

DigiTimes #29
OKTOBER 2019

PERAN MEDIA BARU SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL

STUDI KASUS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL OLEH JOGJA GARUK SAMPAH



CfDS
CENTER FOR DIGITAL SOCIETY

Room BC 201 - 202
Faculty of Social and Political Sciences
Universitas Gadjah Mada
Jalan Sosio Yustisia 1, Bulaksumur, Yogyakarta
(0274) 563362, Ext. 116 | cfds.fisipol@ugm.ac.id



Researcher

Muhammad Zulfikar Fitriansyah

Editor

Sri Handayani Nasution

Cover Design and Layout

Masgustian

September 2019

■ DAFTAR ISI

2	PENDAHULUAN
4	Jogja Garuk Sampah
5	Media Baru dan Aktivisme Siber di Indonesia
7	Karakteristik dan Metamorfosis Gerakan Sosial di Yogyakarta
7	Jogja Garuk Sampah sebagai Bentuk Aktivisme Siber
7	• Isu
9	• Massa
10	• Media Baru
11	1. Interaksi
11	• <i>Menjaring Relawan</i>
12	• <i>Sumber Informasi</i>
12	2. Publikasi
12	• <i>Langsung</i>
12	• <i>Poster Kegiatan</i>
13	• <i>Dokumentasi Kegiatan</i>
13	• <i>Laporan</i>
14	Manfaat Penggunaan Media Baru oleh Jogja Garuk Sampah
15	Kesimpulan





■ PENDAHULUAN

Di dunia yang semakin terhubung, teknologi komunikasi yang dimiliki oleh manusia mengalami transisi dari dunia telekomunikasi menjadi komunikasi interaktif. Media baru tidak hanya digunakan untuk mencari informasi dan berinteraksi saja, namun media baru berkembang menjadi wadah untuk melakukan gerakan sosial.

Yang dimaksud dengan media baru adalah media digital, termasuk di dalamnya adalah media sosial yang memberikan ruang bagi individu untuk melakukan interaksi sosial berbasis web yang memodifikasi cara berkomunikasi menjadi lebih interaktif (Flew, 2008: 2-3). Media baru memberikan ruang untuk berhubungan tanpa harus dihambat oleh jarak spasial, dalam hal ini media baru memberikan metode-metode interaksi alternatif yang tidak mengharuskan seorang

individu untuk bertatap langsung dengan individu lainnya. Dalam gerakan sosial, media baru kemudian menjadi wadah yang lebih terjangkau oleh masyarakat dan memiliki jaringan yang jauh lebih luas dari media konvensional.

Dalam gerakan sosial, komunikasi intensif diantara anggota gerakan untuk menjamin terjadinya pertukaran informasi demi tercapainya rasa saling memahami menjadi esensial. Hal ini disebut dengan Teori Konvergensi. Model ini setidaknya dapat menggambarkan beberapa hal, seperti: informasi yang tidak hanya bersifat satu arah; komunikasi horizontal antar anggota yang tidak terbatas dan transparan; pembentukan persepsi yang serupa dan partisipasi para anggota; sehingga ketika hal-hal tersebut terjadi secara terus menerus maka pada

akhirnya muncul rasa saling memahami yang mendorong seluruh anggota gerakan sosial untuk melakukan aksi kolektif (Rogers dan Kincaid, 1981).

Jogja Garuk Sampah merupakan sebuah gerakan sosial berorientasikan kepada kepedulian akan lingkungan yang terdiri atas sekumpulan anak muda dengan latar belakang yang beragam. Kegiatan gerakan sosial ini kemudian dapat dilihat dari kegiatan advokasi daring serta kegiatan luring untuk membersihkan sampah, baik sampah yang tercecer ataupun sampah visual. Gerakan ini dimulai pada tahun 2015 yang diinisiasikan untuk merespon kegelisahan dan celetukan para wisatawan mengenai krisis kebersihan beberapa objek wisata yang menghilangkan keistimewaan Yogyakarta.

Jogja Garuk Sampah merupakan suatu gerakan sosial digital yang memiliki empat ciri-ciri yaitu: dilakukan secara digital, berbasis kepada komunikasi interaktif dua arah baik diantara penggerak dan anggota ataupun diantara anggota dan anggota, interaksi anggota berbasis virtual melalui gawai, serta kecepatan penyebaran informasi yang terjadi secara aktual atau cepat. Gerakan sosial digital memiliki beberapa perbedaan dengan gerakan sosial konvensional yang selama ini dikenal, yaitu: pola komunikasi yang berbeda; jangkauan serta intensitas distribusi pesan; pola penerimaan anggota baru (gerakan sosial digital lebih mudah dan fleksibel); serta rasa saling memiliki diantara para anggota

dimana dalam hal ini rasa saling memiliki dalam gerakan sosial konvensional jauh lebih kuat dibandingkan gerakan sosial digital.

Jogja Garuk Sampah berhasil menerjemahkan advokasi daring menjadi gerakan luring, sehingga gerakan ini kemudian dapat dikatakan sebagai aktivisme siber (cyberactivism). Tidak berbeda dengan istilah gerakan sosial digital, istilah aktivisme siber merujuk kepada pola gerakan sosial yang terbentuk berdasarkan kepada preferensi untuk bertukar informasi dan gagasan melalui internet dan media sosial. Aktivisme siber memiliki dua elemen pembentuk, yaitu isu dan massa, dan satu elemen pelengkap, kehadiran media baru. Ketiga hal ini dapat dipenuhi oleh Jogja Garuk Sampah yang menjadi fokus dalam pembahasan di bagian selanjutnya di tulisan ini.

Dalam prosesnya menjadi sebuah gerakan sosial, tentu Jogja Garuk Sampah tidak terlepas dari upaya kampanye sosial. Adapun yang dimaksud dengan kampanye sosial adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir dalam suatu kurun waktu tertentu yang bertujuan untuk menciptakan efek tertentu terhadap massa ataupun sasaran masyarakat yang dilakukan secara berkesinambungan. Kampanye sosial memiliki empat variabel: adanya tujuan untuk menciptakan dampak tertentu, adanya target massa yang besar, dilakukan dalam suatu waktu tertentu, serta terorganisir dan terencana.





