

## **BAB II**

### **PERCAKAPAN DALAM AKTIVISME DIGITAL #RESETINDONESIA MELALUI PLATFORM X**

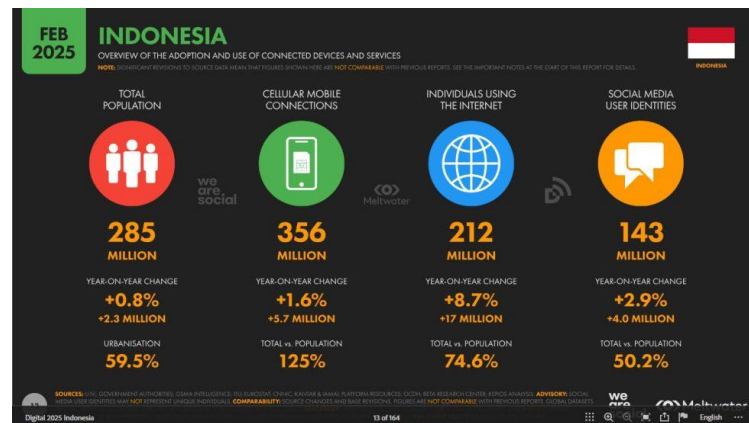
#### **2.1. Platform Media Sosial X**

Media sosial lahir sebagai bentuk media komunikasi modern yang muncul karena adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di dunia. Boyd dalam Nasrullah (2015) mengartikan media sosial sebagai sekumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi (Clara Sari dkk., 2018). Jauh dari itu, media sosial termasuk ke dalam bentuk *new media* atau media baru dilihat dari beberapa karakteristik yang membedakannya dengan media massa tradisional. Karakteristik yang dimiliki media baru menurut David Holmes dalam Littlejohn (2017), antara lain, bersifat dua arah (*two-way communication*), terdesentralisasi, informasi dihasilkan pengguna, di luar kendali negara, demokratisasi, memberi kesadaran dalam tataran individu, dan berorientasi pada individu (Aliffianto, 2025). Dalam arti lain, media sosial menawarkan bentuk komunikasi baru dimana pengguna tidak hanya memiliki peranan pasif sebagai penerima pesan, melainkan aktif berinteraksi, memproduksi, dan mendistribusikan informasi antara satu sama lain.

Laporan DataReportal (2025) mencatat pada awal tahun 2025, penetrasi daring di Indonesia mencapai 74,6% atau 212 juta pengguna internet. Di samping itu, terdapat 143 juta pengguna media sosial aktif pada Januari 2025 atau setara

dengan 50,2% dari total populasi di Indonesia. Statistik ini menunjukkan kondisi digital yang baik di Indonesia pada awal tahun 2025.

**Gambar 2.1.** Data ringkasan kondisi digital di Indonesia per Februari 2025



(Sumber : datareportal.com)

Salah satu media sosial berbasis teks yang sampai saat ini masih banyak digunakan adalah platform X. Platform X yang dulunya bernama Twitter pertama kali ditemukan oleh Jack Dorsey, Biz Stone, dan Evan Williams pada tahun 2006 sebagai platform *microblogging* yang memungkinkan para pengguna menulis cuitan atau *tweet* hingga 280 karakter. Sejak Twitter pertama kali diperkenalkan ke publik, popularitasnya terus meningkat. Tidak hanya digunakan untuk mengirim pesan publik, Twitter secara global berkembang menjadi sarana promosi bisnis, acara, media informasi bencana, hingga kampanye politik. Contoh pentingnya adalah pemilihan presiden AS 2008 dimana Barack Obama berhasil mendominasi lawan khususnya di ranah Twitter. Titik terpenting dalam evolusi Twitter adalah peningkatan penggunaannya sebagai sumber berita terkini yang melampaui batas politik (PRMN 12, 2022).

