

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Pasca reformasi, masyarakat Indonesia dihadapkan oleh berbagai permasalahan kemasyarakatan yang begitu kompleks.<sup>1</sup> Menguatnya proses demokratisasi, keterbukaan, perkembangan media informasi dan teknologi menciptakan sebuah tatanan hidup baru dan sistem nilai baru pada masyarakat Indonesia<sup>2</sup>. Keterbukaan dalam segala aspek kehidupan mendorong peningkatan partisipasi masyarakat dalam menyerukan pentingnya perwujudan hak-hak asasi manusia yang pada era Orde Baru sempat terhambat oleh pola pemerintahan yang cenderung sentralistik.

Kesadaran kolektif ini yang pada akhirnya mendorong terbentuknya Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) atau yang dewasa ini, kita menyebutnya sebagai *Non-Governmental Organization* (NGO) sebagai bagian dari fenomena baru lahirnya masyarakat sipil atau *civil society* di Indonesia. Fenomena ini juga diatur dan dibahas dalam konstitusi Negara Kesatuan Republik Indonesia Undang Undang Dasar 1945 melalui Undang – Undang No. 8 Tahun 1985 yang mendefinisikan pembentukan Organisasi Kemasyarakatan sebagai kebutuhan atau salah satu agen sosial dari masyarakat yang diharapkan mampu mempercepat dalam proses pembangunan nasional. Dalam undang-undang ini lebih lanjut dibahas bahwa Organisasi Kemasyarakatan, atau NGO dipergunakan sebagai sarana untuk menyalurkan pendapat dan pikiran bagi masyarakat Indonesia, sehingga hal ini meningkatkan

---

<sup>1</sup> Rancangan Analisis dan Evaluasi Hukum tentang Organisasi Kemasyarakatan (UU No. 8 Tahun 1985) diakses pada 31 Maret 2021 melalui: [https://www.bphn.go.id/data/documents/organisasi\\_kemasyarakataan.pdf](https://www.bphn.go.id/data/documents/organisasi_kemasyarakataan.pdf)

<sup>2</sup> Rancangan Analisis dan Evaluasi Hukum tentang Organisasi Kemasyarakatan (UU No. 8 Tahun 1985) diakses pada 31 Maret 2021 melalui: [https://www.bphn.go.id/data/documents/organisasi\\_kemasyarakataan.pdf](https://www.bphn.go.id/data/documents/organisasi_kemasyarakataan.pdf)

partisipasi masyarakat secara aktif dalam mewujudkan masyarakat Pancasila; sehingga keberadaannya dianggap penting demi tercapainya tujuan nasional.<sup>3</sup>

Dari sini terdapat istilah masyarakat sipil atau *civil society* sebagai bagian dari komunitas di masyarakat yang secara mandiri turut andil dalam membangun komunitas yang positif di masyarakat. Sederhananya, masyarakat sipil adalah kebutuhan dasar bagi masyarakat dalam mewujudkan transformasi sosial.<sup>4</sup> Masyarakat sipil membantu memelihara pemerintahan yang baik, menginformasikan masyarakat tentang masalah dan kejahatan sosial, membuat warga negara sadar dan bertanggung jawab atas perubahan sosial, dan menyuarakan kesadaran.<sup>5</sup> Umumnya mereka berbentuk sebuah organisasi independen, atau lebih dikenal dengan sebutan *Non-Governmental Organization* (NGO) yang dibentuk dengan tujuan meningkatkan taraf kesadaran masyarakat.<sup>6</sup> Kehadiran NGO di Indonesia juga berorientasi pada penguatan kelompok masyarakat sebagai kebutuhan dasar dari masyarakat maju.<sup>7</sup>

Selain sebagai organisasi tandingan dari pemerintah, NGO juga berperan dalam pencarian strategi alternatif kreatif untuk menghadapi perubahan kebutuhan sosial serta munculnya sebuah struktur kebijakan baru yang menyebabkan kerugian, atau ketidakberdayaan dan berusaha mewujudkan partisipasi masyarakat melalui aktualisasi program-program. Menurut Global Development Research Centre, NGO berdasarkan orientasinya terbagi kedalam empat jenis; *charitable orientation*, *service*

<sup>3</sup> Undang Undang No. 8 Tahun 1985 diakses pada 6 April 2021 melalui: [https://www.dpr.go.id/dokjdi/dokument/uu/UU\\_1985\\_8.pdf](https://www.dpr.go.id/dokjdi/dokument/uu/UU_1985_8.pdf)

<sup>4</sup> Studi, T., & Umum, T. (2005). Teknologi Informasi dan Gerakan Sosial di Indonesia. *locus*, 1.

<sup>5</sup> "Human Rights Activism and The Role of NGO" diakses pada 7 April 2021 melalui:

<https://www.coe.int/en/web/compass/human-rights-activism-and-the-role-of-ngos>

<sup>6</sup> "Human Rights Activism and The Role of NGO" diakses pada 7 April 2021 melalui:

<https://www.coe.int/en/web/compass/human-rights-activism-and-the-role-of-ngos>

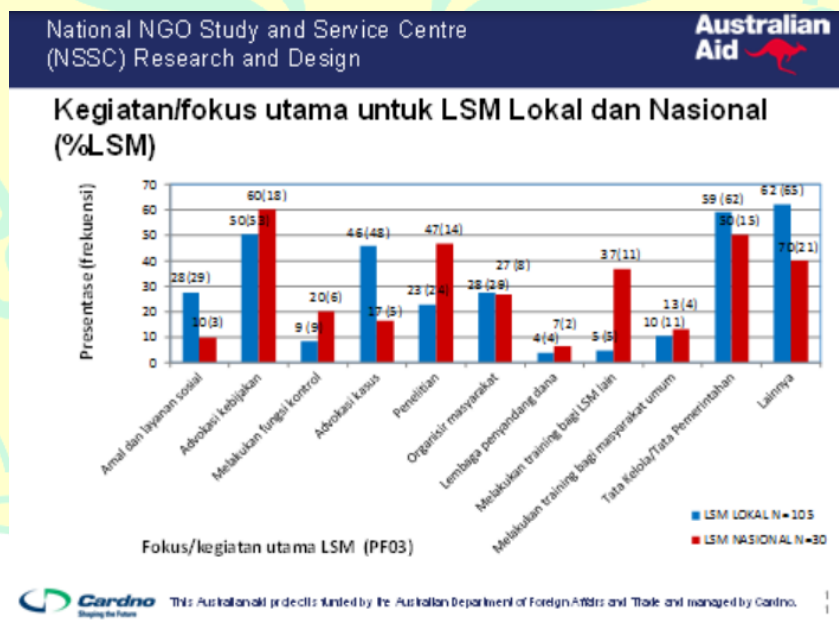
<sup>7</sup> Suharko (2003). "NGO, Civil Society, dan Demokrasi: Kritik Atas Pandangan Liberal", Jurnal Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 7 No.2. Universitas Gadjah Mada.

*orientation, participatory orientation, dan empowering orientation.*<sup>8</sup> Wacana mengenai pembentukan organisasi *civil society* khususnya di Indonesia beberapa tahun terakhir memang berkembang secara signifikan. Kemendagri mencatat pada tahun 2010 setidaknya terdapat 339 Ormas dan NGO di Indonesia yang terdaftar pada Kementerian Dalam Negeri dan memiliki Nomor Surat Keterangan Terdaftar (SKT)<sup>9</sup>.

Menurut data Australia Aid (2014) atau badan kerjasama pembangunan internasional Australia yang bekerjasama dengan Bappenas serta beberapa NGO di Indonesia untuk menelaah penelitian awal mengenai konsep, latar belakang, serta profil terkini dari keberadaan NGO di Indonesia pada 2010 kegiatan atau fokus utama NGO digambarkan dalam grafik berikut:

**Gambar 1.1**

**Kegiatan atau Fokus Utama untuk NGO Lokal dan Nasional (% LSM)**



Sumber: [www.ksi-indonesia.org](http://www.ksi-indonesia.org) (2014)

<sup>8</sup> Diakses pada 2 April 2021 melalui: <https://www.gdrc.org/>

<sup>9</sup> Data Organisasi Kemasyarakatan dan Lembaga Swadaya Masyarakat diakses pada 31 Maret 2021 melalui: [https://www.kemendagri.go.id/media/filemanager/2011/02/22/d/a/daf.ormas\\_lsm\\_2010.pdf](https://www.kemendagri.go.id/media/filemanager/2011/02/22/d/a/daf.ormas_lsm_2010.pdf)

Berdasarkan grafik, NGO dengan kegiatan atau fokus utama dalam mengawasi tata kelola/tata pemerintahan menempati posisi tertinggi. Kemudian disusul oleh bantuan advokasi kebijakan, advokasi kasus, amal dan layanan sosial hingga melakukan training untuk NGO lain sebagai kegiatan atau fokus utama. Hal ini menggambarkan bahwa baik NGO lokal maupun nasional memiliki *background issues* yang beragam dalam menangani perubahan kebutuhan sosial yang terjadi di masyarakat. Baik NGO lokal maupun nasional sama-sama berorientasi pada perannya sebagaimana organisasi non-pemerintah, juga sebagai aktor dalam membantu memecahkan masalah di masyarakat.

Sedangkan bila dilihat melalui data *International NGO Forum on Indonesian Development* (INFID) (diakses pada Juli 2022), setidaknya terdapat 89 NGO yang terdaftar sebagai anggota INFID yang tersebar mulai dari sabang hingga merauke. NGO yang tergabung dalam organisasi masyarakat sipil ini secara khusus membawa misi dalam memperjuangkan pembangunan Indonesia, tak terkecuali pada isu HAM dan Demokrasi.

KontraS juga merupakan salah satu anggota NGO yang tergabung dalam INFID. Perlindungan atas Hak Asasi Manusia (HAM) menjadi *issue* yang coba diangkat oleh NGO Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Tindak Kekerasan (KontraS). Berakhirnya masa Orde Baru pada tahun 1998 melahirkan berbagai permasalahan kemasyarakatan yang begitu kompleks; salah satunya adalah pelanggaran HAM berat dalam peristiwa politik perjalanan sejarah bangsa Indonesia. Negara secara sah memiliki kewajiban melindungi Hak Asasi Manusia setiap warganya yang dituang kedalam Pasal 28I ayat (4) yang berbunyi "Perlindungan, pemajuan, penegakan, dan pemenuhan hak asasi manusia adalah tanggung jawab Negara, terutama Pemerintah" namun justru meninggalkan

catatan kelam dan dianggap belum menyelesaikan permasalahan HAM dengan baik. Terdapat beberapa catatan penting terkait pelanggaran HAM terhitung sejak tahun 1998.

Era reformasi yang membuka ruang gerak politik, ditambah gejolak masyarakat saat itu turut menghadirkan KontraS sebagai salah satu organisasi masyarakat sipil yang memberikan bantuan advokasi kepada keluarga korban yang nyawanya terenggut. Sebagaimana komitmen KontraS yang tertuang dalam visi misinya yakni mewujudkan demokrasi yang berbasis pada keutuhan kedaulatan rakyat melalui landasan dan prinsip rakyat yang bebas dari ketakutan, penindasan, kekerasan dan berbagai bentuk pelanggaran hak asasi manusia atas alasan apapun, termasuk yang berbasis gender; dengan misinya memajukan kesadaran rakyat akan pentingnya penghargaan hak asasi manusia, khususnya kepekaan terhadap berbagai bentuk kekerasan dan pelanggaran berat hak asasi manusia sebagai akibat dari penyalahgunaan kekuasaan negara.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Visi dan Misi Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Tindak Kekerasan (KontraS) diakses pada 22 Januari 2022 melalui: <https://kontras.org/visi-misi/>

Gambar 1.2

HAM sebagai *Background Issues* yang Diangkat oleh KontraS

Sumber: [www.kontras.org](http://www.kontras.org) (2022)

Gambar 1.2 menampilkan siaran pers terkait isu permasalahan HAM terkini di Indonesia yang dimuat dalam laman *website* [kontras.org](http://kontras.org). Sebagai negara demokrasi, perjuangan untuk menegakkan keadilan HAM patut disebarluaskan seluas-luasnya. Alasan ini yang melandasi NGO KontraS untuk terus mengangkat isu permasalahan HAM ke permukaan. Peristiwa pelanggaran HAM yang dimaksud antara lain dirangkum kedalam beberapa isu penting: September Hitam (Tanjung Priok, Semanggi 2, Munir, Reformasi Dikorupsi), Reformasi Sektor Keamanan (TNI, Polri, Terorisme dan HAM), Pelanggaran HAM Masa Lalu (Mei Berkabung), Papua dan HAM dan yang terkini adalah COVID-19 dan HAM. KontraS merupakan salah satu NGO lokal di Indonesia yang masih aktif secara vokal menyuarakan pentingnya penghargaan terhadap nilai-nilai Hak Asasi Manusia, baik kedalam wujud aksi konkrit berupa kegiatan kampanye dan pelayanan advokasi maupun dalam laman media sosialnya sampai saat ini.