■ JOGJA GARUK SAMPAH



Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Jogja Garuk Sampah diinisiasikan untuk merespon keresahan yang tumbuh di masyarakat mengenai masalah kebersihan yang merusak keindahan kota Yogyakarta. Pada awal dibentuknya, Jogja Garuk Sampah hanya berupa komunitas yang terdiri atas beberapa orang yang saling mengenal tanpa terdapat struktur pengorganisasian. Setelah bulan Februari 2017 kemudian Jogja Garuk Sampah melakukan pembenahan internal yang menghasilkan struktur organisasi yang jelas dan memiliki badan hukum yang resmi. Jogja Garuk Sampah sekarang diketuai oleh Beki Maulana yang dibantu oleh pengawas, sekretari, bendahara, koordinator Divisi Humas (Hubungan Masyarakat), dan koordinator Divisi Mas Trampill (Masyarakat Peduli Rambu-Rambu dan APILL) dalam memanajemen seluruh kegiatan Jogja Garuk Sampah.

Keanggotaan Jogja Garuk Sampah ditandai dengan keikutsertaan dalam kegiatan luring gerakan sosial ini seperti melakukan pembersihan rutin setiap hari Rabu di beberapa lokasi strategis kota Yogyakarta. Biasanya, anggota kemudian akan bergabung dalam grup besar Whatsapp Jogja Garuk

Sampah untuk memudahkan proses koordinasi diantara pengurus dan anggota dalam melakukan kegiatan pembersihannya.

Kegiatan pembersihan yang dilakukan oleh Jogja Garuk Sampah bersifat rutin dilakukan pada hari Rabu setiap minggunya. Selain itu, Jogja Garuk Sampah kemudian juga turut melakukan kegiatan pembersihan bersama dengan mitra-mitra lain yang memiliki perhatian serupa yang biasanya dilakukan dalam acara-acara besar yang diselenggarakan di Yogyakarta. Target pembersihan Jogja Garuk Sampah kemudian adalah lokasi-lokasi dengan banyak sampah yang berceceran, baik sampah organik ataupun anorganik. Fokus sampah yang menjadi target pembersihan gerakan ini kemudian berkembang dan meliputi juga sampah-sampah visual seperti poster ataupun banner yang ditempelkan tanpa izin dari pihak berwajib di banyak tempat. Untuk merespon sampah visual inilah kemudian Jogja Garuk Sampah mendirikan divisi Mas Trampill (Masyarakat Peduli Rambu-Rambu dan APILL) yang bertugas untuk membersihkan kota Yogyakarta dari sampah-sampah visual ini.

■ MEDIA BARU DAN AKTIVISME SIBER DI INDONESIA

Per tahun 2017 lalu, tercatat pengguna internet di Indonesia mencapai angka 132 juta pengguna dengan 40% diantaranya merupakan pengguna aktif internet. Walaupun begitu, penggunaan internet di Indonesia masih belum tergolong merata karena sebagian besar pengguna internet di Indonesia kemudian muncul dan tumbuh di Pulau Jawa. Peningkatan jumlah pengguna internet Indonesia kemudian berbanding lurus dengan pertumbuhan pengguna media sosial digital, dimana yang mengalami peningkatan utama dimulai dari media sosial bernama Facebook.

Pada saat ini, Indonesia menempati posisi sebagai negara dengan pengguna Facebook tertinggi di dunia dengan angka 117 juta pengguna. Facebook kemudian diikuti dengan media sosial lainnya, yaitu Twitter dimana pengguna yang berasal dari Indonesia kemudian berhasil mencapai angka 20 juta orang yang menyebabkan Indonesia kemudian

menduduki posisi negara 5 dengan pengguna Twitter terbanyak. Selanjutnya, Indonesia kemudian juga menjadi pengguna terbanyak se-Asia Pasifik dalam sosial media bernama Instagram dengan angka 45 juta pengguna.

Penggunaan media sosial yang tinggi ini kemudian mempengaruhi dinamika berkomunikasi dalam masyarakat. Terdapat transisi pola-pola hubungan masyarakat yang kemudian semakin terdigitalisasi, dimana masyarakat Indonesia pada era kontemporer ini kemudian lebih sering melakukan komunikasi melalui media internet dibandingkan media konvensional lainnya. Hal ini kemudian menyebabkan media sosial digital memiliki peran penting dalam distribusi informasi politik, dan menjadi fasilitator dalam interaksi dan transaksi politik, serta dalam membangun pengetahuan mengenai isu politik yang tengah berkembang.

Media sosial digital kemudian kerap menjadi media baru yang membentuk identitas kolektif yang terakumulasi dalam bentuk suatu gerakan tertentu yang diharapkan dapat mencapai suatu perubahan di masyarakat. Internet dan media sosial digital kemudian menjadi media baru yang bebas dari intervensi dari pihak-pihak lain. Dalam ranah mobilisasi, penyebaran informasi dan penggunaan internet yang semakin meluas kemudian





mampu menyebarkan suatu isu dan memobilisasi massa dengan cepat.

Istilah aktivisme siber kemudian menjadi relevan dalam membicarakan pergerakan yang termobilisasi dengan bantuan internet. Aktivisme siber merujuk kepada pola-pola gerakan sosial yang terbentuk atas preferensi media diskusi dan penyebaran informasi melalui media internet. Aktivisme siber kemudian berhasil menciptakan demokrasi berbasis digital yang tidak terhambat oleh ruang dan waktu yang kemudian menyebabkan demokrasi dapat bekerja di ruang publik yang masif bernama internet.

Klasifikasi aktivisme siber dibagi menjadi tiga bagian utama: organization/mobilization, awareness/advocacy, dan action/reaction. Model organization/mobilization berbicara kepada suatu kondisi yang dihasilkan kepada gerakan populis yang memobilisasi massa berdasarkan isu tertentu. Model awareness /advocacy kemudian berbicara mengenai tindakan persuasif yang berusaha meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai satu isu ataupun problematika sosial yang sedang marak dibicarakan di antara masyarakat. Sedangkan model terakhir, action/reaction, merujuk kepada aktivisme internet yang lebih



emosional dan reaktif terhadap suatu peristiwa.