Pada 2022, Twitter kemudian diambil alih oleh Elon Musk dan mengalami *re-branding* pada 2023 menjadi platform X. Platform yang awalnya identik dengan logo burung biru itu kemudian diganti menjadi huruf X berwarna hitam. Perubahan lain yang dibawa oleh Elon Musk juga menyangkut sistem dan cara kerja media sosial tersebut, termasuk adanya layanan berbayar, fitur centang biru, fitur AI “Grok”, dan sebagainya. *Re-branding* berjalan beriringan dengan ambisi Elon Musk untuk menjadikan platform X sebagai “wadah yang dapat menyalurkan segalanya” (Thorp, 2023). Dengan layanan utama berupa *tweet* atau cuitan, X menjadi sarana para pengguna mengunggah beragam format konten, baik teks, foto, gambar bergerak, hingga video. Platform X memungkinkan para pengguna untuk saling berinteraksi dengan berbagai fitur seperti komentar, *mention*, dan *quote retweet*.

Comscore (dalam Lim, 2013), menyebutkan bahwa Indonesia adalah negara yang paling keranjingan Twitter di dunia. Hal ini juga ditegaskan oleh jurnalis CNN, Sara Sidner (2010), yang menggambarkan bahwa masyarakat Indonesia begitu *gandrung* pada media sosial, tidak hanya untuk bersenang-senang tetapi juga sebagai alat untuk menciptakan perubahan (Lim, 2017). Per Januari 2025, Indonesia sendiri berada di peringkat ketiga pengguna X terbanyak di dunia dengan 25,2 juta pengguna aktif (Kemp, 2025). Hal ini membuktikan bahwa X sendiri masih cukup eksis penggunaannya di kalangan masyarakat Indonesia. Dengan segala kemudahan yang dimilikinya, X digunakan sebagai platform untuk diskusi dan aktivisme terhadap berbagai isu sosial sebab para penggunanya dapat saling terhubung satu sama lain, terlibat dalam percakapan, berbagi sumber daya dengan

anggota komunitas, hingga membagikan pengalaman serupa tentang topik tertentu (Cao dkk., 2022).

## **2.2. Aktivisme Digital di Indonesia**

Media digital membawa banyak perubahan, salah satunya dalam bentuk partisipasi gerakan aktivisme atau biasa disebut aktivisme digital. Aktivisme digital menurut Mary Joyce (2010) adalah segala bentuk praktik kampanye atau kegiatan sosial dan politik yang memanfaatkan infrastruktur atau teknologi jaringan digital. Dengan meluasnya penggunaan internet serta munculnya berbagai *platform* di media baru, aktivisme tidak lagi sepenuhnya dilakukan secara langsung atau dalam bentuk kegiatan fisik. Namun, ada peran media baru sebagai penggerak dalam aktivisme sosial (Putri & Pratiwi, 2022).

Media sosial sebagai media baru membuka banyak cara bagi masyarakat untuk melakukan aksi bersama atau gerakan kolektif. Meski gerakan ini tidak memiliki organisasi terpusat seperti aktivisme tradisional, gerakan sosial berbasis jaringan digital tetap mampu menantang dominasi media arus utama yang biasanya mengontrol informasi. Bahkan, gerakan ini juga mengubah cara masyarakat berbicara dan berdiskusi tentang isu sosial dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya (Hautea dkk., 2021).

Sejak era reformasi dan perluasan internet, gerakan sosial semakin banyak terjadi di Indonesia. Tingginya jumlah pengguna aktif media sosial menunjukkan bagaimana media baru saat ini menjadi ruang interaksi digital bagi masyarakat Indonesia secara luas. Namun, tidak hanya digunakan untuk sekadar berinteraksi, media sosial bagi masyarakat Indonesia juga dijadikan sebagai sarana penggerak

gerakan sosial. Sara Sidner (dalam Lim, 2017) menyebut bahwa di balik tergilangilangnya masyarakat Indonesia dengan jejaring sosial, kegiatan mengirim cuitan tidak hanya dilakukan untuk bersenang-senang melainkan media sosial juga menjadi alat untuk menciptakan perubahan. Setidaknya ada dua gerakan terdahulu yang banyak dijadikan rujukan sebagai aktivisme digital yang sukses, antara lain, kasus Cicak vs. Buaya dan kasus pencemaran nama baik Prita Mulyasari. Kedua kasus tersebut menunjukkan peran jejaring sosial yang menguat untuk menjadi ruang publik bagi komunitas virtual (Heryanto, 2018 dalam Putri & Pratiwi, 2022).

