

# **BAB I**

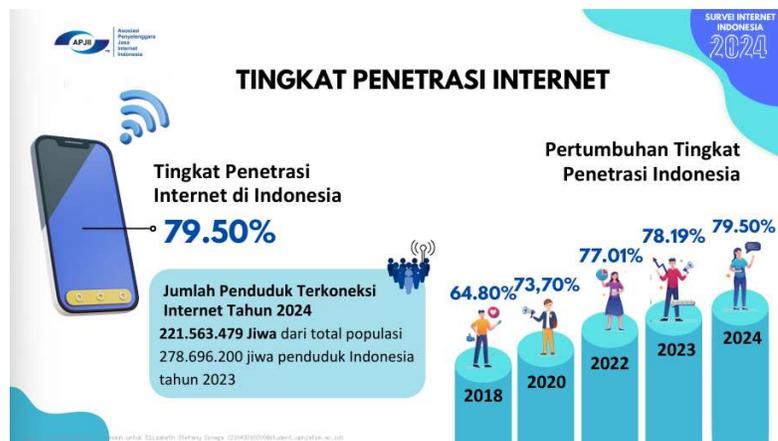
## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Era modernisasi memungkinkan berbagai aktivitas termasuk aktivitas sosial yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa terbatas ruang dan waktu. Saat ini, masyarakat di seluruh dunia dapat terhubung dan berkomunikasi melalui jaringan internet yang telah menjangkau hampir seluruh wilayah. Kemudahan akses ini menjadikan aktivitas sosial semakin dinamis dan sulit untuk dikontrol karena sifatnya yang bebas dan minim regulasi dalam penggunaan teknologi dan internet. Fenomena ini juga mendorong munculnya berbagai bentuk komunikasi baru yang lebih terbuka, interaktif dan lintas budaya. Modernisasi atau dikenal juga dengan *modernism* dianggap sebagai era yang paling maju secara teknologi dan memberikan pengaruh yang besar kepada masyarakat (Wear et al., 2023)

Survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menunjukkan bahwa Indonesia adalah salah satu pengguna internet terbanyak di tahun 2023 yang mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk. Terhitung sejak 2018 penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8% kemudian secara berurutan 73,7% di tahun 2020, 77,01% di tahun 2022 dan 78,19% di tahun 2023. Berdasarkan data tersebut tingkat penterasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% atau meningkat 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya (APJII, 2024)

Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia 2024

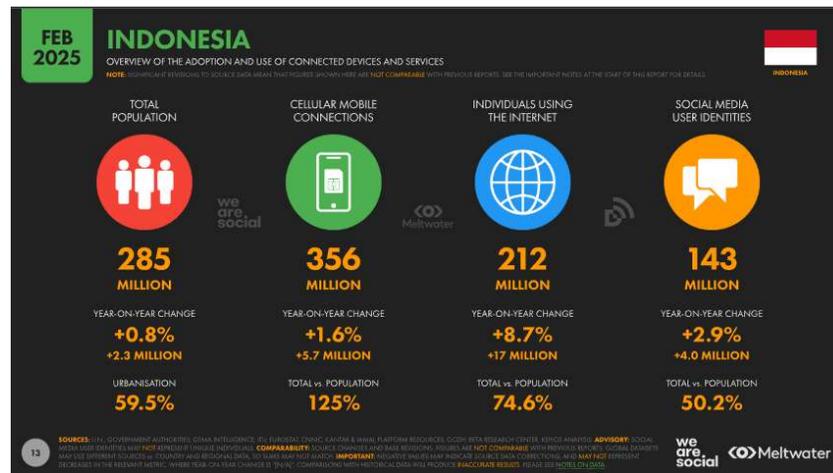


Mayoritas pengguna Internet di Indonesia menggunakan media sosial untuk keperluan mencari atau membagikan informasi dan hiburan. Media sosial dapat dikatakan sebagai sebuah medium daring yang dapat mendorong pengguna dalam berpartisipasi di berbagai tempat seperti *blog*, forum dan jejaring sosial. Jejaring sosial yang umum digunakan oleh publik saat ini adalah Instagram, TikTok, Facebook dan X. Media sosial merupakan platform yang memberikan sorotan pada eksistensi pengguna dengan memfasilitasi pengguna itu sendiri dalam aktivitas maupun kolaborasi (Setiadi, 2016).