Menurut Mc Quail (2011: 150) media baru kemudian dapat memberikan ruang yang memungkinkan komunikasi dua arah yang bersifat interaktif yang memungkinkan pengumpulan sekaligus pengiriman informasi sekaligus. Perbedaan mendasar dan utama di antara media konvensional dan media baru kemudian dapat dilihat dalam interaktivitas yang terjadi. Sehingga berdasarkan perbedaan ini kemudian, kampanye sosial dalam media baru kemudian memiliki delapan karakteristik: tertarget, terfokus, terukur, konten, sederhana dan langsung, media yang dipilih, memberikan pengalaman langsung kepada publik, dan lebih menguntungkan karena alasan ekonomi.





KARAKTERISTIK DAN METAMORFOSIS GERAKAN SOSIAL DI YOGYAKARTA

Tradisi dan budaya yang melekat kuat di Yogyakarta kemudian menciptakan corak bergotong-royong yang masih melekat dalam pergerakan sosial yang ada di kota ini. Konsep gotong royong sudah terinstitusionalisasi dalam pergerakan kota Yogyakarta berdasarkan prinsip SEGORO AMARTO (Semangat Gotong Royong Agawe Majune Nyayogyakarta) yang dirilis oleh Gubernur Sri Sultan Hamengku Buwono X. Prinsip ini kemudian dimanifestasikan dalam upaya-upaya pemberantasan kemiskinan ataupun isu-isu sosial lain di Yogyakarta yang masih mengangkat semangat-semangat kolektivisme dan gotong-royong.

Gerakan sosial digital kemudian mempengaruhi dinamika pergerakan sosial di Yogyakarta yang menciptakan gerakan sosial yang tidak hanya dilakukan di lapangan namun juga dilakukan dalam ruang publik baru bernama media sosial. Jogja Garuk Sampah kemudian menjadi salah satu fenomena gerakan sosial yang menggunakan media baru ini untuk meluncurkan pergerakannya. Namun, masih sarat dengan prinsip-prinsip gotong-royong yang sudah terinstitusionalisasi tersebut, Jogja Garuk Sampah muncul karena adanya kesadaran untuk memperbaiki ruang publik bersama dari kekotoran untuk menciptakan lingkungan yang terjaga dari sampah, baik visual maupun sampah-sampah lainnya.

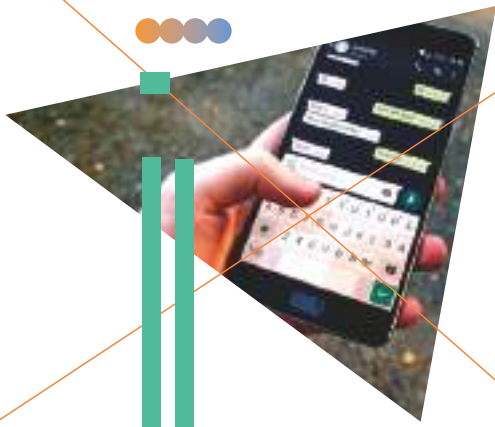
JOGJA GARUK SAMPAH SEBAGAI BENTUK AKTIVISME SIBER

Kesadaran mengenai pentingnya media baru dalam penyebaran informasi kemudian mendorong Jogja Garuk Sampah untuk menggunakan media baru untuk melakukan aktivismenya. Setidaknya ada tiga elemen yang harus dipenuhi oleh Jogja Garuk Sampah sebagai Aktivisme Siber: isu, massa, dan penggunaan media baru.

■ Isu

Media sosial hadir sebagai dimensi baru yang kosong dan bersifat netral. Orientasi keberpihakan media sosial kemudian hadir dalam keputusan pengguna yang memiliki kebebasan untuk memenuhi wadah tersebut dengan komponen-komponen tertentu. Komponen inilah yang nantinya menentukan orientasi dari pemanfaatan sebuah media sosial tertentu. Dalam hal ini, aktivis kemudian memanfaatkan wadah yang awalnya netral ini untuk meluncurkan aktivisme milik mereka.





Dan setiap aktivisme memiliki isu pokok yang menjadi pusat pergerakan.

Isu mengenai lingkungan menjadi isu yang sentral dalam aktivisme Jogja Garuk Sampah. Secara spesifik, isu lingkungan yang diangkat adalah isu mengenai kebersihan lingkungan. Tentu saja, Jogja Garuk Sampah bukan menjadi satu-satunya pergerakan dengan orientasi lingkungan yang menggunakan media baru sebagai alat untuk melakukan aktivisme. Terdapat pergerakan lain seperti Earth Hour Jogja ataupun Jogja Berkebun yang menjadikan media baru sebagai sarana untuk membagi informasi seputar topik spesifik yang diangkat. Perbedaannya adalah isu lingkungan yang diangkat oleh Jogja Garuk Sampah adalah isu riil yang dekat dengan masyarakat.

Menggunakan media baru seperti media sosial, Jogja Garuk Sampah mengkampanyekan mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan serta mengajak masyarakat luas untuk menjadi lebih sensitif mengenai hal tersebut. Adapun upaya gerakan nyata yang ditawarkan oleh gerakan ini adalah tindakan kolektif yang

berkesinambungan seperti turun ke jalan untuk mengutip dan membersihkan lingkungan dari setiap jenis sampah yang mencemarinya. Inisiatif untuk membersihkan ini, tidak datang secara tiba-tiba dari ruang yang vakum.

Yogyakarta, seperti banyak kota lainnya, menjadi kota dengan jumlah penyelenggaraan acara yang banyak. Pada tahun baru misalnya, penyelenggaraan acara serta euforia yang dimiliki oleh masyarakat untuk merayakan kesempatan ini kemudian mendorong penggunaan petasan yang berlebihan. Sayangnya, euforia tersebut tidak diiringi dengan kesadaran mengenai lingkungan yang baik. Yang kemudian berdampak kepada pembuangan sampah di sembarang tempat. Hal inilah yang menyebabkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Hutan merilis himbauan kepada masyarakat untuk tidak membuang sampah tidak pada tempatnya.