Kehadiran dunia digital juga menambah ruang gerak bagi NGO untuk menyebarluaskan informasi atau gerakan kampanye dalam konteks meningkatkan kesadaran sosial atau *social awareness* di masyarakat. Tak dapat dipungkiri bahwa media sosial merupakan salah satu saluran komunikasi yang paling berpengaruh.<sup>11</sup> KontraS sebagai NGO juga menggunakan peluang ini sebagai sarana berekspresi dengan mengusung prinsip, konsep serta tujuan terkait pentingnya penghargaan nilai-nilai HAM pada setiap diri manusia dengan memaksimalkan penggunaan media sosial yang ada seperti Twitter, Instagram, serta *Website* untuk melakukan kegiatan kampanye.

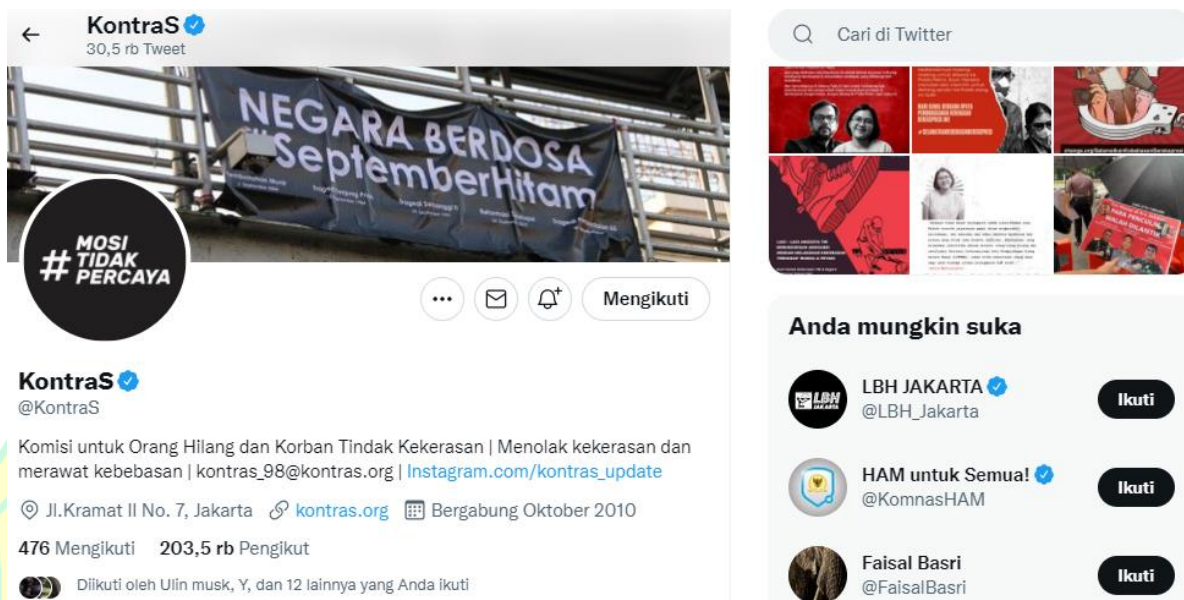


---

<sup>11</sup> Bredl, K. (2014). *Methods for Analyzing Social Media*. New York: Taylor & Francis.

Gambar 1.3

**Media Sosial NGO Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Tindak Kekerasan  
(KontraS)**



Sumber: [twitter.com/kontras](https://twitter.com/kontras) (2022)

Gambar 1.3 memperlihatkan media sosial KontraS yang aktif secara vokal dalam membicarakan permasalahan isu HAM diikuti dengan banyaknya jumlah *followers* atau pengikut yang dimiliki. Melalui info grafis, data, serta foto yang NGO bagikan dilaman media sosial mereka, diduga mampu merangsang perkembangan kesadaran sosial yang ada pada diri seseorang. Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi yakni fitur media sosial yang ditawarkan. Setidaknya terdapat tiga unsur penting dalam penggunaan media sosial yang perlu dibangun, yaitu konten, keterlibatan, dan interaksi.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Benedict, Eric., Ariesty, Angga. (2020) "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding" yang diterbitkan oleh UltimaComm: Jurnal Ilmu Komunikasi, 12(2), 167-184



Media sosial identik dengan fitur interaktif yang banyak mengundang keterlibatan para penggunanya. Hal ini berkaitan erat dengan konten yang sedemikian rupa dibangun, yang secara tidak langsung memiliki kekuatan dalam mempengaruhi ketika ada keterlibatan dan interaksi dari pengguna media sosial. Diantara semua sosial media yang hadir, Twitter dianggap lebih cepat dalam arus penyebaran informasi. Twitter adalah platform publik, informasi menyebar dengan cepat di situs yang memungkinkan para aktivis mengambil tindakan cepat yang mendorong mobilisasi cepat.<sup>13</sup> Salah satu teknik utama untuk menyebarkan informasi adalah dengan menggunakan tagar (#), yang membuat konten dapat dicari dan lebih terlihat oleh orang lain. Selain tagar, para aktivis maupun pengguna lainnya menggunakan opsi @ (sebutkan/*mention*) untuk menjangkau oknum yang bersangkutan secara langsung. Sehingga aspirasi, opini masyarakat bisa tersalurkan dengan mudah dengan menggunakan beberapa fitur yang ditawarkan oleh Twitter.

Para peneliti menganalisis konten dan struktur jaringan sampel, salah satu hasilnya adalah identifikasi empat niat pengguna umum yang mendorong anggota untuk menggunakan Twitter: obrolan harian, percakapan, berbagi informasi, dan melaporkan berita.<sup>14</sup> Twitter menjadi wadah untuk memposting pembaruan informasi dan interaksi di saluran jejaring sosial disebuah tempat. Ini terbukti menjadi sistem peringatan yang efektif untuk menyebarkan informasi terkini ataupun dalam suasana genting sekalipun. Kegunaan lainnya yakni termasuk permintaan informasi, kampanye politik, jajak pendapat, dukungan sosial, dan sebagai sarana ekspresi kreatif lainnya dengan menggunakan fitur Twitter seperti tagar, dan *geotag* sebagai

---

<sup>13</sup> Hermida, A., Lewis, S. C., & Zamith, R. (2014). *Sourcing the Arab Spring: A case study of Andy Carvin's sources on Twitter during the Tunisian and Egyptian revolutions*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 479–499

<sup>14</sup> Akshay, J., Song, X., Finin, T., and Tseng, B. (2007). *Why we Twitter: Understanding microblogging usage and communities*. Proc. Joint 9th WEBKDD & 1st SNA-KDD Workshop 2007.

upaya meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam menyebarkan kesadaran sosial masyarakat, membuat Twitter lebih unggul dibanding sosial media lainnya.

Kesadaran secara harfiah diartikan sebagai mawas diri (*awareness*). Sedangkan kesadaran sosial dilihat dari kacamata psikologi sosial menurut Wegner dan Guilano didefinisikan sebagai representasi jiwa antara dirinya sendiri dan orang lain.<sup>15</sup> Prosolova Forland juga mengemukakan kesadaran sosial berhubungan dengan kewaspadaan seseorang terhadap situasi sosial yang dialami oleh diri sendiri dengan orang lain.<sup>16</sup> Namun bila dilihat dengan keterkaitannya dengan psikologi sosial dengan sosiologi, kesadaran sosial dapat dilihat sebagai kemampuan untuk mendalami perspektif dan berempati kepada orang lain, termasuk kepada mereka yang memiliki perbedaan latar belakang dan budaya; kemampuan untuk memahami nilai dan norma sosial, diikuti juga oleh etika untuk berperilaku dan memahami realitas sosial di lingkungan sekitar.<sup>17</sup>

Dalam buku "*Human Awareness Its Social Development*", jika berbicara tentang *awareness*, maka kita berbicara tentang memahami perasaan orang lain. Dalam hal ini kita menyebutnya dengan empati. Empati adalah proses kognitif-afektif yang berkembang sepanjang hidup individu.<sup>18</sup> Berbagai pengubah empati, misalnya aturan tampilan, kesamaan yang dirasakan, kesadaran diri sendiri, dan pengalaman hidup individu, dapat menetralkan atau, sebaliknya, memperkuat ekspresi empati.<sup>19</sup> Dari empati lahirlah sebuah *awareness* pada diri manusia. Kesadaran sosial dapat tumbuh dan berkembang pada diri manusia dengan bantuan eksternal salah satunya

<sup>15</sup> Wegner, M. D., Guilano, T. (1983). "*Social Awareness and Its Story Comprehension*" Journal Social Cognition, Vol. 2, No.1, pp.1-17.

<sup>16</sup> La Abute, E. (2021). "*Pemikiran Kesadaran Sosial Muhammad Natsir dan Relevansinya dengan Pendidikan Islam di Indonesia*". Global Aksara Pres: Surabaya.

<sup>17</sup> "*Social Awareness*" by Minnesota Department of Education diakses pada 12 Juli 2022 melalui: <file:///C:/Users/hp/Downloads/Social%20Awareness%20Competency.pdf>

<sup>18</sup> Marková, I. (2017). *Human awareness: Its social development*. Routledge. Hlm. 6

<sup>19</sup> *Ibid.*

melalui pendidikan.<sup>20</sup> Dekatnya kesadaran sosial dengan dunia pendidikan, membuat aspek kesadaran sosial menjadi aspek penting yang perlu ditanam sedini mungkin. Individu yang tumbuh dengan kesadaran sosial yang baik, akan dapat membangun hubungan dalam masyarakat dan target-target yang dicapai dalam masyarakat terjalin dengan baik; hubungan saling harga menghargai, terutama rasa saling memiliki.<sup>21</sup>

Meningkatkan kesadaran sosial masyarakat merupakan salah satu tujuan dari berdirinya NGO di Indonesia termasuk KontraS. Untuk mencapai tujuan ini, dibutuhkan sarana atau wadah informasi yang langsung menghubungkannya dengan masyarakat, salah satunya adalah melalui media sosial Twitter. Efektivitas penggunaan media sosial bagi NGO dibuktikan dalam beberapa penelitian, seperti misal apa yang dibuktikan oleh Dea Apriani yang melakukan penelitian tentang Efektivitas Media Sosial untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. Terdapat organisasi KeSeMaT (Kelompok Studi Ekosistem *Mangrove*) sebagai organisasi pelestarian mangrove yang mengajak masyarakat untuk berpartisipasi melalui aktivitas online dengan menggunakan akun media sosial Twitter @KeSEMaT. Dari hasil penelitiannya, kampanye berbasis digital yang dilakukan akun Twitter @KeSEMaT **efektif** dalam mengubah perilaku dan sikap followers terhadap pelestarian *mangrove*.<sup>22</sup> Semakin tinggi frekuensi dan durasi dalam membaca dan mengakses akun twitter @KeSEMaT maka semakin tinggi perubahan perilaku yang terjadi.<sup>23</sup>

Sedangkan penelitian yang dilakukan Yohanes Widodo, dengan judul *The Experience of NGOs in Indonesia to Develop Participatory Democracy by the Use of*

---

<sup>20</sup> Periklis Pavlidis (2015). *Social consciousness, education and transformative activity*. Aristotle University of Thessaloniki, Greece. Hlm 4

<sup>21</sup> La Abute, E. (2019). Konsep Kesadaran Sosial Dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 3(2), 186-195.

<sup>22</sup> Kapriani, D. R., & Lubis, D. P. (2014). Efektivitas media sosial untuk gerakan sosial pelestarian lingkungan. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(3), 160-170.

<sup>23</sup> *Ibid.*.

*the Internet* juga mengungkapkan bahwa pada NGO WALHI juga menggunakan Internet sebagai sarana mobilisasi; pembelaan, memantau, dan membentuk opini masyarakat; kerjasama, dan mendukung gerakan politik, sedangkan WWF-Indonesia menggunakan Internet untuk komunikasi dan kolaborasi; manajemen pengetahuan; dan lingkungan kontribusi.<sup>24</sup> Yang mana hal ini mengartikan bahwa keberadaan dunia digital juga mampu membantu NGO lainnya dalam hal membangun kesadaran diruang publik. Penggunaan internet diakui dapat memperkuat keberadaan NGO itu sendiri juga melangsungkan praktik demokrasi partisipatif yang sehat dengan adanya kebebasan sarana informasi seperti siaran pers yang mampu mengedukasi masyarakat luas.

Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairul Anam dalam Efektivitas Sosial Media dalam Gerakan Sosial Penolakan Reklamasi Teluk Jakarta, Indonesia. Penelitian dilakukan dengan menggunakan *Social Network Analysis* (SNA) yakni melacak ren percakapan serta sebaran lokasi isu di Twitter. Hasilnya, media sosial berperan efektif dalam mendorong kepekaan sikap masyarakat dalam gerakan, hal ini dibuktikan dengan perluasan pesan penolakan reklamasi terjadi di berbagai daerah dan dapat mendorong perubahan kebijakan. Penggunaan media sosial melingkupi keterhubungan tiga dimensi dalam gerakan sosial.<sup>25</sup>

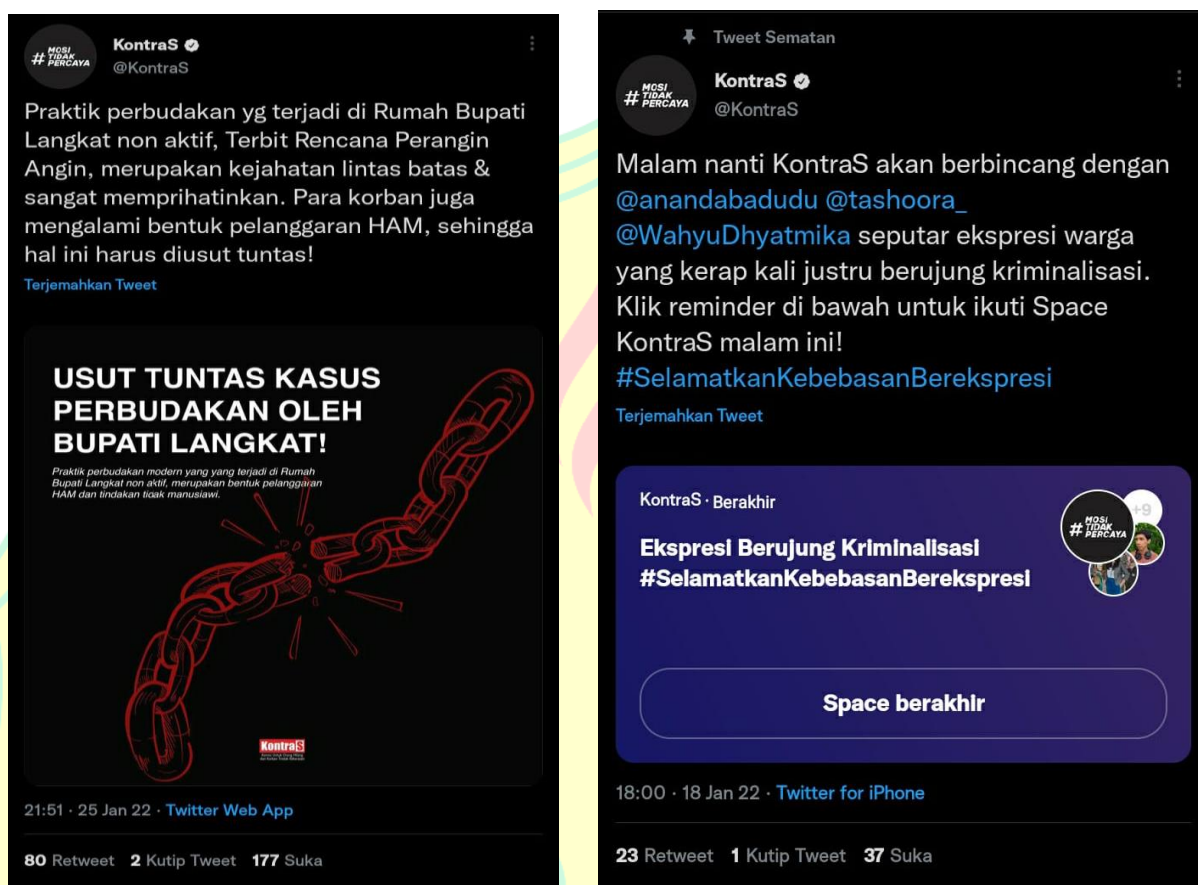
---

<sup>24</sup> Widodo, Y (2011). The Experience of NGOs in Indonesia to Develop Paricipatory Democracy. *Internetworking Indonesia Jurnal*. Vol. 3 No. 2

<sup>25</sup> Anam, K., Kolopaking, L. M., & Kinseng, R. A. (2020). Efektivitas sosial media dalam gerakan sosial penolakan reklamasi teluk jakarta, indonesia. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 8(01), 64-81.

Gambar 1.4

## Akun Media Sosial Twitter @KontraS



Sumber: Dokumentasi Penulis (2022)

Pada Gambar 1.4 terlihat bagaimana KontraS menyuarakan isu HAM dalam lama akun media sosial Twitter @KontraS secara aktif dilihat dari *tweet* terakhirnya yakni pertanggal 25 Januari 2022. Hal ini bersinergi positif sebagaimana peran NGO yang pada konteks ini mengambil peran dalam menginterpretasikan sebuah *public issues* kedalam bentuk informasi, bukan hanya kedalam bentuk informasi melainkan juga membangun komunikasi persuasif dalam upaya mengedukasi masyarakat melalui platform digital bernamakan media sosial. Media sosial terdiri dari dua kata “media” yang bisa diartikan sebagai sarana, serta “sosial” yang diartikan sebagai realitas sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada manusia

lain. Sehingga pernyataan ini secara tidak langsung menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.<sup>26</sup> Penggunaan internet menjadi salah satu hal yang paling berkembang secara pesat di era globalisasi. NGO di seluruh dunia mulai mempertimbangkan dunia digital sebagai sarana baru dalam menyebarkan informasi.

Gejala aktivisme digital mulai berkembang seiring dengan berkembangnya media sosial di Indonesia. Kegiatan aktivisme digital yang dijalankan melalui media sosial, dengan sebagian besar dijalankan menggunakan ponsel, tentunya semakin mempermudah semua kalangan untuk memiliki akses untuk memperoleh informasi tersebut. Terlebih, media sosial juga dapat difungsikan sebagai jejaring sosial yang kerap digunakan sebagai *media sharing*, atau situs menjalin pertemanan digital sekaligus media berbagi yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi informasi melalui foto atau video.

Dalam hal ini, Twitter merupakan salah satu media sosial yang mampu menampilkan keduanya sekaligus. Salah satu keunikan yang ditawarkan oleh media sosial Twitter adalah dimana mereka memberikan kebebasan bagi para penggunanya untuk berekspresi yang mampu dituangkan kedalam bentuk kalimat atau *tweets* sejumlah 140 karakter. Twitter yang dikategorikan sebagai media komunikatif adalah sebuah jaringan informasi yang terdiri dari pesan 140 karakter yang disebut tweet. Hal ini dianggap sebagai cara baru yang mudah untuk menemukan berita terbaru atau apa yang sedang terjadi di dunia terutama yang berkaitan dengan hal-hal yang kita gemari. Arus persebaran informasi terjadi begitu cepat, ini membuat Twitter dianggap sebagai

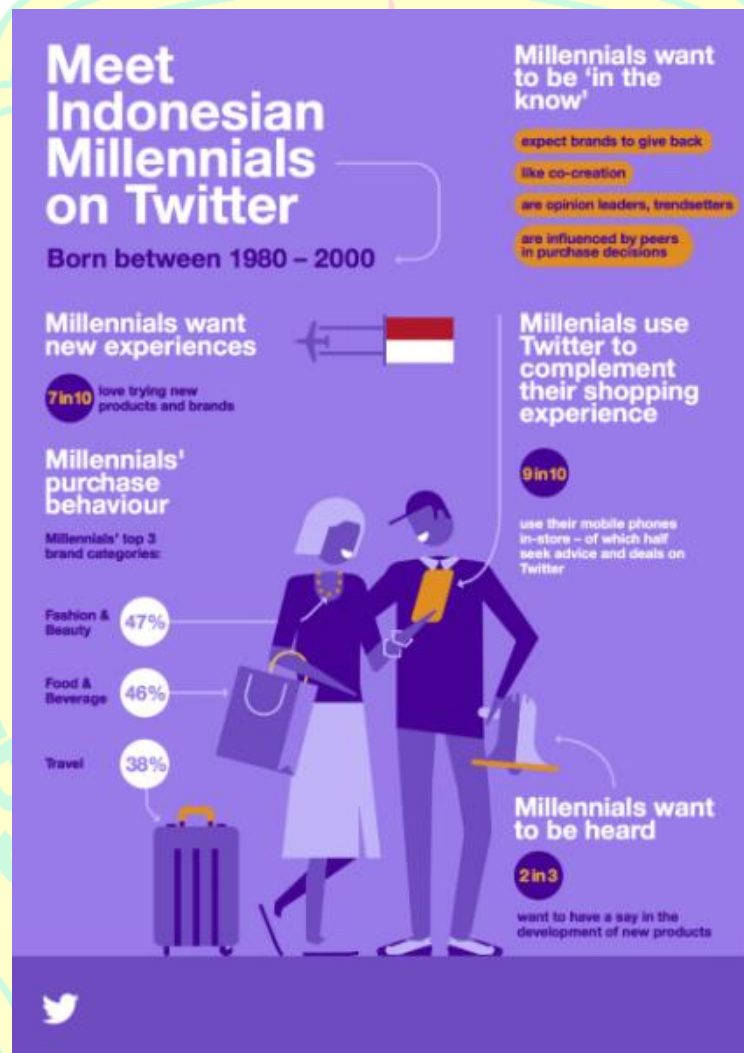
---

<sup>26</sup> Mulawarman, Nurfitri, Aldila Dyas (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. Buletin Psikologi. Jurnal Universitas Gadjah Mada.

media sosial yang paling komunikatif dibanding media sosial lain, dikarenakan fitur *tweet* ini yang dapat langsung menyebarkan informasi ke banyak orang. Selain itu pada halaman *timeline* hanya memuat cuitan atau beberapa foto<sup>27</sup>.

**Gambar 1.5**

**Milenial Indonesia dalam Menggunakan Twitter**



Sumber: [blog.twitter.com/in\\_id](http://blog.twitter.com/in_id) (2022)

Sebagai media sosial, Twitter merupakan media sosial yang hampir semua generasi muda saat ini, yang bukan hanya akrab tetapi juga menikmati dan menggunakannya dengan santai. Pada Gambar 1.5 penelitian terkini menurut Twitter

<sup>27</sup> Elwack, Pamela (2013). *Twitter: Social Communication in the Twitter Age. International Journal of Interactive Communication Systems and Technologies*, 3(2), July-December 2013, 66-69.

Indonesia, 50 persen pengguna generasi milenial di Indonesia menginginkan layanan konsumen di Twitter setiap saat serta 2 dari 3 pengguna generasi milenial di Indonesia ingin suara atau opininya didengar.<sup>28</sup>

Sehingga twitter menjadi ruang yang aman untuk bertukar opini maupun memperoleh informasi bagi generasi milenial Indonesia. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, secara spesifik peneliti ingin melihat bagaimana pengaruh keberadaan gejala aktivisme digital atau penggunaan media sosial yang dilakukan oleh NGO terhadap kesadaran sosial (*social awareness*), mengingat aspek kesadaran sosial juga penting untuk dimiliki dalam hidup bermasyarakat, khususnya pada generasi milenial; yakni angkatan yang lahir pada 1980-2000an awal. Kemunculan berbagai NGO di media sosial memunculkan spekulasi apakah masyarakat milenial yang turut merasakan zaman sebelum dan sesudah keberadaan teknologi informasi masih penting untuk mengikuti NGO di media sosial mereka masih perlu peneliti lebih lanjut dalam penelitian ini. Berbeda dengan generasi *boomer* (1965-1976) yang memiliki *gap* jauh dengan masa perkembangan teknologi informasi dan generasi “Z” (2000-dan seterusnya) yang lahir dimasa dunia digital sudah berkembang dengan pesat. Terlebih generasi milenial saat ini sudah disibukkan oleh beragam aktivitas, mulai dari urusan perkuliahan, pekerjaan hingga urusan rumah tangga.