Dalam definisi lain, media sosial lebih dianggap sebagai konvergen antara komunikasi pribadi dengan publik yang membuat media sosial mampu digunakan penggunaanya untuk berbagi ragam konten pada siapa saja tanpa mengkhawatirkan kekhususan individu lain (Setiadi, 2016). Media sosial atau jejaring sosial adalah situs web yang mampu menghubungkan kita dengan orang lain menggunakan internet guna berpartisipasi dan berkontribusi secara terbuka lewat komentar dan informasi yang dibagikan dalam waktu yang relatif cepat (Cahyono, 2016). Secara

singkat, media sosial merupakan *platform* bagi individu untuk dapat mengekspresikan diri dan membagikannya kepada publik dengan distribusi yang tergolong singkat.

Gambar 1. 2 Gambaran Adopsi dan Penggunaan Perangkat serta Layanan Internet di Indonesia 2025



Masyarakat Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial. Setidaknya, terhitung hingga bulan Februari 2025 sendiri terdapat sebanyak 212 juta jiwa pengguna internet di Indonesia yang secara aktif menggunakan internet. Angka tersebut sejalan dengan waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial yaitu rata-rata lebih dari 5 jam per hari (Data.ai, 2024). X menjadi *platform* kelima setelah Google, YouTube, Facebook dan Instagram yang sering diakses dengan rata-rata jumlah kunjungan perbulan lebih dari 143 juta (We Are Social & Meltwater, 2025).

Media sosial sendiri digunakan dalam berbagai hal dan kesempatan yang didasari atas kebutuhan pengguna itu sendiri. Media sosial bukan hanya digunakan untuk berinteraksi namun juga sebagai medium penting dalam penyampaian

pendapat, penyebaran informasi dan ekspresi identitas individual maupun kolektif masyarakat (Priageng et al., 2024) Media sosial secara umum termasuk X turut dimanfaatkan sebagai ruang untuk mengungkapkan adanya permasalahan ataupun isu yang dialami oleh pengguna individu maupun kelompok tertentu yang kerap kali terbungkam (Yuliningsih et al., 2022). Pengguna lain yang turut mengonsumsi cuitan dari individu atau kelompok tertentu juga dapat merespon isu tersebut maupun isu-isu lain yang sedang tren di linimasa secara langsung. Respon-respon yang diberikan pengguna lain dalam cuitan mereka dapat mempengaruhi pengguna lain maupun isu yang didiskusikan dalam percakapan tersebut (Lumban Tobing & Arianto, 2022). Hal ini mendorong terbentuknya aktivisme digital (*digital activism*) di dunia maya.

Aktivisme digital merupakan manifestasi yang terbentuk dari gerakan sosial (*social activism*) yang berarti sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok tertentu guna mempromosikan perubahan yang diperantarakan oleh teknologi digital yakni internet yang ditujukan untuk memperluas gerakan tersebut (George & Leidner, 2019). Aktivisme digital terjadi akibat adanya jejaring komunikasi diantara satu warganet dengan warganet lainnya (Lumban Tobing & Arianto, 2022). Keberadaan media sosial sebagai wadah aspirasi opini publik untuk menyuarakan pendapat maupun isu terkini memungkinkan publik berpartisipasi dengan mudah dengan biaya yang terjangkau guna menyebarkan opini mereka secara efektif dan cepat (Ismahani et al., 2023). Salah satu bentuk dari aktivisme digital adalah dengan memanfaatkan kueri simbol tagar di media sosial untuk meraih dukungan atas isu yang disampaikan. Pengguna yang merasa setuju maupun tidak

setuju sepakat untuk memakai tagar yang dapat merepresentasikan keterwakilan pengguna tersebut terhadap isu yang dibahas di media sosial.