Selain itu, sebagai kota pelajar yang aktif, tidak jarang banyak acara-acara dengan berbagai tema diselenggarakan. Seringkali, penggunaan poster dan selebaran yang ditempel di titik-titik kota Yogyakarta dilakukan oleh pihak penyelenggara dalam upaya mempublikasikan acara. Hal inilah yang kemudian menyebabkan sampah yang mencemari lingkungan tidak hanya sampah yang dibuang sembarangan, namun juga sampah visual yang ditempelkan di tempat-tempat umum. Untuk itulah kemudian Jogja Garuk Sampah membentuk divisi Mas Trampill (Masyarakat Peduli Rambu-Rambu dan APILL) yang kegiatannya adalah membersihkan sampah visual tersebut.



■ Massa

Walaupun memiliki latar belakang yang beragam, masyarakat yang tergabung dalam pergerakan Jogja Garuk Sampah kemudian memiliki visi mengenai lingkungan yang serupa. Hal ini dikarenakan oleh pengangkatan isu yang dekat dengan masyarakat dan sebenarnya sudah menjadi kekhawatiran masyarakat selama ini. Bedanya, selama ini kekhawatiran tersebut berada di masing-masing individu tanpa disuarakan. Penyebaran informasi yang dilakukan oleh Jogja Garuk Sampah kemudian berhasil mengumpulkan masyarakat dengan kekhawatiran mengenai lingkungan yang serupa itu untuk melaksanakan solusi nyata yang ditawarkan oleh pergerakan ini.

Komitmen untuk melakukan pergerakan ini di masing-masing individu kemudian menjadi esensial dalam aktivisme Jogja Garuk Sampah. Hal ini dikarenakan perbedaan yang ada diantara keanggotaan gerakan sosial konvensional dan gerakan sosial digital. Dalam gerakan sosial digital, keanggotaan bersifat sangat fleksibel dan dinamika keluar-masuknya anggota menjadi sangat fluid. Fleksibel artinya keanggotaan

Jogja Garuk Sampah berbasis kepada masuk atau tidaknya seorang individu dalam grup daring yang didirikan oleh pengurus gerakan. Fleksibilitas ini kemudian yang menyebabkan kemauan dan kesukarelawan milik individu menjadi faktor utama dalam menumbuhkan keinginan untuk terus melanjutkan kegiatan-kegiatan Jogja Garuk Sampah.

Untuk menumbuhkan motivasi serta komitmen ini Jogja Garuk Sampah kemudian merumuskan program apresiasi yang ditujukan kepada anggotanya, program ini dilakukan baik secara daring maupun luring. Secara daring, biasanya Jogja Garuk Sampah akan mengunggah foto-foto para relawan ketika tengah melakukan kegiatan sukarelawan membersihkan lingkungan ataupun memberikan kejutan ulang tahun kepada anggota. Secara luring, Jogja Garuk Sampah akan memberikan penghargaan secara fisik kepada anggota sukarelawan yang terpilih melalui kriteria tertentu. Yang ingin dicapai dari kegiatan-kegiatan ini adalah untuk menumbuhkan rasa kekeluargaan pada diri masing-masing anggota yang diharapkan dapat menumbuhkan komitmen dan motivasi untuk melanjutkan kegiatan sukarelawan yang diselenggarakan oleh Jogja Garuk Sampah.

Media Baru

Media sosial menciptakan ruang baru untuk terjadinya diskusi dan penyebaran informasi yang cepat. Selain itu, kemampuan media sosial untuk turut menjadi wadah untuk bertukar pikiran tanpa mengharuskan individu-individu untuk bertemu secara langsung kemudian menjadi faktor pembeda yang cukup signifikan dengan metode-metode konvensional. Keterlibatan dalam diskusi publik serta konsumsi informasi secara daring yang terjadi intensif tersebut kemudian menjadi pemicu untuk menjadi penggerak individu untuk turun melakukan aksi nyata

dalam melakukan pergerakan pembersihan lingkungan. Dalam aktivisme siber sendiri, terdapat tiga klasifikasi utama: organization/mobilization; awareness/advocacy; serta action/reaction (McCaughy, 2003: 72-73). Dalam hal ini, Jogja Garuk Sampah jatuh pada spektrum organization/mobilization dikarenakan upaya-upaya pembentukan pergerakan ini serta program-program yang dijalankan yang kemudian menjadi motor penggerak pergerakan yang awalnya disebarluaskan secara daring menjadi pergerakan luring.

Penggunaan Media Sosial pada Jogja Garuk Sampah

Media sosial menjadi media kampanye yang digunakan oleh Jogja Garuk Sampah yang memiliki pola komunikasi satu arah dimana distribusi informasi dimulai dari satu sumber utama kepada banyak orang. Jogja Garuk Sampah menggunakan tiga media sosial utama yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram. Interaksi serta penyebaran informasi intensif yang dilakukan oleh penggerak Jogja Garuk

Sampah dalam media daring ini kemudian menyebabkan peningkatan jumlah pengikut (follower) dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Walaupun jumlahnya tidak sebesar gerakan-gerakan sosial lain yang juga bergerak di bidang lingkungan, tingkat peningkatan pengikut Jogja Garuk Sampah dibandingkan pergerakan sosial yang lain tergolong baik terlebih dengan usianya yang masih baru.

Nama Gerakan	Jumlah Unggahan	Jumlah Pengikut	Waktu Pembuatan Akun	Bidang
Jogja Garuk Sampah	534	1320	3 September 2015	Lingkungan
Jogja Berkebun	350	2276	29 November 2014	Lingkungan
Koalisi Pemuda Hijau Indonesia DIY	632	1375	10 Januari 2015	Lingkungan
Masyarakat Pecinta Alam Jogja	45	59	17 April 2017	Lingkungan
Earth Hour Jogja	349	1482	23 Februari 2014	Lingkungan
Youth For Climate Change Jogja	236	625	11 Juni 2015	Lingkungan
Komunitas Pendaki Jogja Istimewa	184	466	28 Desember 2015	Lingkungan

Tabel 1 Perbandingan Jumlah Unggahan, Pengikut, Dan Waktu Pembuatan Berbagi Akun Instagram Gerakan Sosial Di Yogyakarta Per 31 Desember 2017



Penggunaan sosial media dalam pergerakan Jogja Garuk Sampah setidaknya memenuhi dua fungsi utama yang mendominasi muatan sosial media Jogja Garuk Sampah, yaitu fungsi interaksi dan fungsi publikasi.