---

<sup>28</sup> “83% Pengguna Milenium Indonesia Menganggap Twitter sebagai Sumber yang Dapat Dipercaya untuk Informasi Produk” diakses pada 26 Januari 2022 melalui: [https://blog.twitter.com/in\\_id/a/id/2016/83-pengguna-milenium-indonesia-menganggap-twitter-sebagai-sumber-yang-dapat-dipercaya-untuk](https://blog.twitter.com/in_id/a/id/2016/83-pengguna-milenium-indonesia-menganggap-twitter-sebagai-sumber-yang-dapat-dipercaya-untuk)



## I.2 Permasalahan Penelitian

Era digital telah mendorong terciptanya perkembangan teknologi informasi yang turut mengubah pola pergerakan atau *social movements Non-Government Organization* (NGO) dalam hal membangun kesadaran sosial (*social awareness*) di masyarakat. Secara harfiah kesadaran diartikan sebagai mawas diri (*awareness*). jika berbicara tentang *awareness*, maka kita berbicara tentang memahami perasaan orang lain. Dalam hal ini kita menyebutnya dengan empati. Empati adalah proses kognitif-afektif yang berkembang sepanjang hidup individu.<sup>29</sup> Kesadaran juga bisa diartikan sebagai tingkat kesiagaan kondisi dimana seorang individu memiliki kendali penuh terhadap stimulus internal maupun stimulus eksternal; peristiwa atau fenomena lingkungan, suasana, memori atau pikiran. Kesadaran sosial dapat tumbuh dan berkembang pada diri manusia dengan bantuan eksternal salah satunya melalui pendidikan.<sup>30</sup>

Meningkatkan kesadaran sosial masyarakat merupakan salah satu tujuan dari berdirinya NGO di Indonesia termasuk KontraS. Sebagaimana yang tertuang dalam misinya yakni memajukan kesadaran rakyat akan pentingnya penghargaan hak asasi manusia, khususnya kepekaan terhadap berbagai bentuk kekerasan dan pelanggaran berat hak asasi manusia sebagai akibat dari penyalahgunaan kekuasaan negara.<sup>31</sup> Untuk mencapai tujuan ini, dibutuhkan sarana atau wadah informasi yang langsung menghubungkannya dengan masyarakat, salah satunya adalah melalui media sosial Twitter. KontraS sebagai NGO juga menggunakan peluang ini sebagai sarana berekspresi dengan mengusung prinsip, konsep serta tujuan terkait pentingnya penghargaan nilai-nilai HAM pada setiap diri manusia dengan memaksimalkan

---

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> Periklis Pavlidis (2015). *Social consciousness, education and transformative activity*. Aristotle University of Thessaloniki, Greece. Hlm 4

<sup>31</sup> Visi dan Misi Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Tindak Kekerasan (KontraS) diakses pada 22 Januari 2022 melalui: <https://kontras.org/visi-misi/>

penggunaan media sosial yang ada khususnya pada platform media sosial Twitter dalam melakukan kegiatan kampanye. Menurut Garrett, dalam konteks membentuk gerakan sosial, perubahan teknologi memang turut mengubah bagaimana warga dan para aktivis berkomunikasi, berkolaborasi, dan berdemonstrasi.<sup>32</sup>

Media sosial Twitter dipilih karena merupakan salah satu media sosial dengan arus penyebaran informasi paling signifikan dibanding media sosial lainnya. Twitter dianggap sebagai media sosial yang paling komunikatif dibanding media sosial lain, dikarenakan fitur *tweet* ini yang dapat langsung menyebarkan informasi ke banyak orang. Selain itu pada halaman *timeline* hanya memuat cuitan atau beberapa foto<sup>33</sup>. Penelitian terkini yang dilakukan oleh Twitter Indonesia juga menunjukkan 50 persen pengguna generasi milenial di Indonesia menginginkan layanan konsumen di Twitter setiap saat serta 2 dari 3 pengguna generasi milenial di Indonesia ingin suara atau opininya didengar.<sup>34</sup> Terlebih dekatnya kesadaran sosial dengan dunia pendidikan, membuat aspek kesadaran sosial menjadi aspek penting yang perlu ditanam sedini mungkin. Individu yang tumbuh dengan kesadaran sosial yang baik, akan dapat membangun hubungan dalam masyarakat dan target-target yang dicapai dalam masyarakat terjalin dengan baik; hubungan saling harga menghargai, terutama rasa saling memiliki.<sup>35</sup> Sehingga twitter dipilih menjadi ruang yang aman untuk bertukar opini maupun memperoleh informasi bagi generasi milenial Indonesia.

Kemunculan berbagai NGO di media sosial memunculkan spekulasi apakah masyarakat milenial, yakni angkatan generasi yang lahir pada 1980-2000an awal

---

<sup>32</sup> Garrett, R. K. (2006). Protest in an Information Society: A Review of Literature on Social Movements and New ICTs. *Information, Communication, and Society*, 9(2), 202-224.

<sup>33</sup> Elwack, Pamela (2013). *Twitter: Social Communication in the Twitter Age*. *International Journal of Interactive Communication Systems and Technologies*, 3(2), July-December 2013, 66-69.

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> La Abute, E. (2019). Konsep Kesadaran Sosial Dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 3(2), 186-195.

dimana pada generasi ini mereka yang turut merasakan zaman sebelum dan sesudah keberadaan teknologi informasi (transisi), masih menganggap kehadiran dari media sosial NGO penting untuk diikuti didalam platform Twitter mereka, masih perlu peneliti telaah lebih lanjut dalam penelitian ini. Sebagaimana yang telah dipaparkan permasalahan diatas, oleh karena itu penulis mencoba merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan media sosial yang dilakukan oleh NGO Kontras?
2. Bagaimana kesadaran sosial (*social awareness*) *followers* dari NGO Kontras?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesadaran sosial (*social awareness*) dalam media twitter NGO Kontras?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini antara lain :

1. Mendeskripsikan penggunaan media sosial sebagai bentuk advokasi yang dilakukan oleh Kontras;
2. Mendeskripsikan bentuk kesadaran sosial dari *followers* NGO Kontras;
3. Menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesadaran sosial *followers* NGO Kontras.

### **I.4 Manfaat Penelitian**

#### **I.4.1 Bagi akademis/ Ilmu pengetahuan**

Penelitian ini membawa refleksi baru bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bagi para sarjana, literature review baik sebagai sumber bacaan maupun informasi, tolak ukur dan referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya dengan

fenomena yang terkait, yang diharapkan dapat kami berikan. riset. Selain itu, kami berharap penelitian ini dapat menjadi referensi baru bagi mata kuliah *civil society*.

#### **I.4.2 Bagi masyarakat**

Penelitian ini juga diharapkan dapat berbagi informasi dan wawasan tentang keberadaan media sosial Twitter dan dampaknya terhadap NGO di Indonesia, serta dampaknya terhadap perkembangan kesadaran sosial di masyarakat, khususnya bagi kalangan milenial yang dekat dengan dunia digital, untuk kemudian dijadikan pembelajaran bagi masyarakat kedepannya bahwa terdapat banyak sekali pengaruh positif yang dapat ditularkan dari keberadaan media sosial Twitter.

#### **I.5 Tinjauan Penelitian Sejenis**

Penelitian ini menggunakan beberapa tinjauan penelitian sejenis berupa jurnal, buku, dan tesis/disertasi yang dapat membantu penulis dalam proses penelitian. Tinjauan penelitian sejenis ini menggunakan 9 (sembilan) jurnal nasional, 9 (sembilan) jurnal internasional, 1 (satu) buku atau *e-book* dalam Bahasa Indonesia, 2 (dua) buku atau *e-book* dalam bahasa Inggris, dan 1 (satu) tesis/disertasi. Berikut merupakan studi literatur tinjauan penelitian sejenis yang akan memaparkan hasil studinya pada masing-masing.

Pertama, jurnal nasional “Gerakan Sosial Online: Adopsi Teknologi Informasi dalam Melakukan Gerakan Sosial di Indonesia” oleh Ahmad Ismail, Hardiyaanti Muni, dan Amril Hans diterbitkan dalam Jurnal Etnografi Indonesia, Volume 4, Edisi 1 Juni 2019. Artikel ini berfokus pada dampak penggunaan Internet pada mobilisasi massa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan etnografi terhubung untuk gerakan akademi bersama berbasis internet. Penelitian menunjukkan bahwa dalam waktu dua tahun, Internet telah membantu dengan cepat mengembangkan gerakan akademi bersama di seluruh Indonesia dengan gerakan berbasis media sosial seperti

Twitter, Facebook, dan situs web. Setidaknya ada dua cara gerakan ini bisa menyebar ke seluruh Indonesia melalui jaringan pertemanan dan komunitas yang bersedia melakukan volunteer untuk mengadakan kelas berbagi di kotanya. Peranan website, twitter, dan facebook, Akademi Berbagi juga dijadikan basis komunikasi untuk pengelolaan informasi gerakan; sehingga tidak lagi menggunakan dunia 'real' dan beralih ke ruang digital seperti internet dan media sosial. Mereka menganggap ini sangat efektif jika hal tersebut dibandingkan dengan model pengelolaan secara konvensional yang tidak memanfaatkan sosial media. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah mereka tidak mengaitkannya dengan NGO dan tidak menjelaskan proses dan dampak dari gerakan sosial tersebut.

Kedua, Detta Rahmawan juga mengulasnya dalam artikel berjudul "*Strategi aktivisme digital di Indonesia: Aksesibilitas, Visibilitas, Popularitas dan Ekosistem Aktivisme*" yang diterbitkan oleh Jurnal Manajemen Komunikasi, Universitas Padjajaran Volume 4, No. 2, April 2020. Penulis berusaha membahas bagaimana dalam satu dekade terakhir, mayoritas masyarakat Indonesia sangat antusias mengadopsi beragam platform digital seperti media sosial dan aplikasi pesan instan. Pesatnya penetrasi teknologi ini juga kerap dibungkus dalam narasi techno-utopianism terutama dalam kaitannya dengan harapan akan pertumbuhan perekonomian digital di Indonesia. Meskipun demikian, pemanfaatan platform digital juga perlu dilihat pada konteks penguatan demokrasi, dan perubahan sosial di masyarakat.

Dalam hal ini, aktivisme digital, atau peran teknologi digital dalam berbagai gerakan sosial di Indonesia menjadi penting untuk diamati. Penelitian ini menggunakan studi literatur untuk menganalisis secara kritis beragam studi terkait aktivisme digital serta memberikan ulasan terkait konsep aksesibilitas, visibilitas,

popularitas dan ekosistem aktivisme sebagai mekanisme yang mendasari praktik aktivisme digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep aksesibilitas memaparkan faktor ketersediaan infrastruktur digital serta kesiapan masyarakat dalam menerima praktik aktivisme. Selanjutnya, ide terkait visibilitas dan popularitas memperlihatkan bahwa praktik aktivisme digital selalu berkaitan dengan algoritme dan metrics yang mendasari bagaimana media digital bekerja, sehingga, pelaku aktivisme digital perlu melakukan adaptasi agar aktivisme dapat menjadi “terlihat” (*visible*) dan “populer” pada khalayak yang tepat tanpa menghilangkan esensi dan substansi dari aktivisme tersebut. Sangat penting untuk melihat ekosistem aktivisme secara komprehensif dan holistik, dengan tidak hanya memperhatikan faktor teknologi, namun juga faktor kondisi sosial dan budaya serta konteks historis dari aktivisme dan berbagai gerakan sosial yang muncul, berkembang dan menyebar di masyarakat. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dijelaskan siapa yang menjalankan kegiatan aktivisme tersebut seperti NGO/Community yang menjalankan aktivisme digital.

Ketiga, Yohanes Widodo, dengan judul *The Experience of NGOs in Indonesia to Develop Participatory Democracy by the Use of the Internet* yang diterbitkan oleh *Internetworking Indonesia Journal* Vol.3 No.2 pada tahun 2011. Artikel ini mencoba melakukan studi komparasi antara ketiga NGO di Indonesia; WWF-Indonesia, WALHI, dan Combine Resource Institution (CRI) yang menggunakan internet sebagai strategi utama dalam memperluas gerakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan strategis utama Internet LSM bervariasi. Pada NGO WALHI mereka menggunakan Internet sebagai sarana mobilisasi; pembelaan, memantau, dan membentuk opini masyarakat; kerjasama, dan mendukung gerakan politik.