Pada konteks sosial-politik, tagar berfungsi sebagai penanda dukungan atau penolakan terhadap kebijakan tertentu melalui rangkaian frasa yang mencerminkan ekspresi politik penggunanya. Tagar membentuk komunitas virtual di mana para pengguna meskipun tidak saling mengenal atau mengikuti satu sama lain namun tetap berdiskusi mengenai sebuah topik atau tema yang sama dan menunjukkan sikap kolektif (Ames & McDuffie, 2023). Aktivisme berbasis tagar telah berkembang menjadi alat penting dalam partisipasi publik serta mobilisasi gerakan sosial dan protes massa di ranah digital (Yang, 2016). Tagar menjadi salah satu elemen kunci dalam aktivisme digital sebagai penanda gerakan sosial dan kampanye digital yang memungkinkan mobilisasi dukungan yang luas dan penyebaran pesan yang cepat (Priageng et al., 2024). Bentuk aktivisme digital ini berbeda dengan petisi online atau gerakan sosial tradisional yang biasanya dipimpin oleh seorang aktor atau organisasi tertentu yang menginisiasi kampanye dan mengajak partisipasi pengguna media sosial (Ames & McDuffie, 2023). X merupakan salah satu media sosial yang dapat mewadahi gerakan aktivisme digital. X yang memiliki fitur seperti *tweet*, *retweet*, *reply*, *mention*, *quote* membuat X sebagai media sosial yang efektif untuk membangun diskursus yang cepat dan responsif terhadap tagar. X efektif untuk aktivisme digital dan gerakan perubahan sosial karena menggabungkan fitur tagar, penyebaran informasi *real-time*, jejaring yang terbuka dan adanya *trending topik* yang secara kolektif memperkuat

mobilisasi serta membangun narasi publik yang cepat dan massif (Priageng et al., 2024)

Sejalan dengan keterbukaan aksesnya, X kemudian menjadi ladang bagi akademisi untuk mendapatkan informasi seperti menambang data (*data mining*) untuk kemudian diolah kembali menjadi hasil penelitian yang mengacu pada *big data*. X sebagai salah satu *platform* media sosial yang spesifik digunakan dalam penelitian berbasis *big data* dikarenakan memiliki ruang diskusi publik yang memiliki keragaman kelompok yang bersifat plural (Khalyubi et al., 2021), data jaringan komunikasi yang terbentuk secara luas pada *platform* tersebut yang menghasilkan pola-pola tertentu (Nursiyono & Dewi, 2022). Penambangan data pada *platform* X tergolong mudah dilakukan dikarenakan keterbukaan akses *Application Program Interface* (API) bagi umum (Putra et al., 2020)

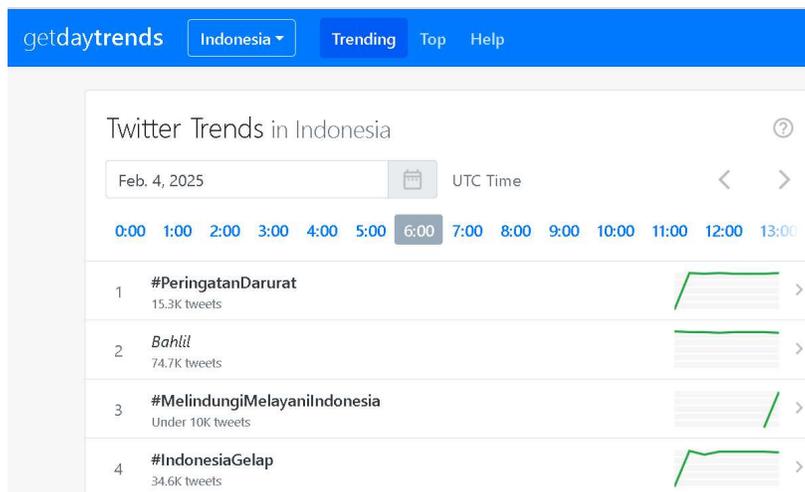
Kata “*Big Data*” sendiri merujuk pada cara menangani dan menganalisis serangkaian data dalam jumlah ekstensif (Kitchin & McArdle, 2016) dengan karakteristik mencakup sejumlah data yang tergolong besar (*volume*), data yang sibuat serta diolah seacara real-time (*velocity*) dan dapat data yang memiliki karakteristik yang beragam (*variety*). NSA memperkirakan bahwa terdapat 1,826 *Pertabyte* data harian di internet. Agensi keamanan negara tersebut hanya gunakan 1,6% (29 *Terabyte*) untuk misi intelijen dan hanya 7,3% *Gigabyte* data yang dianalisis (NSA/CSS, 2013). Data yang berukuran besar itu menyimpan berbagai informasi penting mengenai perilaku, opini dan interaksi masyarakat di ranah digital khususnya media sosial (Harakan et al., 2024). Namun, untuk mengolah dan memahami pola komunikasi yang kompleks dalam big data tersebut, diperlukan

metode analisis yang mampu memetakan hubungan antar aktor dan pola interaksi mereka secara sistematis. Social Network Analysis (SNA) hadir sebagai pendekatan yang tepat untuk menganalisis struktur jaringan sosial dalam big data, khususnya di platform media sosial seperti X yang menjadi ruang utama diskursus publik (Ramadhani, 2023).