1. Interaksi

Media baru memberikan ruang tidak hanya bagi penggerak Jogja Garuk Sampah untuk berinteraksi dengan para anggota, namun juga menyediakan wadah bertukar informasi untuk terjadi antar sesama anggota. Proses interaksi yang tidak hanya satu arah namun merupakan komunikasi interaktif kemudian juga menjadi salah satu faktor yang berkontribusi dalam memberikan motivasi kepada para anggota, baik baru ataupun lama, untuk turun ke lapangan melakukan pergerakan pembersihan lingkungan. Hal ini dikarenakan adanya kesadaran pribadi dari satu anggota yang bersifat menular kepada anggota lainnya dalam proses interaksi dua arah yang terjadi diantara para anggota. Dari perspektif para penggagas pergerakan, media baru dapat dimaksimalkan untuk keperluan menjaring relawan dan distribusi informasi.

Menjaring Relawan

Kemampuan media baru untuk menghubungkan para pengurus gerakan Jogja Garuk Sampah dengan audiens baru menjadi kesempatan yang dimanfaatkan untuk mencari

sukarelawan baru untuk turut bergabung dalam pergerakan Jogja Garuk Sampah. Dalam hal ini, interaksi yang dilakukan oleh para pengurus biasanya dimulai dengan ketertarikan audiens yang merupakan masyarakat awam terhadap kegiatan Jogja Garuk Sampah. Ketertarikan audiens tersebut kemudian akan direspon oleh pengurus Jogja Garuk Sampah yang diwakilkan oleh admin yang mengurus sosial media gerakan ini. Setelah memberikan informasi yang diperlukan, kemudian admin akan mengajak audiens baru untuk bergabung ke grup Whatsapp yang menjadi penanda terekruitnya seorang individu dalam gerakan ini.

Memperluas jangkauan audiens menjadi hal yang esensial bagi sebuah pergerakan, terlebih pergerakan seperti Jogja Garuk Sampah yang memiliki kegiatan rutin untuk berkumpul secara luring. Pemanfaatan media sosial secara maksimal untuk menjamin terjadinya interaksi secara intensif dengan para audiens kemudian menjadi salah satu cara untuk memperbesar sebuah pergerakan. Dalam hal ini, penting bagi sebuah pergerakan untuk melakukan pembagian tugas yang jelas dalam manajemen urusan hubungan masyarakat yang baik.



Sumber Informasi

Sumber informasi yang dimaksud dalam bagian ini, bukanlah penyediaan informasi mengenai kegiatan Jogja Garuk Sampah seperti yang dilakukan oleh para pengurus pergerakan ini dalam menjangkau relawan. Informasi yang dimaksud adalah informasi mengenai lokasi strategis yang dapat menjadi target pembersihan sebagai program dari pergerakan ini. Sumber informasi ini kemudian disampaikan oleh salah satu anggota kepada para pengurus dan anggota lainnya melalui unggahan di grup-grup di sosial media seperti Facebook.

2. Publikasi Langsung

Publikasi langsung yang dilakukan oleh pergerakan Jogja Garuk Sampah bertujuan untuk memberikan informasi secara aktual kepada audiens sosial media mengenai kegiatan pembersihan yang sedang dilakukan pada saat itu. Sosial media yang dimanfaatkan dalam melakukan kegiatan publikasi langsung ini adalah Twitter melalui fitur live tweet dan Instagram melalui fitur instagram story. Kedua sosial media ini kemudian dipilih karena dapat memberikan informasi yang lugas dalam melakukan publikasi langsung. Terlebih, dalam instagram story terdapat juga fitur highlights yang dapat menjadi bahan untuk penyediaan informasi dalam jangka panjang terhadap audiens baru potensial yang ingin mengetahui mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Jogja Garuk Sampah.

Poster Kegiatan

Sebagai sebuah gerakan sosial, Jogja Garuk Sampah menyelenggarakan kegiatan rutin untuk melakukan pembersihan yang biasanya diberikan tajuk Giat. Poster kegiatan untuk menjadi undangan kepada seluruh anggota kemudian menjadi penting. Divisi Humas yang secara spesifik bertanggung jawab mengenai hal ini kemudian akan mensirkulasikan poster kegiatan berisi informasi-informasi yang dibutuhkan. Media baru menjadi tempat yang ideal untuk mendukung pergerakan sosial yang tidak memiliki dukungan dana yang besar seperti Jogja Garuk Sampah untuk membagikan informasi melalui poster digital. Selain meminimalisir dana yang dikeluarkan, poster digital kemudian menjadi inheren dengan identitas Jogja Garuk Sampah sebagai gerakan sosial bertajuk lingkungan, karena dengan ini, Jogja Garuk Sampah tidak perlu melakukan publikasi secara luring melalui poster cetak.





Dokumentasi Kegiatan

Jogja Garuk Sampah memaksimalkan penggunaan sosial media miliknya dengan cara membagikan dokumentasi setiap kegiatan yang diselenggarakan olehnya. Biasanya, kegiatan yang dibagikan di sosial media adalah kegiatan pembersihan rutin yang dilakukan oleh Jogja Garuk Sampah. Namun tak jarang dokumentasi kegiatan juga berisi dengan rapat rutin gerakan ini ataupun pertemuan-pertemuan dengan mitra-mitra yang memiliki perhatian mengenai isu yang sama dengan Jogja Garuk Sampah. Selain menjadi album digital, penggunaan sosial media dengan membagikan dokumentasi kegiatan untuk menciptakan citra yang baik di masyarakat mengenai kegiatan yang dilakukan Jogja Garuk Sampah. Karena kegiatan pembersihan yang rutin dilakukan oleh gerakan ini, Jogja Garuk Sampah kemudian menjadi salah satu penerima penghargaan Kalpataru tingkat Yogyakarta. Selain itu juga, Jogja Garuk Sampah secara rutin melakukan pertemuan dengan Dinas Lingkungan Hidup. Dokumentasi mengenai hal ini kemudian menjadi penting untuk memberitahu masyarakat bahwa Jogja Garuk Sampah merupakan suatu pergerakan sosial yang menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak kunci dalam isu lingkungan.