Kasus Cicak vs. Buaya yang terjadi pada tahun 2009 awalnya muncul ketika Susno Duadji, Kepala Badan Reserse Kriminal Polri, menemukan bahwa KPK telah melakukan penyadapan tanpa surat izin selama investigasi suatu kasus korupsi. Dalam suatu konferensi pers, Susno Duadji menunjukkan kemarahannya dan menyamakan KPK dengan cicak rumahan yang melawan buaya, yang menyimbolkan polisi. Pada akhirnya dua wakil ketua KPK Chandra Hamzah dan Bibit Samad Riyanto, ditangkap dengan tuduhan pemerasan dan penyuapan. Keduanya menyanggah bahwa mereka dijebak untuk melemahkan KPK. Kebanyakan masyarakat Indonesia beranggapan bahwa tuduhan tersebut dibuat-buat. Segera setelah kasus tersebut muncul, gerakan-gerakan yang mendukung KPK mulai bermunculan di *platform* Facebook. Laman “Gerakan 1.000.000 *Facebookers* Dukung Chandra Hamzah & Bibit Samad Riyanto” yang ada di Facebook bahkan melampaui satu juta pengikut. Secara *online*, slogan CICA (Cinta Indonesia Cinta Kpk) sebagai simbol dukungan terhadap KPK, menjadi populer. Selanjutnya, video-video Youtube, klip lagu, kartun, komik, hingga poster

*online* dengan penggambaran “Cicak vs. Buaya” juga menjamur di media *online*. Demonstrasi muncul di berbagai kota, diawali oleh mobilisasi dari Indonesian Corruption Watch yang mengajak 5.000 pengguna Facebook tampil di jalanan Jakarta untuk menunjukkan dukungan terhadap “Cicak”. Sampai akhirnya, pada 3 Desember 2009 tuduhan terhadap Bibit dan Chandra akhirnya dibatalkan (Lim, 2017).

Tren aktivisme digital memang menghangat seiring dengan munculnya berbagai gerakan politik di berbagai belahan negara di dunia (Jati, 2016). Banyaknya platform media sosial yang ada saat ini juga membedakan bagaimana interaksi dalam aktivisme digital menyebar dalam setiap platform. Media sosial X memungkinkan pengguna menyebarkan pesan dengan mudah dan menjadi tempat yang ideal untuk aktivisme digital dilakukan (Wuriani, 2021). Melalui X, pengguna juga dapat menggunakan tanda pagar (#) atau *hashtag* dalam unggahan mereka untuk mengumpulkan unggahan-unggahan dengan topik yang sama. Meski awalnya tagar di media sosial hanya difungsikan untuk pengelompokan item dalam percakapan daring di forum internet, tagar mengalami evolusi dan memainkan peranan penting dalam aktivisme digital.

Penggunaan tagar dalam aktivisme digital dikenal dengan istilah aktivisme tagar (*hashtag activism*). Istilah aktivisme tagar (*hashtag activism*) tertuju pada suatu aksi penggunaan tagar sebagai saluran utama untuk memperjuangkan atau mendukung suatu tujuan dengan meningkatkan kesadaran publik terhadap suatu isu, menyatukan percakapan, dan mendorong debat di media sosial (Pontoh, 2021 dalam Sihombing dkk., 2023). Secara khusus, tagar di media sosial X memainkan

peran penting dalam memajukan kontra-narasi, memobilisasi pendukung, dan membangun jaringan dukungan yang beragam (Wang & Zhou, 2021).