Sedangkan WWF-Indonesia menggunakan Internet untuk komunikasi dan kolaborasi; manajemen pengetahuan; dan lingkungan kontribusi. Mereka menggunakan Internet secara internal untuk komunikasi, kolaborasi, dan demokrasi partisipatif di tempat kerja. Terdapat hubungan timbal balik antara penggunaan internal dan eksternal dari Internet untuk demokrasi partisipatif. Adapun CRI menggunakan Internet sebagai manajemen konten; memperkuat gerakan akar rumput, dan mengembangkan jurnalisme warga. Internet digunakan internal untuk konsumsi dan produksi, komunikasi, dan demokrasi partisipatif di tempat kerja. Ada saling hubungan antara penggunaan internet internal dan eksternal untuk demokrasi partisipatif. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dijelaskan bagaimana dampak dan proses pesan dapat tersampaikan kepada masyarakat.

Keempat, Yanuar Nugroho juga mengulas adopsi teknologi dalam kegiatan aktivisme dalam kedua jurnalnya yang sama-sama terbit pada tahun 2008 dengan judul *Adopting Technology, Transforming Society: The Internet and the Reshaping of Civil Society Activism in Indonesia* yang diterbitkan oleh *International Journal of Emerging Technologies and Society* Vol. 6 No. 2. Adapun artikel ini banyak memberikan beberapa bukti empiris tentang bagaimana Internet telah memainkan peran penting dalam gerakan OMS (Organisasi Masyarakat Sipil) di Indonesia: memobilisasi dukungan, mengorganisir aksi seperti protes dan demonstrasi, kampanye untuk program advokasi, menginformasikan masyarakat umum tentang agenda pembangunan, berfungsi sebagai alat penelitian dan publikasi, memperluas jaringan, membangun opini masyarakat, dan banyak lagi. Singkatnya, penggunaan Internet semakin menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi OMS atau NGO di Indonesia. Secara lebih spesifik dibahas bahwa penggunaan Internet telah berkontribusi pada perubahan hubungan antara OMS atau NGO Indonesia dan

'audiens' atau 'penerima manfaat' mereka yang kemudian menjadi faktor dalam membentuk dan membentuk kembali kehidupan sosial-politik di Indonesia. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dijelaskan bagaimana dampak dan proses pesan dapat tersampaikan kepada masyarakat.

Kelima, Edric Benedict dan Angga Ariestya berusaha memaparkan bagaimana media sosial dapat mempengaruhi tindakan seseorang dalam jurnalnya yang berjudul “*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding*” yang diterbitkan oleh *UltimaComm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 167-184. Disini peneliti berusaha mengangkat bagaimana perkembangan teknologi turut mempengaruhi masyarakat untuk melakukan donasi melalui platform *crowdfunding*. Media sosial telah menjadi afiliasi yang efektif bagi platform crowdfunding dalam menggalang dana dengan studi kasus akun instagram @kitabisacom dengan menggunakan pendekatan kuantitatif-eksplanatif. Metode survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada followers Instagram @Kitabisacom (N= 400).

Media sosial dapat berafiliasi menjadi platform crowdfunding dalam berbagi informasi tentang bagaimana berdonasi secara daring. Dikutip oleh penulis saat ini media sosial merupakan salah satu saluran komunikasi yang paling berpengaruh.<sup>36</sup> Secara akademis, penggunaan media sosial terbukti efektif dalam mempengaruhi sikap seseorang. Era digital saat ini memungkinkan orang terlibat lebih aktif melalui *smartphone*. Media sosial banyak mengundang keterlibatan para penggunanya. Telah banyak pula khalayak yang mengandalkan media sosial dalam mencari informasi atau berita, sehingga keterlibatan khalayak semakin besar.

---

<sup>36</sup> Bredl, K. (2014). *Methods for Analyzing Social Media*. New York: Taylor & Francis, 6-7.



Keunggulan media sosial yang sering dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya ataupun pembahasan oleh para akademisi menunjukkan bahwa kekuatan utama media sosial memang ada pada interaksi dan jaringan sosial yang tidak dimiliki oleh media lainnya, khususnya media tradisional. Konten yang sedemikian rupa dibangun, akan memiliki kekuatan dalam mempengaruhi ketika ada keterlibatan dan interaksi dari pengguna media sosial. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram memengaruhi sikap berdonasi melalui platform crowdfunding dengan pengaruh sebesar 26%. Dalam konteks penggunaan media sosial untuk berdonasi melalui platform *crowdfunding*, ada **tiga unsur penting dalam penggunaan media sosial yang perlu dibangun, yaitu konten, keterlibatan, dan interaksi**. Ketiga hal ini terbukti berpengaruh terhadap sikap berdonasi melalui platform crowdfunding. Hasil penelitian ini semakin mengukuhkan media baru sebagai kanal atau media yang efektif mencapai tujuan komunikasi. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah spesifikasi bukan terletak pada NGO melainkan *platform crowdfunding*.

Keenam, jurnal internasional yang ditulis oleh William R. Hazlewood, Kevin Makice, William Ryan dengan judul *Twitterspace: A Co-developed Display using Twitter to Enhance Community Awareness* yang diterbitkan pada *Proceedings of the Tenth Anniversary Conference on Participatory Design 2008*, October 1-4, 2008, Bloomington, Indiana, USA. Pada artikel ini penulis membahas mengenai bagaimana dunia Twitter dapat digunakan sebagai sarana meningkatkan kesadaran pada anggota komunitas-komunitas terhadap aktivitas yang dijalani. Bukan hanya anggota, melainkan mencakup publik luas di dunia maya. Salah satu yang menarik adalah media sosial twitter dengan berbagai fitur yang ditawarkan.

Bagaimana sebuah *Tweet* yang merupakan kiriman terbaru dari anggota komunitas, bergerak melintasi layar besar yang ditempatkan di ruang publik. Bagaimana sebuah tweet dapat bekerja ini mampu untuk mendorong peningkatan kesadaran dan keterlibatan sebuah komunitas maupun khalayak luas. Di definisikan secara khusus oleh penulis bahwa twitter adalah salah satu aplikasi Web 2.0 yang baru-baru ini mulai populer. Sebagai situs microblogging, Twitter mendorong orang untuk memposting tweet, yang merupakan pesan status yang terdiri dari teks sederhana dengan batas ketat 140 karakter. Pelanggan twitter dapat memilih untuk mempublikasikan dalam keadaan pribadi yang memberikan akses hanya untuk yang dipilih individu untuk melihat posting mereka.

Namun, sebagian besar pelanggan (diperkirakan antara 85-90% dari total keanggotaan twitter membiarkan posting mereka terbuka untuk pengawasan publik. Memfasilitasi popularitas layanan ini adalah beragamnya antarmuka yang dibuat oleh komunitas yang dimungkinkan oleh API terbuka twitter. Sebuah studi University of Maryland pada tahun 2007 menangkap .348.543 tweet dari 76.177 anggota selama periode dua bulan. Para peneliti menganalisis konten dan struktur jaringan sampel mereka. Salah satu hasilnya adalah identifikasi empat niat pengguna umum yang mendorong anggota untuk menggunakan Twitter: Obrolan Harian, Percakapan, Berbagi Informasi, dan Melaporkan Berita.<sup>37</sup> Twitter menjadi wadah untuk memposting pembaruan pada pembicara dan interaksi di saluran belakang jejaring sosial disebuah tempat. Ini terbukti menjadi sistem peringatan yang efektif untuk menyebarkan kasih sayang dan informasi selama bencana alam; kegunaan lainnya yakni termasuk permintaan informasi, kampanye politik, jajak pendapat, permainan, dukungan sosial, dan sebagai outlet untuk ekspresi kreatif. Perbedaannya dengan

---

<sup>37</sup> Akshay, J., Song, X., Finin, T., and Tseng, B. (2007). *Why we Twitter: Understanding microblogging usage and communities*. Proc. Joint 9th WEBKDD & 1st SNA-KDD Workshop 2007.

penelitian ini adalah tidak adanya spesifikasi lembaga/NGO/Community yang aktif memanfaatkan twitter sebagai platform menyebarkan *awareness*.

Ketujuh, Adrian Bryant, Abby Gardner, Darian Bianco, dkk. juga membahas mengenai Pemanfaatan twitter dalam hal *raising awareness*, dalam jurnal internasionalnya yang berjudul “*Social Media Ethos: Raising Awareness about Communication Center Programs and Outreach through the Use of Twitter*” yang diterbitkan oleh Communication Center Journal 120 Volume 5:1, 2019. Penulis berusaha membahas mengenai strategi, praktik terbaik, dan analisis untuk menggunakan fitur Twitter seperti tagar, dan *geotag* dalam upaya meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam *raising awareness* publik.

Akun *communication's center* dalam menciptakan informasi sering mengembangkan kehadiran media sosial untuk terlibat dengan audiens tentang layanan, program, dan sebagainya. Twitter, sebagai platform media sosial yang populer, telah diadopsi oleh banyak *communication's center*. Ketika dirancang dan digunakan dengan sengaja, Twitter dapat menjadi platform yang bermakna dan kuat bagi *communication's center* untuk menjalin hubungan dengan pengikutnya—hubungan yang lebih sulit untuk dikembangkan melalui media tradisional, seperti situs web, poster, atau selebaran. Twitter adalah media sosial yang hampir semua generasi muda saat ini, yang bukan hanya akrab tetapi juga menikmati dan menggunakannya dengan santai. Sebagai strategi untuk memaksimalkan jangkauan audiens dan mempromosikan interaktivitas, penandaan, penandaan tagar, dan penandaan geografis dapat membantu meningkatkan kehadiran dan jangkauan *communication's center* serta menempatkan pesan dalam struktur institusi yang lebih besar, termasuk ruang atau tempat dimana aktivitas berlangsung.

Pendekatan lainnya yakni dengan menggunakan *tag*, *tagar*, dan *geotag* dapat diambil untuk mengundang keterlibatan media sosial yang efektif, di luar hanya memposting tautan atau informasi institusional. Jika strategi media sosial *communication's center* berbentuk seperti pemasaran interaktif; setidaknya, pemasaran interaktif dapat menjadi salah satu prinsip utama *communication's center* tersebut--*gambar* adalah alat yang sangat andal untuk terlibat dengan audiens. Strategi ini dapat dipasangkan dengan penggunaan tag, tagar, atau geotag juga. Menggunakan fitur-fitur ini di Twitter menyelaraskan pesan *communication's center*, baik melalui penggunaan hashtag atau ruang geografis yang bijaksana, *communication's center* itu sendiri, atau gedung yang lebih besar di mana ia berada. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak adanya spesifikasi lembaga/NGO/Community yang aktif memanfaatkan twitter sebagai platform menyebarkan *awareness*.

Kedelapan, Peter K. Forster, Samantha Weirman juga menjelaskan bagaimana menciptakan kesadaran situasi di media sosial Twitter dalam bukunya yang berjudul "*Improving Situation Awareness in Social Unrest Using Twitter: A Methodological Approach*" yang diterbitkan pada 2020. Dalam Chapter *Improving Situation Awareness in Social Unrest Using Twitter: A Methodological Approach* terdapat poin bagaimana menciptakan kesadaran situasi di media sosial Twitter. Pada tingkat tertinggi, kesadaran situasi menurunkan apa yang penting dari apa yang terjadi di sekitar anda.<sup>38</sup>

Komunikasi dan jaringan melalui saluran virtual, seperti media sosial, tidak boleh dianggap independen dari apa yang terjadi di lapangan. Maka dari itu Berger dan Strathearn menganalisis 342.807 tweet dan Carter, Maher, dan Neumann

---

<sup>38</sup> Endsley, M. R., & Garland, D. J. (2000). *Situation awareness analysis and measurement* (Vol. 1). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

menggunakan 14.509 tweet dalam pekerjaan mereka. Kasus Charlottesville yang disajikan dalam bab ini meneliti lebih dari 5 juta tweet yang dikumpulkan dari 8 Agustus hingga 15 Agustus 2017. Analisis aktivitas Twitter ini terhadap *tweet-tweet* yang mengungkap sebuah konsep atau frasa yang mendapatkan daya tarik serta memberikan wawasan tentang bagaimana jaringan terlibat dalam percakapan, apa yang orang diskusikan, dan bagaimana perasaan mereka tentang hal itu. Pendekatan penggabungan data yang dihasilkan terbukti dapat meningkatkan kesadaran situasi dengan menerangi tingkat aktivitas dan mobilisasi yang terkait dengan pola perilaku jaringan, percakapan, dan pesan populer di platform Twitter. Tingginya penggunaan tweet dalam kurun waktu 7 hari dan membahas dalam topik yang sama menunjukkan kesadaran situasi publik. Twitter membantu publik dalam memahami, memberikan informasi, sekaligus *update* terkini mengenai topik situasi tertentu yang membuat Twitter ramah akan pusat informasi yang *kredibel*. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak adanya spesifikasi lembaga/NGO/Community yang aktif memanfaatkan twitter sebagai platform menyebarkan *awareness*.