Laporan

Sumber dana gerakan Jogja Garuk Sampah berasal dari sumbangan sukarela dan donasi dalam bentuk apapun yang diberikan oleh para anggota ataupun pihak-pihak lainnya. Sebagai sebuah pergerakan dengan pengorganisasian dan landasan hukum yang sudah ada, penting bagi Jogja Garuk Sampah untuk melakukan laporan pertanggung jawaban kepada para anggota. Media baru kemudian juga menjadi wadah bagi gerakan ini untuk melakukan laporan pertanggung jawaban, khususnya mengenai pengelolaan aset pergerakan ini. Transparansi menjadi hal yang esensial dalam meningkatkan kredibilitas gerakan ini. Hal ini dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa percaya para anggota dan donatur untuk memberikan donasi kepada Jogja Garuk Sampah.



■ MANFAAT PENGGUNAAN MEDIA BARU OLEH JOGJA GARUK SAMPAH

Dalam penggunaannya terhadap media baru, Jogja Garuk Sampah kemudian menggunakan ketiga sosial media miliknya dengan pemanfaatan media yang berbeda yang bisa kita lihat dalam tabel dibawah ini:



Media penyebaran informasi yang lengkap, dapat mengunggah dalam format artikel panjang, foto yang cukup banyak dan juga video yang cukup panjang. Selain itu juga digunakan untuk publikasi poster dan jadwal aksi, karena telah tersambung langsung dengan media sosial Instagram. Unggahan Jogja Garuk Sampah juga sering menyebarkannya melalui grup besar yang telah memiliki banyak anggota



Media penyebaran informasi yang lebih singkat dan lugas karena keterbatasan karakter di setiap unggahannya. Jogja Garuk Sampah memanfaatkan Twitter dengan cara mengajak media partner untuk bekerja sama dalam melakukan retweet unggahan Jogja Garuk Sampah



Media penyebaran informasi berupa gambar dan video beserta narasi dalam bentuk caption yang sangat efektif karena tingkat popularitasnya. Dalam unggahan yang dilakukan melalui Instagram, pemanfaatan hashtag untuk mempermudah penyebaran dan pengelompokan dalam unggahan di Instagram

*Tabel Manfaat dan Fungsi Penggunaan Media Sosial bagi Jogja Garuk Sampah
Sumber: Diolah dari <http://facebook.com>, <http://twitter.com>, <http://instagram.com>

Manfaat yang dihasilkan oleh penggunaan media baru kepada Jogja Garuk Sampah adalah mempererat hubungan horizontal, menyalurkan informasi dengan mudah dan ekonomis, interaktivitas, membangun rasa kebersamaan antar anggota, serta efektivitas waktu. Adapun mempererat hubungan horizontal berarti penggunaan bahasa yang mengindikasikan kedekatan diantara pengurus gerakan sosial kepada para anggotanya melalui unggahan-unggahan resmi Jogja Garuk Sampah. Media baru yang hanya bermodalkan koneksi internet kemudian sudah dapat memberikan kesempatan bagi pengurus gerakan ini ataupun para anggota untuk bertukar informasi secara langsung, aktual, dan intensif. Dengan media baru pula, interaksi yang terbangun diantara para anggota dan pengurus terjadi secara berkesinambungan dan konstan. Komunikasi secara terus menerus tanpa terhambat oleh faktor spasial dan temporal kemudian menghasilkan terbangunnya rasa kebersamaan antar anggota gerakan sosial dan juga penggunaan waktu yang lebih efektif dibandingkan dengan jika tidak digunakannya media baru dalam gerakan ini.



Dengan berbagai macam manfaat yang sudah dituliskan sebelumnya, tentu media baru bukanlah sarana yang tidak memiliki celah tertentu. Dalam penggunaan media baru, Jogja Garuk Sampah juga menemukan hambatan-hambatan tertentu seperti perundungan, munculnya akun palsu, serta gangguan dalam infrastruktur telekomunikasi.

Pada awal pergerakannya, Jogja Garuk Sampah kerap mendapatkan cibiran dari masyarakat terhadap kegiatan yang baru saja dirintis ini. Cibiran mencakup keraguan kesinambungan dalam program yang dilaksanakan hingga tuduhan bahwa kegiatan ini hanyalah proyek pencitraan untuk beberapa orang saja. Selain itu, akses yang tidak terbatas bagi siapapun yang memiliki koneksi internet berarti membuka kemungkinan bagi pihak-pihak tidak bertanggung jawab untuk menciptakan akun palsu yang merupakan replika dari akun orisinal Jogja Garuk Sampah. Fenomena akun palsu ini kemudian berhasil menipu tidak hanya audiens baru namun juga anggota sukarelawan yang sudah tergabung dalam gerakan. Hambatan terakhir dalam penggunaan media baru merupakan faktor eksternal yang sulit untuk dikendalikan oleh pengguna, yaitu gangguan dalam infrastruktur telekomunikasi. Terkadang, tempat-tempat yang menjadi sasaran strategis pergerakan tidak memiliki jaringan internet yang baik, sehingga kemudian sulit untuk melakukan publikasi langsung seperti live tweet ataupun instagram story seperti yang seharusnya dilakukan oleh gerakan ini.

■ KESIMPULAN

Pergerakan berbasis daring yang dilakukan oleh Jogja Garuk Sampah kemudian dapat dikategorikan sebagai aktivisme siber karena berhasil memenuhi tiga kriteria aktivisme siber: isu, massa, serta penggunaan media baru sebagai faktor pelengkap. Penggunaan tiga media sosial utama yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram yang merupakan bagian dari media baru kemudian mengindikasikan pentingnya ruang publik yang bersifat netral seperti media sosial dalam perkembangan gerakan sosial yang mengangkat isu lingkungan yang dekat dengan masyarakat seperti Jogja Garuk Sampah. Interaktivitas yang tinggi serta tidak adanya faktor spasial dan temporal yang dapat menghambat komunikasi antar anggota di media sosial kemudian berhasil membentuk koneksi tertentu dalam anggota yang tergabung dalam gerakan ini.