SNA menggunakan teori graf sebagai dasar konseptual dan matematis untuk memodelkan jaringan komunikasi, di mana pengguna direpresentasikan sebagai node (simpul) dan interaksi antar pengguna sebagai edge (sisi atau garis penghubung). Teori graf memungkinkan visualisasi dan pengukuran karakteristik jaringan seperti sentralitas, kluster, dan kepadatan yang penting untuk memahami dinamika komunikasi dan pengaruh aktor dalam jaringan (Yanfa & Suparwanto, 2021). Selain itu, dalam konteks analisis SNA, pendekatan multilevel menurut (Eriyanto, 2015) juga digunakan untuk memahami jaringan komunikasi secara lebih komprehensif, yaitu level analisis jaringan, level kelompok dan level aktor.

Salah satu tagar yang sempat menggemparkan sosial media X pada awal bulan Februari 2025 adalah #indonesiagelap. Menurut [getdaytrend.com](https://getdaytrend.com) #indonesiagelap mulai muncul di tanggal 4 Februari 2025. Pukul 06.00 WIB dini hari #indonesiagelap naik ke posisi nomor 4 sebagai *tren* baru di media sosial X. Jumlah *tweets* yang mengandung #indonesiagelap pada hari pertama mencapai sekitar 34 ribu.

Gambar 1. 3Tagar #indonesiagelap perdana trending di X



Pemicu awal dari trendingnya tagar tersebut dilatarbelakangi oleh peristiwa kelangkaan gas LPG 3 kg pada tanggal 3 Februari sehingga terjadi antrean panjang dan berujung merenggut nyawa seorang ibu rumah tangga (Simorangkir, 2025). Kebijakan tersebut dilakukan sebagai tindak lanjut dari instruksi Presiden Indonesia, Prabowo Subianto, yaitu untuk mengaktifkan pengecer (sub pangkalan) *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) 3 kg. Instruksi tersebut dimaksudkan untuk memastikan distribusi LPG bersubsidi tepat sasaran dan harga tetap terjangkau.

Tagar #indonesiagelap muncul sebagai bentuk protes masyarakat terhadap sejumlah kebijakan yang dinilai tidak berpihak kepada rakyat. Berdasarkan data dari GoodStats.id tagar #indonesiagelap pertama kali digaungkan oleh sebuah akun dengan username “@BudiBukanIntel dengan mengunggah simbol garuda hitam sebagai bentuk perlawanan di media sosial (Wafa, 2025). Dibawah gambar garuda hitam ada 6 kejadian yang disuarakan sesuai dengan keadaan negara Indonesia saat itu, antara lain perampasan tanah papua, peristiwa pemagaran laut, kebijakan gas 3

kg, BPJS ambles, anggaran tidak stabil akibat MBG dan anggaran PNS disunat. Cuitan itu mendapatkan atensi yang cukup besar dari khalayak yang mana terdapat lebih dari 1,2 juta interaksi di postingan tersebut