Kesembilan, Sundar Kumar Sharma berusaha membahas mengenai kemungkinan NGO dalam menggunakan kolaborasi media dalam jurnal internasionalnya yang berjudul "*Reviewing NGOs' Media Strategies: Possibilities for NGO-Media Collaboration*" diterbitkan oleh International NGO Journal Vol. 5(4), pp. 84-87, May 2010. Ditulis bahwa Di dunia media yang beraneka ragam, masyarakat sipil, NGO, dan media massa harus bersatu dengan suara publik untuk membentuk kebijakan pemerintah yang lebih baik dan membangun hubungan internasional yang lebih kuat. Untuk mempertahankan pengembangan organisasi dan jaringan global, NGO perlu mengembangkan strategi media yang efektif dan melatih jurnalis (termasuk koresponden lokal) dalam melaporkan isu-isu pembangunan. Masa

depan untuk menciptakan lingkungan bagi keberhasilan kolaborasi NGO, media dan masyarakat sipil.

Setidaknya terdapat 3 (tiga) keuntungan dalam memunculkan kolaborasi media NGO dibandingkan dengan diplomasi media yang disponsori pemerintah, diplomasi media LSM tersebut tampaknya lebih kuat dengan banyak keuntungan: (1) mereka independen dari pemerintah dan dapat dianggap lebih netral sehingga lebih kredibel, (2) mengandalkan teknologi komunikasi terbaru seperti situs web dan penerbitan email, mereka dapat menjangkau dunia publik dengan biaya yang sangat rendah, dengan staf yang lebih sedikit dan lebih sedikit birokrasi. (3) teknologi komunikasi terkini menjamin bahwa komunikasi tersebut dapat ditujukan kepada segmen khalayak yang paling kecil: individu; dan teknologi yang sama dapat memastikan interaksi antara organisasi dan audiensnya. Dalam sebuah studi tentang upaya hubungan masyarakat oleh LSM Bosnia, Taylor menyimpulkan bahwa "ungsi hubungan media memiliki peran penting seperti yang terjadi dalam pengembangan masyarakat sipil di Bosnia. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dijelaskan bagaimana proses penggunaan sosial dapat mempengaruhi masyarakat melalui media sosial.

Kesepuluh, jurnal nasional yang ditulis oleh Yanuar Nugroho juga membahas mengenai penggunaan teknologi informasi dalam gerakan sosial di Indonesia, yang berjudul "*Teknologi Informasi dan Gerakan Sosial di Indonesia: Studi Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Kalangan Kelompok/Organisasi Masyarakat Sipil di Indonesia bagi Perubahan Sosial*" yang diterbitkan oleh Institut Studi Inovasi – Pusat Studi Kebijakan Rekayasa, Sains & Teknologi, Universitas Manchester, Inggris pada 2006. Penulis berusaha mengulas dan mengumpulkan data empirik dan mengidentifikasi sejauh mana CSO (*Civil Society Organization*) di Indonesia telah

menggunakan teknologi informasi. Dikutip oleh penulis Benjamin Barber dalam bukunya “Strong Democracy” (1984) sudah melihat kemungkinan digunakannya teknologi informasi dan komunikasi untuk menggerakkan ‘informasi warga’ dan partisipasi politik. Namun, empat belas tahun kemudian, dia memperingatkan adanya kerusakan yang makin meluas dari kualitas pengambilan keputusan secara demokratis yang terjadi dalam biasanya ruang media yang baru ini.

Teknologi komunikasi memang bisa menjadi platform yang memadai untuk menstimulasi partisipasi dan melahirkan berbagai peluang untuk meluaskan ruang pengambilan keputusan yang bisa menembus tertutupnya pintu institusi-institusi politik. Tetapi di sisi lain, teknologi apapun, termasuk dan khususnya internet, juga dibentuk dari pengguna dan penggunaannya.<sup>39</sup> Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah bukan untuk mempertahankan gagasan atau abstraksi mengenai hubungan antara teknologi dan transformasi sosial; melainkan untuk mencoba memahaminya melalui sekumpulan contoh bagaimana potensi hubungan ini bisa terwujud.

Secara keseluruhan, dalam melihat prospek masa depan, mayoritas CSO memproyeksikan akan membelanjakan lebih banyak dana (dari saat ini) untuk penggunaan teknologi komunikasi dengan kemungkinan yang cukup besar (45.27%) atau sangat besar (19.9%). Sebagian besar CSO meyakini (49.02%) atau sangat yakin (41.67%) akan terjadinya peningkatan kinerja manajemen; mereka yakin (52.48%) atau sangat yakin (42.57%) bahwa jaringan organisasi akan meluas; mereka punya keyakinan yang sama (60.2% dan 29.95%) bahwa pencapaian misi dan tujuan organisasi akan menjadi lebih baik dan karenanya memupuk keyakinan yang serupa (58.79% dan 29.15%) bahwa dengan demikian akan membantu mendorong terjadinya transformasi sosial yang dicita-citakan organisasi dalam 5-10 tahun ke depan dengan

---

<sup>39</sup> Sey, A. and M. Castells (2004) 'From Media Politics to Networked Politics: The Internet and the Political Process', in M. Castells (eds) *The Network Society: A cross-Cultural Perspective*, pp. 363-81.

tingkat penggunaan dan kemajuan teknologi komunikasi saat ini. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dijelaskan bagaimana proses penggunaan sosial dapat mempengaruhi kesadaran sosial masyarakat melalui media sosial.

Kesebelas, jurnal nasional yang ditulis oleh Ramma Wisnu Dewantara dan Derajat S. Widhyarto yang berjudul "*Aktivisme dan Kesukarelawanan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta*" yang diterbitkan oleh Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 19, Nomor 1, Juli 2015. Penulis berusaha menggambarkan aktivisme dan kesukarelawanan kaum muda dalam membentuk gerakan sosial telah mengalami pergeseran dari offline menuju online, dengan mengambil studi kasus aktivisme media sosial yang dilakukan oleh Komunitas Kaum Muda Yogyakarta.

Penulis menjelaskan mengenai fenomena bangkitnya aktivisme kaum muda di media sosial dilihat sebagai kekuatan penyeimbang pemerintah; seperti diantaranya komunitas kaum muda di Yogyakarta itu adalah komunitas Jalin Merapi yang bergerak di saat terjadi bencana erupsi Gunung Merapi, Young on Top, Festival Film Dokumenter (FFD), Jendela, Gerakan Gajah Mada Mengajar (GMM) yang masing-masing membawa isu yang berbeda seperti lingkungan, pendidikan, seni, dan sebagainya. Disaat pemerintah tidak dapat menjangkau isu yang ada di masyarakat dengan media sosial gerakan kaum muda mengangkat isu itu ke publik agar mendapatkan perhatian publik.

Gerakan kaum muda ini juga menjadi pengganti peran pemerintah disaat pemerintah lambat dan tidak dapat menjangkau masyarakat kedalam lingkup terkecil di sinilah peran gerakan kaum muda mengisi kekosongan peran yang ditinggalkan pemerintah, atau bisa dikatakan kaum muda ini turut menjadi penyambung lidah rakyat. Penggunaan media sosial dalam membentuk gerakan sosial sangat efektif



dalam menarik perhatian publik.<sup>40</sup> Ruang publik dalam media sosial telah menjelma menjadi kekuatan publik, di mana segala isu dengan mudah tersebar di dalam media sosial sehingga dapat dijadikan ruang untuk menarik aspirasi masyarakat. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dijelaskan bagaimana proses penggunaan sosial dapat mempengaruhi masyarakat melalui media sosial.

Keduabelas, jurnal nasional yang ditulis oleh Kusumaningrum, D. N., Hardyanti, W., & Pradana, H. A. yang berjudul “*Komunitas Digital AIMI dan Gerakan Sosial Berbasis Facebook*” dan diterbitkan oleh *Journal of Islamic World and Politics*, 1(1), 71-89. Penulis berusaha menganalisa bagaimana NGO AIMI (Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia) dalam membangun komunitas digitalnya melalui media sosial *facebook* dan membuat sebuah gerakan sosial berbasis digital. Penulis memulainya dengan mengungkap konsep NGO sebagai actor sosial-politik, lalu lebih jauh lagi penulis mulai menganalisa peran strategis AIMI dicapai dengan memanfaatkan akun *facebook* sebagai instrumen pelembagaan ide-ide, norma, gagasan, dan perspektif yang pro terhadap pemberian ASI dan menciptakan empati terhadap ibu menyusui.

Dengan pendekatan kualitatif-deskriptif, penulis mewawancarai beberapa anggota dari komunitas digital AIMI. Langkah-langkah kongkrit yang dilakukan AIMI: 1) Transfer Informasi, melalui diskusi, publikasi, komunikasi, dan testimoni pada akun FB; 2) Internalisasi ide, melalui berbagai kegiatan seminar/ workshop, sosialisasi/ kampanye, penyuluhan, dan interaksi komunitas AIMI, dan 3) Konsultasi, diskusi tanya jawab pada akun FB AIMI yang diasuh oleh paraadmin dan konselor laktasi. Sehingga penulis menyimpulkan bahwa NGO AIMI hadir sebagai bentuk aksi kolektif dari persepsi konflik intersubjektif maupun pengaruh opini publik dalam

<sup>40</sup> Dewantara, R. W., & Widhyarto, D. S. (2015). Aktivisme dan kesukarelawanan dalam media sosial komunitas Kaum Muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 19(1), 40-52.

merespons kendala menyusui dan mengemukakan konsumsi susu formula di Indonesia sebagai pilihan para ibu. Dalam memahami menyusui sebagai isu sosial-politik, AIMI merupakan agen/ aktor yang berupaya membentuk struktur ide dan menginternalisasi pemahaman bahwa ASI merupakan makanan terbaik bagi bayi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AIMI Jawa Timur telah berhasil membangun kepercayaan diri anggota-anggota komunitas digitalnya dengan memberikan dampak positif di mana anggota yang mengalami kendala sebagai ibu menyusui mampu mengatasi masalahnya. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya antara gerakan NGO dengan kesadaran sosial masyarakat.

Ketigabelas, Khairil Anam berusaha membahas bagaimana efektivitas penggunaan media sosial dalam gerakan sosial yang ditulis melalui jurnal nasionalnya yang berjudul *“Efektivitas Sosial Media dalam Gerakan Sosial Penolakan Reklamasi Teluk Jakarta, Indonesia.”* yang diterbitkan oleh Jurnal Sosiologi Pedesaan Vol. 08 (01) 2020. Penulis mengawalinya dengan menceritakan gerakan penolakan reklamasi yang merupakan respon dari rencana perluasan daratan yang mencapai 5.100 ha di kawasan Pantai Utara Jakarta (Pantura).

98% responden nelayan mengatakan setuju bahwa reklamasi mengurangi pendapatan mereka dan 92% setuju bahwa reklamasi meningkatkan jumlah biaya melaut nelayan dan tidak sebanding dengan pendapatan nelayan yang justru berkurang selama pembangunan reklamasi dilakukan. Dapat disimpulkan bahwa gerakan nelayan terjadi karena melihat adanya upaya yang mengancam keberlanjutan penghidupan (*livelihood*) nelayan melalui reklamasi. Keberhasilan sebuah gerakan dilihat dari pengaruhnya terhadap masyarakat dan kebijakan.<sup>41</sup> Pengaruhnya

<sup>41</sup> Anam, K., Kolopaking, L. M., & Kinseng, R. A. (2020). Efektivitas sosial media dalam gerakan sosial penolakan reklamasi teluk jakarta, indonesia. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 8(01), 64-81.

terhadap masyarakat dapat dilihat dari munculnya sikap peka publik terhadap sebuah isu atau *sensitizing*. Kehadiran organisasi baik secara formal dan informal sangat penting dalam gerakan penolakan reklamasi. Peran organisasi dapat memfasilitasi segala kebutuhan dasar organisasi yang dapat menunjang aktivitas gerakan, seperti misalnya sumber dana, tempat berkumpul, pengaturan konsumsi, dan sebagainya.