Keberhasilan Jogja Garuk Sampah dalam mendirikan gerakan sosial digital ini kemudian dapat dimaksimalkan dengan memaksimalkan upaya untuk memunculkan insentif bagi anggota untuk berinteraksi secara aktif di media sosial seperti Twitter



dan Facebook. Pasalnya, dalam dua media sosial ini, interaksi diantara anggota masih cenderung bersifat pasif. Selain itu upaya publikasi yang dilakukan oleh gerakan sosial ini juga dapat diperbaiki dengan upaya mendokumentasi kegiatan-kegiatan gerakan sosial ini dengan kamera yang dapat memproduksi gambar dengan kualitas yang lebih baik lagi. Media baru sarat dengan kemampuannya berbagi narasi dengan berbagai bentuk, termasuk didalamnya bentuk visual. Dengan memastikan penyediaan informasi dengan cara menarik, diharapkan dapat membantu penarikan relawan yang lebih banyak serta menumbuhkan insentif bagi para pengikut di sosial media untuk turut turun ke lapangan dan melakukan kegiatan riil seperti yang dicanangkan oleh gerakan Jogja Garuk Sampah.

■ REFERENSI

■ BUKU

- Andrain, Harles. 1992. *Kehidupan Politik dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Bacon, Jono. 2012. *The Art of Community*. Sebastopol: O'Reilly Media Inc.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2009. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pengelolaan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Budiarjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Flew, Terry. 2008. *New Media: An Introduction (3rd Edition)*. South Melbourne: Oxford University Press.
- Keliat, Budi A. 2004. *Keperawatan Jiwa : terapi aktivitas kelompok*. Jakarta: Penerbit EGC.
- Kountur, Ronny. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lofland, John. 2003. *Protes: Studi Tentang Perilaku Kolektif Dan Gerakan Sosial*. Yogyakarta: Insist Press.
- McCaughey, Martha dan A. Michael. 2003. *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. London: Routledge.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Misel, Robert. 2004. *Teori Pergerakan Sosial*. Yogyakarta: Resist Book.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Morris, Douglas. 2002. *Networks of Dissent: A Typology of Social Movements in a Global Age*. Chicago: Loyola University of Chicago.
- Neuman, William L. 2003. *Social Research Methods: Qualitative And Quantitative Approaches*. New York: Pearson Education.
- Nugroho, Yanuar dan Sofie Shinta S. 2012. *Melampaui Aktivisme click? Media Baru dan Proses Politik dalam Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Friedrich Elbert Stiftung.
- Patilima, Hamid. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rogers, E. M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.
- Rogers, Everett M. dan D. Lawrence Kincaid. 1981. *Communication Networks. Toward a New Paradigm for Research*. New York: The Free Press
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Venus, Antar. 2010. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Winarno, Budi. 2002. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Yin, Robert K. 2003. *Case Study Research Design and Methods Third Edition*. California: Sage Publications.
- _____. 2012. *Applications of Case Study Research Third Edition*. California: Sage Publications.

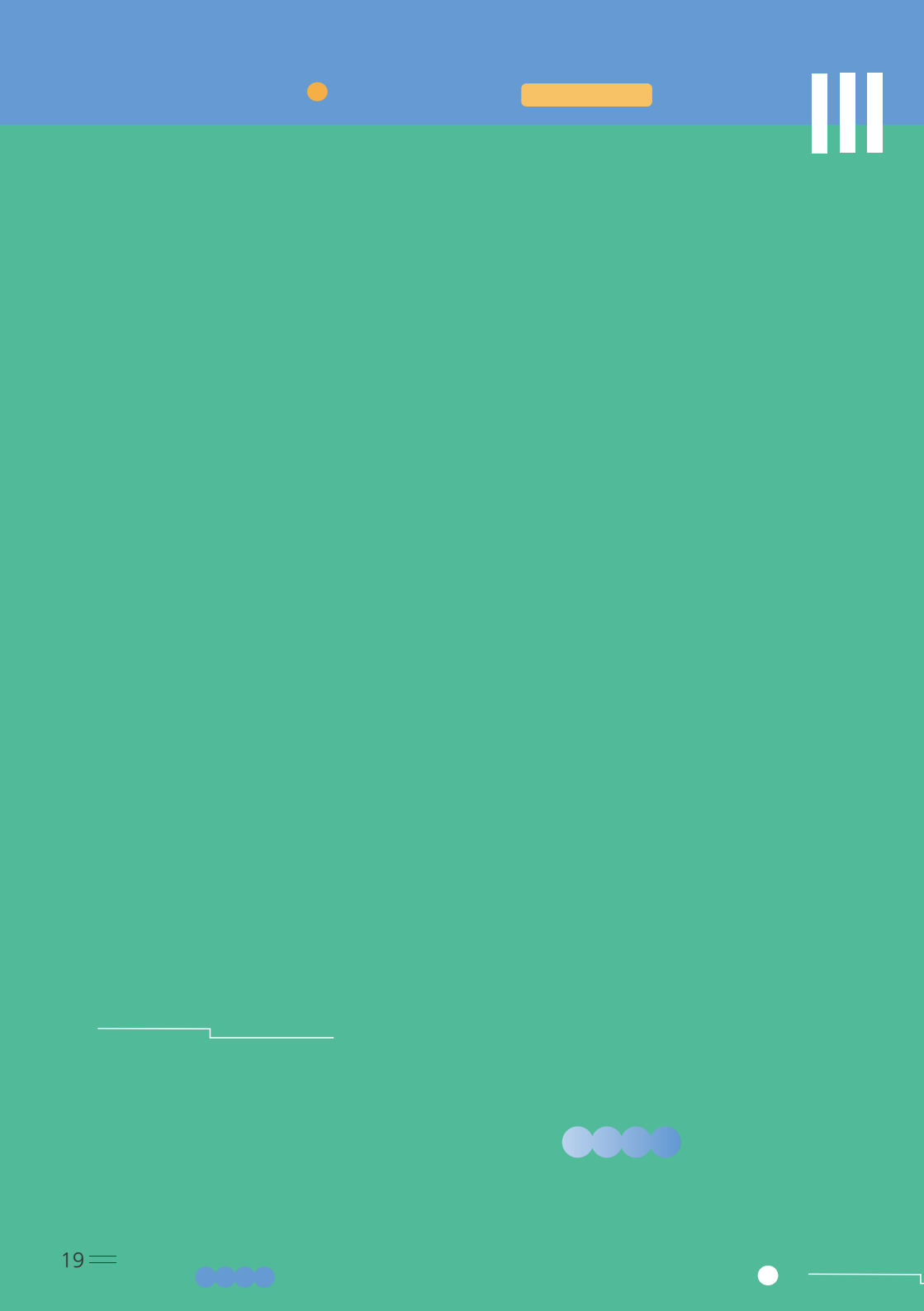
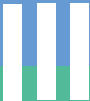
JURNAL

- Kanwar, Priya dan Varinder Taprial. 2012. *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.
- Karjaluoto, Eric. 2008. *A Primer in Sosial Media*. Vancouver: A SmashLAB White Paper.