Gambar 1. 4 Tweet trending dengan tagar #indonesiagelap



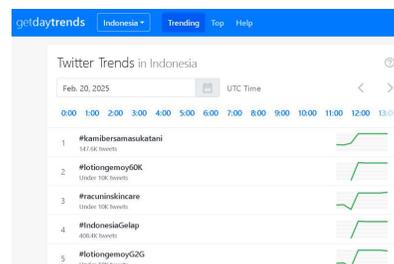
Tuntutan yang disuarakan melalui tagar #indonesiagelap menjadi sangat beragam seiring berjalannya. Tuntutan-tuntutan yang disuarakan rakyat melalui #indonesiagelap semakin hari semakin bertambah dan menjadi 13 tuntutan yang diunggah oleh akun @bijakmemantau di X, yaitu 1) Kawal dan evaluasi Inpres No. 1 Tahun 2025 tentang efisiensi anggaran, 2) Realisasikan tunjangan kinerja dosen ASN, 3) Wujudkan Pendidikan gratis dan batalkan pemangkasan anggaran pendidikan, 4) Efisiensi dan rombak kabinet Merah Putih, 5) Evaluasi total makan bergizi gratis, 6) Cabut Proyek Strategis Nasional (PSN), 7) Tolak revisi UU Minerba, 8) Sahkan RUU Masyarakat Adat, 9) Reformasi Polri, 10) Hapus dwifungsi TNI/Polri, 11) Bikin kebijakan berdasarkan riset, 12) Keluarkan Perppu perampasan aset, 13) Tolak penambahan pasal 228A dalam revisi Tatib DPR RI

Gambar 1. 5 Tuntutan rakyat dalam tagar #indonesiagelap



Tagar #indonesiagelap terus menjadi trending topik mulai mengalami lonjakan signifikan pada tanggal 17-18 Februari 2025 berbarengan dengan aksi demonstrasi lapangan digelar oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Seluruh Indonesia (BEM SI) di berbagai kota besar. Puncak demonstrasi terjadi pada tanggal 20 Februari linier dengan penggunaan tagar #indonesiagelap yang mencapai jumlah sekitar 408.400 *tweets*. Data menunjukkan bahwa interaksi terkait #indonesiagelap 4-20 Februari 2025, menandakan tingginya keterlibatan publik dan viralitas isu ini di platform X

Gambar 1. 6 Penonjakan penggunaan #indonesiagelap di X



Dari peristiwa yang terjadi di kasus LPG 3 kg dianggap sebagai pemantik langsung kemarahan publik yang kemudian berkembang menjadi tuntutan yang

lebih luas terkait kebijakan-kebijakan pemerintah yang dinilai memberatkan dan tidak responsif terhadap kebutuhan rakyat. Instruksi Presiden No. 1 tahun 2025 terkait efisiensi anggaran juga menjadi perhatian khusus publik dikarenakan dianggap menimbulkan banyak dampak negatif di berbagai sektor publik termasuk pendidikan dan kesehatan (Puspapertiwi & Adhi, 2025)

Trendingnya #indonesiagelap dapat disimpulkan bahwa fenomena tersebut dilatarbelakangi oleh rasa ketidakpuasan masyarakat terhadap berbagai kebijakan-kebijakan baru dari pemerintah yang dinilai tidak pro-rakyat atau malah menimbulkan masalah-masalah baru di masyarakat. Ketidakpuasan tersebut kemudian disuarakan dengan unggahan-unggahan *tweet* yang menggunakan simbol atau *keyword* #indonesiagelap. Masifnya penggunaan #indonesiagelap terbukti tidak hanya mensinergikan aktivisme secara daring namun juga aktivisme luring seperti aksi demonstrasi yang dilakukan oleh para mahasiswa di Indonesia. Aktivisme digital ini berhasil menggabungkan berbagai kelompok masyarakat yang berbeda-beda namun memiliki keresahan serupa.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa media sosial khususnya X memang sangat efektif dalam membangun jejaring gerakan sosial dan aksi kolektif di Indonesia. Penelitian pertama yaitu riset yang berjudul “*Analisis Dinamika Aktivisme Digital di Indonesia; Studi Kasus #TolakPolitikDinasti Dalam Membangun Kesadaran Publik*” (Priageng et al., 2024). Penelitian itu menyoroti kekuatan gerakan sosial berbasis tagar dalam membangun kesadaran publik dan mengintegrasikan berbagai kelompok melalui ruang digital. Penelitian lainnya adalah riset yang berjudul “*Aktivisme Digital di Indonesia*” (Tifa, 2022) yang