Salah satu contoh penggunaan tagar dalam aktivisme digital di global adalah gerakan #BlackLivesMatter. Tagar ini awalnya muncul sebagai bentuk protes para pengguna media sosial atas pembebasan George Zimmerman dalam penembakan mematikan terhadap remaja Afrika-Amerika, Trayvon Martin pada tahun 2013 (Yang, 2016 dalam Eriyanto, 2020). Selanjutnya, tagar tersebut muncul kembali pada 2014 ketika seorang pria berkulit hitam bernama Michael Brown (18) dibunuh oleh seorang petugas polisi kulit putih Darren Wilson di Missouri. Dalam tiga minggu setelah kematian Brown, tagar #BlackLivesMatter digunakan rata-rata 58.747 kali per hari. Peningkatan dramatis lain muncul tiga bulan kemudian, ketika dewan juri memutuskan bahwa Darren Wilson tidak bersalah. Dalam tiga minggu berikutnya, tagar #BlackLivesMatter muncul sebanyak 1,7 juta kali. Gerakan #BlackLivesMatter merevolusi aktivisme kulit hitam dalam banyak hal (Winslow, 2020). Aktivisme #BlackLivesMatter menjadi contoh nyata gerakan yang awalnya muncul dari media sosial kemudian dipindahkan secara nyata ke jalanan.

Sementara itu, salah satu aktivisme tagar di Indonesia yang muncul tak lama sebelum gerakan #ResetIndonesia adalah #IndonesiaGelap. Tagar #IndonesiaGelap sendiri pertama kali muncul pada awal tahun 2025 dipicu oleh masuknya Rancangan Undang-Undang Tentara Nasional Indonesia (RUU TNI) ke dalam Program Legislasi Nasional pada pemerintahan baru Presiden Prabowo. Kebijakan tersebut memuat sejumlah pasal yang memperluas kewenangan institusi militer ke sektor-sektor yang merupakan domain sipil. Hal tersebut memunculkan banyak

keresahan terutama sebab pelibatan militer ke dalam fungsi sipil pernah menjadi instrument represif negara selama era Orde Baru (Budiman dkk., 2025).

Gerakan Indonesia Gelap menjadi upaya kolektif masyarakat untuk memperjuangkan demokrasi dengan strategi pemanfaatan media digital. Dalam penyebaran gerakannya, X menjadi platform yang paling dominan digunakan. Tagar #IndonesiaGelap sendiri sempat menjadi trending topic pada 17 Februari 2025 dengan jumlah postingan mencapai lebih dari 81.900 cuitan (Ayu & Nugroho, 2025). Seiring dengan tagar #IndonesiaGelap, tagar seperti #TolakRUUTNI dan #SipilUntukSipil juga turut dinaikkan sehingga gerakan tersebut berhasil membentuk ruang diskursif baru untuk menyaingi narasi resmi negara.

### **2.3. Afeksi dalam Aktivisme Digital**

Afeksi merujuk pada aspek emosional, perasaan, dan suasana hati individu. Papacharissi (2020) menjelaskan bahwa bentuk komunikasi politik baru bersifat personal, emosional, dan sering kali terjalin melalui “*affective publics*” yakni kelompok yang terbentuk melalui emosi bersama, bukan hanya ideologi.

Dalam konteks aktivisme digital, emosi memainkan peran strategis dalam membangun kesadaran dan mobilisasi. Emosi negatif seperti kemarahan dan kekecewaan sering digunakan untuk mengkritik kekuasaan atau kebijakan negara, sementara emosi positif seperti harapan dan solidaritas berfungsi memperkuat ikatan kolektif di antara pengguna. Dengan demikian, percakapan politik digital tidak dapat dilepaskan dari dimensi afektif yang menyertainya, karena emosi menjadi salah satu penggerak utama partisipasi dan keterlibatan publik di media sosial.