DARING

- Admin. "Indonesia Berkebun." Diperoleh dari: <http://indonesiaberkebun.org>. Diakses pada 29 Oktober 2017.
- Admin. Juni 2011. "Sri Sultan HB X Luncurkan Segoro Amarto." Diperoleh dari: http://mediainfokota.jogjakota.go.id/detail.php?berita_id=601. Diakses pada 2 April 2018.
- Admin. Oktober 2016. "Komunitas Jogja Garuk Sampah". Diperoleh dari: <http://kotajogja.com/6659/komunitas-jogja-garuk-sampah/>. Diakses pada 25 Januari 2017.
- Bohang, Fatimah K. Juli 2017. "Indonesia Pengguna Instagram Terbesar Se-Asia Pasifik". Diperoleh dari: <http://tekno.kompas.com/read/2017/07/27/11480087/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik>. Diakses pada 29 Oktober 2017.
- Hana. September 2016. "Dishub dan JGS bersih-bersih Sampah Visual". Diperoleh dari: <https://www.beritaterkini.id/2016/09/03/dishub-dan-jgs-bersih-bersih-sampah-visual/>. Diakses pada 25 Januari 2017.
- Iskandarjet. Juni 2009. "Kronologi Kasus Prita Mulyasari". Diperoleh dari:

- https://www.kompasiana.com/iskandarjet/kronologi-kasus-prita-mulyasari_54fd5ee9a33311021750fb34. Diakses pada 5 November 2017.
- Mandariana, Septiandri . September 2016. "Komunitas Unik Jogja Garuk Sampah." Diperoleh dari: <http://jogja.tribunnews.com/2016/09/29/komunitas-unik-jogja-garuk-sampah?page=2>. Diakses pada 25 Januari 2017.
- Pawito. Oktober 2017. "Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang." Diperoleh dari: https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker. Diakses pada 29 Oktober 2017.
- Permana, Sukma Indah. Juli 2016. "Aksi Inspiratif Komunitas Jogja Garuk Sampah di Tengah Hiruk Pikuk Kota Gudeg." Diperoleh dari: <http://news.detik.com/berita/3252796/aksi-inspiratif-komunitas-jogja-garuk-sampah-di-tengah-hiruk-pikuk-kota-gudeg>. Diakses pada 25 Januari 2017.
- Purwandono, Agung. November 2016. "Jogja Garuk Sampah Peduli Jogja Bukan Sekadar Tugas Sekolah." Diperoleh dari: http://krjogja.com/web/news/read/14862/Jogja_Garuk_Sampah_Peduli_Jogja_Bukan_Sekadar_Tugas_Sekolah. Diakses pada 25 Januari 2017.
- Rahayu, Winda . Agustus 2016. "Komunitas Jogja Garuk Sampah Ajak Masyarakat Bergotong-royong Bersihkan Sampah di Yogya." Diperoleh dari: <http://jogja.tribunnews.com/2016/08/25/komunitas-jogja-garuk-sampah-ajak-masyarakat-bergotong-royong-bersihkan-sampah-di-yogya>. Diakses pada 25 Januari 2017.
- Suhendi. Maret 2014. "Cerita Panjang Satinah dari Mencari Riyal sampai Divonis Hukuman Mati." Diperoleh dari: <http://www.tribunnews.com/nasional/2014/03/27/cerita-panjang-satinah-dari-mencari-riyalsampai-divonis-hukuman-mati>. Diakses pada 5 November 2017.
- Widiartanto, Yoga Hastiadi. 24 Oktober 2017. "2016, Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta." Diperoleh dari: <https://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>. Diakses pada 29 Oktober 2018.
- Willis. Januari 2011. "8 Characteristic of Effective Social Media Campaigns." Diperoleh dari: <http://www.searchenginepeople.com/blog/effective-socialmedia-campaigns.html>. Diakses pada 29 Oktober 2017.
- Yudha, Gito. September 2014. "Respons Kasus Florence Sihombing Dianggap Berlebihan." Diperoleh dari: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20140901145505-192-2170/respons-kasus-florence-sihombing-dianggap-berlebihan/>. Diakses pada 5 November 2017.
- Yusuf, Oik. September 2017. "Naik 100 Juta, Berapa Jumlah Pengguna Instagram Sekarang?." Diperoleh dari: <http://tekno.kompas.com/read/2017/09/29/06304447/naik-100-juta-berapa-jumlah-pengguna-instagram-sekarang>. Diakses pada 29 Oktober 2017.





ABOUT CFDS

Center for Digital Society (CfDS) is the research center established by the Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Gadjah Mada. The institution is created under the concern over the contemporary dynamics of socio-political condition of the world that is accentuated by the impeccable influence of information technology. The phenomenon triggers the new patterns and complexities in the society, and thus requires new approaches in managing such complexities.

CfDS pledged to delve more on the study of contemporary digital society, including related issues surrounding the topic; such as the issues of smart city and urban development. The emphasis is then put on the utilization of technology to shape the society in becoming digitalized, as well as to bring solvency to social issues.

Vision

Solving Social Problem and Accelerating Prosperity through Indonesia Digital Society

Activities

1. Research and Development
2. Dissemination and Publication
3. Education and Policy Advocacy

Research Scopes

1. Digital Governance
2. Digital Economy
3. Future Technology



facebook.com/cfdsugm



@cfds_ugm



Center for Digital Society (CfDS)



@cfds_ugm



cfds.fisipol.ugm.ac.id



cfds_ugm



CfDS UGM