menunjukkan peran krusial aktivisme digital dalam memfasilitasi aksi bersama masyarakat sipil saat ruang publik fisik makin terbatas serta menyoroti dunia digital. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada deskripsi kluster, efektifitas mobilisasi dan peran kelompok tertentu. Dalam konteks ini, kajian mengenai jaringan komunikasi yang terbentuk pada tagar #indonesiagelap di media sosial x secara kuantitatif dan mendalam, khususnya terkait hubungan antar sebaran simbol/tagar, struktur jaringan serta posisi sentral aktor dengan pendekatan *big data* dan *Social Network Analysis* (SNA) masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis secara komprehensif struktur dan dinamika jaringan komunikasi #indonesiagelap di media sosial X.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami secara mendalam bagaimana jaringan komunikasi yang terbentuk dalam tagar #indonesiagelap di media sosial X. Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi ruang utama interaksi public di mana masyarakat tidak hanya menyampaikan kritik terhadap kebijakan pemerintah tetapi juga membangun dan menyebarkan narasi kolektif secara partisipatif. Fenomena #indonesiagelap menunjukkan terbentuknya jaringan komunikasi yang kompleks terdiri dari beragam aktor yang terhubung dalam pola interaksi yang dinamis serta membentuk kluster-kluster opini yang saling terkait dan terfragmentasi.

Untuk memetakan dan menganalisis struktur jaringan komunikasi ini, peneliti menggunakan pendekatan *Social Network Analysis* (SNA) yang berpijak pada teori graf. Teori graf menyediakan kerangka operasional untuk

menggambarkan dan mengukur hubungan antar aktor (*node*) melalui hubungan komunikasi (*edge*) seperti *reply*, *retweet*, *mention*, dll. Dengan metrik seperti sentralitas, modularitas, densitas dan diameter, teori ini membantu mengungkapkan pola keterhubungan, aktor-aktor kunci serta kluster-kluster komunikasi yang terbentuk dalam jaringan #indonesiagelap secara kuantitatif dan sistematis.

Selain aspek struktural, penelitian ini mengintegrasikan teori *Mass-Self Communication* dari Manuel Castells sebagai kerangka untuk menjelaskan karakter komunikasi digital pada media sosial. Teori ini menegaskan bahwa komunikasi di era digital bersifat horizontal, terdesentralisasi dan memungkinkan setiap individu menjadi produsen sekaligus distributor pesan secara mandiri. Sebagai pelengkap, pada penelitian ini juga menggunakan konsep kontra-hegemoni sebagai pisau analisis interpretatif untuk memahami bagaimana narasi protes dan perlawanan sosial-politik dari pola komunikasi yang dihasilkan oleh struktur jaringan #indonesiagelap di media sosial X.

Batasan dalam penelitian ini antara lain, analisis akan dibatasi pada periode waktu tertentu yaitu 4 Februari 2025 sampai tanggal 26 Februari 2025 disaat tagar #indonesiagelap mulai muncul dan sampai terjadinya penurunan penggunaan tagar sehingga tidak mencakup perkembangan wacana setelah periode tersebut. Selain itu, fokus penelitian hanya pada media sosial X (Twitter), sehingga hasil analisis tidak dapat digeneralisasikan ke platform lain seperti Facebook atau Instagram. Terakhir, konten yang dianalisis hanya mencakup tweet dengan tagar #indonesiagelap, sehingga diskusi terkait yang tidak menggunakan tagar tersebut tidak diperhitungkan. Dengan batasan-batasan ini, penelitian diharapkan dapat

memberikan gambaran yang fokus dan mendalam mengenai struktur, dinamika dan pola komunikasi dalam jaringan #indonesiagelap sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka peneliti telah menentukan rumusan masalah penelitian yakni, bagaimana jaringan komunikasi yang terbentuk diantara pengguna media sosial X melalui tagar #indonesiagelap.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana jaringan komunikasi yang terbentuk diantara pengguna media sosial X melalui tagar #indonesiagelap.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pemetaan jaringan komunikasi yang terbentuk di media sosial X
- b. Peneliti berharap penelitian ini dapat memperkaya riset pengaplikasian teori *graph*, *SNA*, *big data* dalam kajian komunikasi digital dan gerakan sosial.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini secara praktis dapat memberikan gambaran mengenai proses analisis jaringan komunikasi menggunakan layanan NodeXL.
- b. Penelitian ini secara praktis dan luas dapat memberikan wawasan kepada masyarakat luas terutama mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dalam

menyikapi dinamika media sosial dan memanfaatkan analisis big data untuk kepentingan pribadi maupun kelompok.