Dalam hal ini sumber dana yang didapat oleh nelayan adalah dihasilkan dari kantong masing-masing nelayan. Seorang sukarelawan berkeliling dari satu rumah ke rumah lain sambil membawa kardus untuk meminta iuran ke setiap nelayan dengan nominal yang tidak ditentukan dan bervariasi, sesuai dengan tingkat kemampuan finansial masing-masing keluarga. Mobilisasi massa dilakukan dengan menunjuk koordinator di setiap daerah. Peran koordinator adalah mengajak, menggalang masa, dan menyiapkan transportasi bagi partisipan gerakan untuk kemudian berkumpul di titik masa aksi berkumpul. Tujuan dari penelitian ini menganalisa efektivitas gerakan penolakan reklamasi di era digital dengan pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kampung Nelayan Kaliadem dan Kalibaru, Jakarta Utara dengan melibatkan 50 responden dan 5 informan.

Hasilnya, media sosial berperan efektif dalam mendorong kepekaan sikap masyarakat dalam gerakan, hal ini dibuktikan dengan perluasan pesan penolakan reklamasi terjadi di berbagai daerah dan dapat mendorong perubahan kebijakan. Penggunaan media sosial melengkapi keterhubungan tiga dimensi dalam gerakan sosial.<sup>42</sup> Kehadiran media sosial sebagai wadah bagi aktivis dalam berkomunikasi dan koordinasi dianggap efektif dalam membantu keberhasilan dalam gerakan. Dimensi media sosial hanya bersifat fleksibel tidak mutlak, dengan kata lain ada atau tidaknya media sosial tidak menghambat proses gerakan yang sedang berlangsung.

---

<sup>42</sup> *Ibid.*

Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya antara gerakan sosial dengan bagaimana proses kesadaran sosial yang terbentuk pada masyarakat melalui media sosial twitter.

Keempatbelas, jurnal nasional dengan judul “Efektivitas Media Sosial untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan” yang diterbitkan oleh Jurnal Sosiologi Pedesaan Vol. 02, No. 03 2014 yang ditulis Dea Apriani juga demikian. Dengan mengambil studi kasus akun media sosial twitter @KeSEMaT, media sosial telah menjadi salah satu media untuk kampanye gerakan sosial pelestarian lingkungan. Organisasi KeSeMaT sebagai organisasi pelestarian mangrove yang mengajak masyarakat untuk berpartisipasi melalui aktivitas online dengan menggunakan @KeSEMaT dan aktivitas offline. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan keterlibatan followers akun @KeSEMaT dalam media sosial dan analisis faktor-faktor yang mempengaruhinya, untuk mendeskripsikan efektivitas akun @KeSEMaT dalam menyebabkan perubahan perilaku followers dan analisis hubungannya dengan keterlibatan dalam media sosial, dan menganalisis keterlibatan followers akun @KeSEMaT dalam kegiatan offline dan analisis hubungannya dengan perubahan perilaku.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang didukung dengan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya keterlibatan dalam media sosial dapat mempengaruhi partisipasi dalam kegiatan KeSEMaT.<sup>43</sup> Media sosial Twitter telah dimanfaatkan KeSEMaT sebagai salah satu sarana kampanye gerakan sosial pelestarian mangrove. Dengan menggunakan Twitter pesan-pesan

---

<sup>43</sup> Kapriani, D. R., & Lubis, D. P. (2014). Efektivitas Media Sosial untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(3), 160-170.

kampanye pelestarian mangrove lebih mudah disampaikan dan memudahkan interaksi antara KeSEMaT dengan para pengguna Twitter.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) followers mengakses Twitter sebanyak 2 sampai 3 kali sehari dengan durasi 40 sampai 60 menit. Sedangkan followers membaca tweet dari akun @KeSEMaT sebanyak 4 sampai 5 kali sehari dengan durasi 8 sampai 10 menit. Dalam mengakses Twitter, followers dipengaruhi oleh *pendidikan, pendapatan, pengeluaran* untuk akses internet, dan kepemilikan perangkat TIK, (2) akses terhadap akun Twitter @KeSEMaT **efektif** dalam mengubah perilaku dan sikap followers terhadap pelestarian mangrove. Semakin tinggi frekuensi dan durasi mengakses akun @KeSEMaT maka semakin tinggi perubahan perilaku yang terjadi. (3) perubahan perilaku efektif dalam menggerakkan followers untuk terlibat dalam kegiatan offline. Semakin tinggi perubahan perilaku, semakin tinggi pula keterlibatan followers dalam kegiatan offline pelestarian mangrove. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya penggunaan media sosial dengan kesadaran sosial (*social awareness*).

Kelimbela, Yoga Maulana Putra, Listyo Dwi Harsono dalam jurnal nasionalnya yang berjudul “*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @TA\_FEB)*” yang diterbitkan oleh Journal e-Proceeding of Management: Vol.2, No.1 April 2015. Penulis menggunakan metode kuantitatif melalui pengujian hipotesis secara simultan berdasarkan regresi linier sederhana. Data primer pada penelitian ini diambil melalui penyebaran kuesioner kepada 330 responden *followers @TA\_FEB*. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari literatur serta dokumen yang relevan

dengan judul dan tema. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampling dengan metode *convenience* sampling.

Tanggapan responden terhadap penggunaan penggunaan media sosial Twitter yang ditinjau dari 4 indikator yaitu *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection* yang menurut Chris Heuer pengertian 4 (empat) indicator ini adalah; (1) **Context**, “*How we frame our stories.*” adalah bagaimana membentuk sebuah pesan atau cerita (informasi) seperti bentuk dari sebuah pesan itu sendiri, penggunaan bahasa maupun isi dari pesan tersebut. (2) **Communication**, “*The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing.*” adalah cara berbagi cerita atau informasi yang meliputi cara mendengarkan, merespon, dengan berbagai cara seperti menambahkan gambar ataupun pengemasan pesan yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik, (3) **Collaboration**, “*Working together to make things better and more efficient and effective.*” adalah Kerja sama antara sebuah akun atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial untuk membuat hal baik yang lebih efektif dan efisien. (4) **Connection**, “*The relationships we forge and maintain.*” yaitu pemeliharaan hubungan yang sudah terbina. Bisa dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan sebuah akun maupun perusahaan pengguna media sosial. Teori dari Chris Heuer menjelaskan bahwa komponen 4C merupakan komponen yang harus ada dalam setiap media sosial. Hal ini bertujuan untuk membuat media sosial tersebut mudah untuk digunakan serta bisa memenuhi tujuan dari individu yang menggunakannya. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya antara penggunaan media sosial NGO/Community dengan kesadaran sosial masyarakat.

Keenambelas, jurnal internasional yang ditulis oleh R. Kelly Garrett dengan judul *“Protest in an Information Society: A Review of Literature on Social Movements and New ICTs”* dalam *Journal Information, Communication and Society*, 9(2), 202-224 2006. Penulis mengawalinya dengan pembahasan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) baru yang turut mengubah cara para aktivis berkomunikasi, berkolaborasi, dan berdemonstrasi.<sup>44</sup> Para sarjana dari berbagai disiplin ilmu, di antaranya sosiologi, ilmu politik, dan komunikasi, bekerja untuk memahami perubahan ini. Keragaman perspektif yang diwakili memperkaya literatur, memberikan alat untuk memeriksa fenomena ini, tetapi juga merupakan hambatan untuk memahami.

Beberapa karya biasanya dikutip di seluruh bidang, dan sebagian besar hanya diketahui dengan batas-batas disiplin mereka. Tidak adanya seperangkat prinsip teoretis pengorganisasian yang umum dapat membuat sulit untuk menemukan hubungan antara karya-karya yang berbeda ini di luar materi pelajaran umum mereka. Makalah ini merespon dengan menempatkan beasiswa yang ada dalam kerangka McAdam, McCarthy, dan Zald untuk menjelaskan kemunculan, perkembangan, dan hasil dari aktivitas gerakan sosial. Ini memberikan struktur logis yang memfasilitasi percakapan di seluruh bidang seputar masalah umum yang menjadi perhatian, menyoroti hubungan antara para sarjana dan agenda penelitian yang mungkin sulit untuk dibedakan. TIK memfasilitasi kolaborasi antara organisasi gerakan sosial tradisional, dan mereka juga dapat membuat jenis konfigurasi gerakan sosial lainnya lebih mungkin. Teknologi memfasilitasi adopsi bentuk organisasi non-hierarki yang terdesentralisasi, dan membuat aktivisme yang dipimpin oleh wirausahawan lebih layak. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya antara

---

<sup>44</sup> Kelly Garrett, R. (2006). *Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs*. *Information, communication & society*, 9(02), 202-224.

penggunaan media sosial NGO/Community dengan kesadaran sosial (*social awareness*).

Ketujuhbelas, Periklis Pavlidis dalam jurnal internasionalnya yang berjudul “*Social Consciousness, Education and Transformative Activity*” yang diterbitkan oleh *Journal for Critical Education Policy Studies*, Volume 13, Number 2, October 2015. Adapun kesadaran sosial yang dibahas oleh Periklis Pavlidis adalah pembahasan mengenai dua aspek kesadaran sosial: kesadaran dalam arti pengetahuan tentang realitas sosial dan kesadaran dalam arti kesadaran akan dirinya sebagai subjek dalam ikatan sosialnya dengan orang lain. Artikel ini juga menekankan pentingnya pendidikan dan peran pendidik dalam pembentukan kemampuan orang untuk membentuk dan mengubah realitas sosial. Kesadaran sosial dan tindakan sosial jelas terkait dengan pendidikan, karena di situlah kedua kognitif tertentu kemampuan dan sikap terhadap realitas sosial sebagian besar dikembangkan.

Dengan menjadi medan krusial dalam membentuk kesadaran dan sikap hidup, pendidikan, sebagai lembaga sosial tertentu, tentu tidak berbohong di luar hubungan sosial tetapi pada dasarnya ditentukan oleh mereka, mewujudkan, pada saat yang sama, kontradiksi yang mendasarinya dan konflik. Oleh karena itu, pendidikan berfungsi sebagai sarana memastikan adaptasi generasi muda terhadap sistem sosial yang dominan atau menjadi 'praktik kebebasan,' cara yang digunakan laki-laki dan perempuan untuk berurusan secara kritis dan kreatif dengan kenyataan dan temukan cara berpartisipasi dalam transformasi dunia mereka. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya antara penggunaan media sosial NGO/Community dengan kesadaran sosial (*social awareness*).



Kedelapanbelas, Daniel M. Wegner, Toni Guilano menjabarkan secara spesifik mengenai kesadaran sosial dalam jurnal internasionalnya yang berjudul "*Social Awareness and Its Story Comprehension*" yang diterbitkan oleh *Journal Social Cognition*, Vol. 2, No.1, pp.1-17 1983. Wegner dan Guilano bereksperimen Eksperimen ini menguji prediksi yang berasal dari analisis kesadaran sosial terhadap pemahaman cerita. Menurut analisis Wegner dan Guilano, seseorang menyadari dunia sosial pada setiap titik waktu dalam dua cara yang berbeda: Orang tersebut "*focally aware*" akan sesuatu, memikirkannya dan menahannya dalam perhatian sadar; dan orang tersebut juga "*tacitly aware*" beberapa entitas sosial (diri, orang lain, atau kelompok) yang memberikan perspektif pada target kesadaran fokus.<sup>45</sup>

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa *focal awareness* entitas sosial (seseorang atau kelompok) mengarahkan orang untuk mempertahankan karakteristik entitas dalam memori, sedangkan *tacit awareness* dari entitas sosial mendorong orang untuk mempertahankan tujuan entitas dalam memori. Subjek dalam penelitian ini membaca sebuah cerita di mana paragraf awal mengarahkan mereka untuk mengadopsi perspektif diam-diam dari salah satu dari tiga entitas sosial seseorang, kelompok yang terdiri dari orang itu dan orang lain, atau orang ketiga. Induksi kesadaran tacit ini menghasilkan pengenalan yang lebih baik dari tujuan entitas tacit pada ukuran pengenalan pilihan ganda berikutnya. Dan, seperti yang diharapkan, itu juga meningkatkan pengenalan karakteristik entitas sosial yang menjadi fokus dari perspektif diam-diam. Seseorang tidak dapat menyadari semua aspek dunia sosial sekaligus. Tentu saja, semua potensi target pemikiran tidak dapat dipertimbangkan secara bersamaan. Dan walaupun bisa, ada berbagai perspektif sosial pada setiap target yang juga tampaknya hanya diadopsi satu per satu. Ini berarti bahwa pada saat

---

<sup>45</sup> Wegner, D. M., & Giuliano, T. (1983). *Social awareness in story comprehension*. *Social Cognition*, 2(1), 1-17.

tertentu, kesadaran sosial seseorang terbatas hanya pada satu dari banyak kemungkinan bentuk—setiap bentuk dicirikan oleh target dan perspektif tertentu. Makalah ini mengembangkan cara pemahaman yang sistematis.