Gerakan daring menggunakan emosi untuk menyebarkan ide, ideologi, dan identitas untuk memotivasi individu bertindak dalam gerakan tersebut. Para partisipan memanfaatkan dan membangun emosi yang sudah ada sebelumnya. Penelitian oleh Basmehchi & Ignatow (2021) menemukan bahwa dalam gerakan *My Stealthy Freedom* di Iran, emosi agresi berperan penting dalam dinamika gerakan tersebut di media sosial terkhusus di Instagram. Gerakan *My Stealthy Freedom* sendiri merupakan gerakan daring yang muncul sebagai respon terhadap Sejarah panjang control negara atas tubuh Perempuan di Iran, khususnya melalui kewajiban hijab sejak Revolusi Islam 1979. Gerakan ini menggunakan media sosial sebagai ruang perlawanan simbolik. Salah satu kampanye turunannya yaitu *#WhiteWednesday* memobilisasi perempuan di Iran untuk mengenakan hijab putih setiap hari Rabu sebagai bentuk protes dan membagikan unggahan dengan simbol putih di Facebook atau Instagram. Dalam kampanye tersebut, ditemukan bahwa konten-konten visual di Instagram yang mengandung agresi verbal dan fisik cenderung mendapatkan lebih banyak suka dan komentar dibanding unggahan tanpa konten agresif (Basmehchi & Ignatow, 2021). Temuan tersebut menunjukkan bagaimana emosi menjadi bahan bakar utama yang menjaga keberlangsungan gerakan di media sosial, bahkan ketika struktur organisasi formal lemah atau bahkan tidak ada.

Contoh klasik lain yang menunjukkan peran penting emosi dalam suatu gerakan sosial dapat ditemukan dalam gerakan Arab Spring. Dalam gerakan Arab Spring ditemukan bahwa emosi tidak hanya merupakan efek samping dari konflik politik melainkan katalis utama yang menggerakkan mobilisasi massa. Meski latar

belakang dari gerakan ini merupakan faktor politik dan ekonomi, terdapat momen pemicu yang bersifat emosional yaitu aksi bakar diri Mohammed Bouazizi di Tunisia dan pembunuhan Khaled Said di Mesir. Dua momentum tersebut memicu moral shock, guncangan emosional yang membuat masyarakat menyadari ketidakadilan ekstrem dan mendorong mereka untuk bertindak. Adanya media sosial mempercepat penyebaran emosi hingga menciptakan rasa keterhubungan kolektif (Coşkun, 2019).

Dua contoh tersebut menunjukkan bahwa dalam gerakan sosial saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi melainkan juga menjadi ruang afektif tempat emosi dikomunikasikan. Randall Collins menegaskan bahwa ketika sebagian besar anggota suatu kelompok merasakan atau menampilkan emosi yang sama pada waktu yang sama, penyebabnya bukan pada “pikiran kolektif” kelompok atau penularan emosi secara otomatis (meski penularan tersebut memang ada). Penyebab utamanya adalah bahwa ekspektasi yang sama, struktur sosial yang sama, dan proses interaksi yang serupa sedang memengaruhi mereka secara bersamaan.

#### **2.4. Percakapan dalam Aktivisme Digital #ResetIndonesia di Platform X**

Gerakan #ResetIndonesia mulanya ramai digaungkan di platform X sejak unggahan yang diposting oleh akun @barengwarga pada 29 Agustus 2025. Unggahan tersebut mencapai 29 ribu *likes*, 137 komentar, 19 ribu postingan ulang, dan dilihat setidaknya 1 juta pengguna pada (17/12). Dalam unggahan tersebut, akun @barengwarga mengajak masyarakat Indonesia untuk berdoa dan menghimpun kekuatan melalui pesan “*Sebelum undur diri sejenak malam ini, kami*

*ingin mengajak rekan-rekan untuk berdoa dalam marah, berharap dalam sedih, dan menghimpun kekuatan dalam kacau. Indonesia Baru ada di tangan warga, di tangan kita: #ResetIndonesia*". Unggahan tersebut juga mengikutsertakan gambar garuda hitam dengan tagar #RESETINDONESIA dimana simbol tersebut diketahui awalnya juga telah digunakan untuk gerakan #IndonesiaGelap yang ramai di awal tahun 2025.

