadian di media sosial, atau video reaksi yang diunggah dengan fitur duet, dan stitch. Aktivisme #WIIWY telah diproduksi sebanyak 59.000.000 pengguna hingga 7 Oktober 2021.¹

Sebagai pencetus aktivisme, FISIP UI 21 memproduksi latar belakang suara dan logo yang digunakan dalam aktivisme ini. Lagu yang digunakan berasal dari musik film *The Incredible* yang berjudul *Life's Incredibles Again*. Tiap individu yang melakukan aktivisme ini umumnya akan menggunakan tagar, deskripsi, dan *pinned comment* mengenai aktivisme #WIIWY.



Gambar 1: Logo #WIIWY
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSeFXGXCE/>)

¹ Tautan tagar aktivisme digital #WIIWY di media sosial TikTok
<https://vt.tiktok.com/ZSeRqd22B/>

Fenomena aktivisme digital #WIIWY menunjukkan proses *media making* yang dilakukan oleh media sosial TikTok. Aktivisme #WIIWY mengalami penyebarluasan yang tak hanya melibatkan FISIP UI 21, #MentalHealthAwareness, ataupun Puspeka Kemendikbud. Akan tetapi, #WIIWY melibatkan partisipasi publik secara luas. Pengguna TikTok yang memproduksi video aktivisme #WIIWY akan mendapatkan keuntungan berupa *like*, komentar, maupun penambahan pengikut atas konten yang telah dibuat.

Isu KBGO dan cyberbullying sebagai aktivisme digital belum pernah diteliti di Indonesia. Sebelumnya, isu yang pernah diteliti hanya berfokus pada feminisme (Annisa, Sciences, dan Province, 2021; Maryani, Janitra, dan Ratmita, 2021), penolakan reformasi (Suwana, 2021), penolakan pembangunan (Alfirdaus dan Sitowin, 2021), kekerasan terhadap pekerja (Kholilurrohman et al., 2021), penolakan undang-undang (Alifiarry dan Kusumasari, 2021), konservasi binatang (Hersinta dan Sofia, 2020), kekerasan seksual terhadap perempuan (Saputri, 2020), lingkungan hidup (Sanjaya, 2017; Ulfa dan Fatchiya, 2017), kesetaraan gender (Rahmawan, Maryani, dan Preciosa, 2018), pengurangan konsumsi pangan (Gabriela Laras Dewi Swastika, 2019), diskriminasi sosial (Ayu, 2016), dan aksi massa (Nofrima, Nurmandi, Kusuma Dewi, dan Salahudin, 2020).

Penelitian dengan isu KBGO dan cyberbullying mutakhir dari segi isu. Akan tetapi, secara general topik KBGO dan cyberbullying sudah pernah diteliti sebelumnya. Penelitian terdahulu mengenai cyberbullying dilakukan oleh Haloho (2021) menggunakan metodologi penelitian eksplanatif kuantitatif dengan pengambilan data lapangan menggunakan kuesioner dan Achmad (2016) yang

melakukan penelitian tentang persepsi remaja Surabaya terhadap media sosial Ask.fm sebagai medium cyberbullying. Sementara itu, penelitian digital aktivisme mengenai KBGO pernah ditulis Ratnasari et al., (2021) dengan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus pada akun Instagram @awaskbgo.

Platform media sosial TikTok jarang digunakan untuk meneliti aktivisme digital (Hautea, Parks, Takahashi, dan Zeng, 2021). Di Indonesia, penelitian aktivisme digital di TikTok hanya berfokus pada aktivisme pencegahan COVID-19 (Hasiholan, Pratami, dan Wahid, 2020; Suryani, Zulfikri, dan Muhariani, 2021). Media sosial TikTok biasanya digunakan untuk meneliti tentang motif pengguna (Andrian, Luik, dan Tjahjo, 2021), pengungkapan jati diri (Aldila Safitri et al., 2021; Claresta dan Tamburian, 2021), *brand awareness* (Fahira, Februadi, dan Amalia, 2021), *personal branding* (Ishihara dan Oktavianti, 2021), *consumer engagement* (Ningrum dan Roostika, 2021), dan *content marketing* (Pinariya, Yulianti, Mitha, dan Larasaty, 2020).

Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai aktivisme digital tagar #WIIWY di media sosial TikTok untuk menambah variasi isu dalam penelitian aktivisme digital dan menjadi penelitian pertama di Indonesia yang meneliti platform media sosial TikTok dalam aktivisme sosial dengan isu selain COVID-19. Peneliti menggunakan metode etnografi virtual dengan meneliti motivasi pembuat aktivisme digital #WIIWY, penyebaran aktivisme digital #WIIWY di media sosial TikTok, dan peran media sosial TikTok dalam proses media making aktivisme digital.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimanakah aktivisme digital tagar #WIIWY di media sosial TikTok?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan bagaimana aktivisme digital tagar #WIIWY di media sosial TikTok.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya Cultural Studies tentang aktivisme digital di media sosial TikTok.

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi masyarakat untuk melakukan aktivisme digital di TikTok melalui tagar (seperti halnya #WIIWY) agar memberikan persuasi dan perubahan perilaku pada banyak orang.