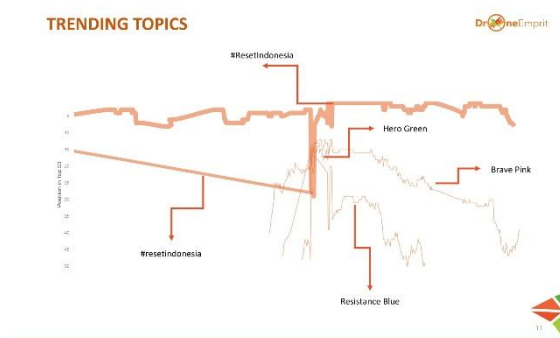
Postingan @akunbarengwarga tersebut diketahui pertama kali muncul setelah adanya tragedi kematian pengemudi ojek online bernama Affan Kurniawan dalam demonstrasi 28 Agustus 2025. Pada saat itu, Affan Kurniawan ditabrak oleh kendaraan taktis aparat kepolisian dalam demonstrasi 28 Agustus yang menyuarakan beragam tuntutan buruh, termasuk kenaikan upah minimum, penolakan *outsourcing*, serta tuntutan penghentian PHK.

Aktivisme digital #ResetIndonesia berkembang melalui percakapan yang beragam di platform X. Tidak hanya berupa penyebaran informasi, tetapi juga mencakup ekspresi emosi, opini, dan ajakan kolektif. Tragedi penabrakan pengemudi ojol oleh kendaraan taktis Brimob menjadi *triggering moment* yang memicu adanya *moral shock* bagi masyarakat hingga akhirnya tagar #ResetIndonesia semakin banyak disebar oleh para pengguna media sosial. Percakapan #ResetIndonesia memuat ungkapan duka dan empati, terutama terkait kematian Affan Kurniawan. Banyak pengguna X menyampaikan belasungkawa, solidaritas, serta dukungan kepada komunitas pengemudi ojek online.

Selain itu, sejumlah unggahan juga berisi ungkapan kemarahan dan kekecewaan terhadap pemerintah. Jika ditarik lebih jauh, gerakan #ResetIndonesia pada dasarnya dipengaruhi oleh akumulasi berbagai isu yang telah berkembang sejak awal Agustus 2025. Dimulai dari isu kebijakan tunjangan DPR yang dinilai tidak sejalan dengan kondisi ekonomi masyarakat, sikap pejabat publik yang dianggap nir-empati, serta dugaan tindakan represif aparat keamanan dalam merespons aksi demonstrasi. Percakapan dengan tagar #ResetIndonesia juga mencakup solidaritas dan ajakan berpartisipasi, baik dalam bentuk penyebaran ulang unggahan, penggunaan simbol visual, maupun keikutsertaan dalam aksi demonstrasi.

Berdasarkan pemantauan oleh *Drone Emprit*, tagar #ResetIndonesia menjadi salah satu tagar seruan utama yang mendominasi diskursus di media sosial selama rangkaian aksi pada Agustus 2025. Percakapan dengan tagar ini didukung oleh penggunaan frasa “Hero Green”, “Brave Pink”, dan “Resistance Blue” yang mendukung pesan solidaritas dan perlawanan masyarakat.

**Gambar 2.2.** Analisis Trending Topic Drone Emprit



(Sumber : X @DroneEmpritOffc)

Aktivisme digital #ResetIndonesia secara keseluruhan dapat dirangkum ke dalam dua hal. Pertama, #ResetIndonesia membawa tuntutan politik atas

transparansi, reformasi, dan empati dari keseluruhan lembaga pemerintah Indonesia yang kemudian seluruh tuntutananya dikenal sebagai “17+8 Tuntutan Rakyat”. Kedua, Reset Indonesia juga ditandai dengan gerakan simbolik “Brave Pink Hero Green” melalui penyebaran konten visual dengan paduan warna hijau dan pink. Menurut analisis Drone Emprit, gerakan simbolik tersebut lahir dari solidaritas, dimana warna pink terinspirasi dari ibu berhijab di aksi demonstrasi 28/8 yang merepresentasikan keberanian sipil. Sementara itu, warna hijau berasal dari jaket ojek online Affan Kurniawan yang merepresentasikan pengorbanan rakyat kecil.