Analisis Wegner dan Guilano tentang kesadaran sosial dimulai dengan gagasan bahwa seseorang biasanya menyadari dunia sosial pada setiap titik waktu dalam dua cara yang sangat berbeda. Satu jenis kesadaran sesuai dengan definisi umum istilah: memperhatikan sesuatu, menyimpannya dalam kesadaran, atau memahaminya sebagai target atau topik pemikiran. Kami menyebutnya "kesadaran fokus," dan sejalan dengan komentator sebelumnya. Wegner dan Guilano menyarankan bahwa itu biasanya terbatas pada rentang pengalaman yang sempit pada setiap saat. Dengan demikian, orang tersebut dapat fokus pada hal-hal yang berbeda secara bergantian, memperhatikan mungkin diri sendiri, orang lain, kelompok, peristiwa, objek, atau sejenisnya; tetapi orang tersebut tidak dapat menerima banyak target kesadaran fokus sekaligus. Wegner dan Guilano percaya, bagaimanapun, bahwa kesadaran fokus seperti itu secara teratur disertai dengan keadaan simultan dari "kesadaran diam-diam," dan pada titik inilah analisis Wegner dan Guilano berangkat dari penggunaan "kesadaran" yang biasa. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah peneliti tidak menjelaskan media sosial sebagai salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi kesadaran sosial (*social awareness*).

Kesembilanbelas, jurnal nasional yang ditulis oleh Erniwati La Abute dengan judul "*Konsep Kesadaran Sosial Dalam Pendidikan*" yang diterbitkan oleh Jurnal Pendidikan Glasser Vol. 3 No. 2 2019. Penulis menjabarkan arti kesadaran sosial secara lebih spesifik dengan megaitkannya dalam dunia pendidikan. Pendidikan turut mempengaruhi lahirnya sebuah kesadaran sosial pada diri setiap individu. Pendidikan

diartikan sebagai segala daya upaya dan semua usaha mengubah sikap dan perilaku yang diinginkan untuk semua masyarakat untuk dapat mengembangkan potensi manusia agar memiliki kekuatan spritual keagamaan, pengendalian diri, berkepribadian, memiliki kecerdasan, berakhlak mulia, serta memiliki keterampilan yang diperlukan sebagai anggota masyarakat dan warga negara. Di era keterbukaan informasi yang disebabkan oleh arus globalisasi, Pendidikan dianggap penyaring budaya baik dan budaya buruk.

Dunia Pendidikan akan lebih baik tentunya jika masyarakat dibarengi dengan kesadaran sosial yang tinggi. Kesadaran sosial adalah kesadaran seseorang secara penuh akan hak dan kewajiban sebagai anggota masyarakat.<sup>46</sup> Konsep kesadaran sosial memiliki dua keutamaan; hidup manusia yang tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lain, yakni hak dan kewajiban seorang pribadi manusia sosial. Sedangkan menurut Freire sendiri, sebuah kesadaran sosial muncul karena seseorang harus memiliki *intelegensi sosial*. Intelegensi ini tidak hanya sebatas kepekaan, rasa simpatik dan empatik terhadap situasi masyarakat yang sedang mengalami penindasan baik fisik maupun psikis, tetapi sebuah bentuk kesepahaman seseorang akan realitas sosial sehingga dirinya paham apa yang seharusnya dilakukan dalam menyikapi realitas tersebut. Kesadaran sosial menurut Sheldon memiliki tiga dimensi; *tacit awareness* (prespektif diri sendiri dan prespektif orang lain), *focal awarenes* (diri sendiri sebagai objek dan orang lain sebagai objek), dan *awarenes content* (penampilan yang dapat diobservasi dan pengalaman yang tidak dapat diobservasi).

Namun terdapat dua dimensi dasar yang dikemukakan Wegner dan Guiliano, yaitu *Tacit Awareness* dan *Focal Awareness*. *Tacit awareness* dapat didefinisikan sebagai cara pandang seseorang atau “**dari sisi mana ia melihat**”; sedangkan *focal*

<sup>46</sup> Tim Penyusun KBBI, 1988 : 765

*awareness* dapat didefinisikan sebagai objek dari evaluasi atau “**apa yang ia lihat**”. Secara lebih rinci, *tacit awareness* dibagi menjadi dua bagian, yaitu **perspektif diri dan perspektif orang lain**. *Focal awareness* juga dibagi menjadi dua bagian, yaitu **diri sendiri sebagai objek dan orang lain sebagai objek**. Kemudian, dalam memperjelas penggunaan kata dari dimensi focal awareness dan tacit awareness, maka dapat menggunakan istilah **perspektif** untuk menyebut *tacit awareness* dan **target** untuk menyebut *focal awareness*. Kesadaran sosial dalam pendidikan memiliki dimensi yang dapat didimensikan melalui *pandangan kita* terhadap diri sendiri dan *pandangan orang lain* dari sisi mana kita melihat, sehingga dalam perspektif ini kita dapat membangun hubungan dalam masyarakat dan target-target yang dicapai dalam masyarakat yang terjalin dengan hubungan saling harga menghargai, terutama rasa saling memiliki. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya antara penggunaan sosial sebagai faktor eksternal terbentuknya kesadaran sosial (*social awareness*).

Kedua puluh, NA Pradipto, Sukarelawati, AA Kusumadinata juga menulis dalam jurnal nasional yang berjudul “*Pengaruh Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Kesadaran Solidaritas Anggota Scooter Mods Bogor, Indonesia*” yang diterbitkan oleh Jurnal Komunikatio Volume 3 Nomor 2, Oktober 2017. Penulis mencoba menghubungkan apakah komunikasi persuasif turut meningkatkan kesadaran solidaritas para anggota. Sebagai pendahuluan, penulis terlebih dahulu menjelaskan konsep mengenai komunitas hingga kaitannya dengan fenomena komunitas motor salah satu komunitas yang menonjolkan rasa solidaritas yang tinggi. Secara lebih lanjut, penulis menjelaskan mengenai konsep solidaritas. Penulis memaparkan bahwa rasa solidaritas juga dibarengi oleh rasa kesadaran, sehingga untuk menumbuhkan rasa kesadaran tersebut, penulis mencoba menghubungkannya dengan komunikasi

persuasif sebagaimana pengertiannya yakni komunikasi persuasive merupakan usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan pendekatan Kuantitatif, berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil perhitungan variabel komunikasi persuasif sebesar 4,33 dengan kategori sangat baik. Dengan demikian dapat kita lihat bahwa komunikasi persuasif dalam komunitas Combi sudah sangat baik. Diperkuat oleh hasil rekapitulasi dimensi tidak terdapat unsur memaksa yang memperoleh angka penafsiran sebesar 4.22 dengan kriteria baik. Solidaritas di komunitas Scooter Mods Bogor Indonesia mendapatkan nilai 4.52 dengan kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa solidaritas di Scooter Mods Bogor Indonesia sudah sangat baik. Komunikasi persuasif berpengaruh terhadap solidaritas dengan nilai 4,33 dengan kategori Sangat Baik. Adapun solidaritas menghasilkan nilai 4,52 dengan kategori Sangat Baik. Dimana Ha diterima. Dengan Tingkat kontribusi determinasi sebesar 41,73 %. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya antara penggunaan sosial sebagai faktor eksternal terbentuknya kesadaran sosial (*social awareness*).

Kedua puluh satu, Ivana Markova dalam bukunya yang berjudul "*Human Awareness Its Social Development*" yang diterbitkan pertama kali oleh Hutchinson Education, Australia pada 1987, namun versi *e-book* pertama kali diterbitkan pada 2017. Secara lebih spesifik penulis menjelaskan bagaimana kesadaran dapat terjadi pada diri manusia. Buku ini banyak membahas bagaimana terciptanya sebuah human awareness pada diri manusia. Berbicara tentang *awareness*, maka kita berbicara tentang memahami perasaan orang lain. Dalam hal ini kita menyebutnya dengan *empathy*.

Pengertian empati sebagai perasaan emosi orang lain mungkin diperkenalkan ke dalam psikologi sosial oleh Herder, seorang sarjana Jerman abad kedelapan belas. Empati adalah respon kognitif-afektif individu untuk emosi dan situasi yang memprovokasi emosi orang lain rakyat. Ini melibatkan perasaan dan pemahaman bagaimana perasaan orang lain dalam situasi tertentu. Ekspresi awal empati dalam perkembangan anak bersifat global, seringkali melibatkan seluruh tubuh anak. Pada tahap ini tidak ada bukti bahwa anak membedakan antara dirinya dan orang lain. Seiring bertambahnya usia anak, bukti mulai muncul yang menunjukkan kesadaran anak tentang perasaannya sebagai sesuatu yang berbeda dari perasaan orang lain.

***Empati adalah proses kognitif-afektif yang berkembang sepanjang hidup individu.*** Di bawah beberapa kondisi, aspek emosional dari proses ini dapat ditekan, baik sebagian atau hampir seluruhnya. Jadi proses tampaknya dapat didekomposisi menjadi dua komponen: kognitif dan emosional. Berbagai pengubah empati, misalnya aturan tampilan, kesamaan yang dirasakan, kesadaran diri sendiri, dan pengalaman hidup individu, dapat menetralkan atau, sebaliknya, memperkuat ekspresi empati. Dari empati lahirlah sebuah *awareness* pada agensi manusia. Dalam proses persepsi sosial, orang menampilkan dua dasar karakteristik. Pertama, mereka memiliki kekuatan untuk mengenali manusia lain sebagai agen daripada sekadar objek fisik. Kedua, mereka mencari pengakuan atas diri mereka sendiri oleh orang lain.

Komunikasi interpersonal adalah salah satu yang paling signifikan dari ekspresi kesadaran diri dan orang lain. Kesadaran komunikatif adalah kesadaran, dan respons terhadap, perasaan, pikiran, dan niat komunikatif peserta dalam proses interaksi interpersonal mereka. Karena mereka mampu menilai perasaan, pikiran, dan niat satu sama lain, para peserta dapat saling menanggapi secara istimewa dan efektif. Tindakan dasar dari interaksi interpersonal terdiri dari minimal tiga langkah, dan

proses komunikatif yang lebih kompleks diturunkan dari tiga unit langkah tersebut. Meskipun kesadaran komunikatif adalah ekspresi dari kesadaran diri dan orang lain, orang tidak menyadari banyak hal yang mereka sampaikan satu sama lain. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya antara penggunaan media sosial NGO terhadap proses kesadaran sosial masyarakat.

Kedua puluh dua, Pradeep Kumar Dwivedi, Ingita Pandey dalam jurnal internasional yang berjudul "*Role of Media in Social Awareness*" yang diterbitkan oleh *International Journal of Humanities & Social Sciences* Vol 1 (01) August 2013 membahas bagaimana peranan media dalam membentuk kesadaran sosial. Dikatakan bahwa media memainkan peran yang sangat konstruktif dalam masyarakat saat ini. Media memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran sosial public, berbagi pandangan, informasi dan sikap terhadap isu tertentu. Media adalah yang paling alat komunikasi yang cukup kuat di dunia yang sedang berkembang dalam hal meningkatkan kesadaran dan menyajikan realitas sosial masyarakat.

Dalam setiap pengetahuan dan kesadaran, ada peran media yang sangat besar di sekitar kita; pengetahuan dan informasi serta sebagian dari media ini memiliki untuk menghadirkan peran yang sangat bertanggung jawab bagi masyarakat kita. Tanpa media, orang-orang dalam masyarakat akan menjadi terisolasi, tidak hanya dari seluruh dunia, tetapi juga untuk pembentukan total dunia yang dapat dipercaya. Media memiliki peran penting dalam membentuk masyarakat yang baik untuk membentuk sebuah gaya hidup kita dan memindahkannya ke jalan yang benar. Ini adalah alat terbaik untuk menyebarkan kesadaran dalam masyarakat modern baik itu politik, sosial atau ekonomi dan memberi kita pandangan terbaru tentang apa yang terjadi di dunia kita, membuat kita sadar tentang hak-hak kita, menciptakan kesadaran terhadap kejahatan di masyarakat kita, apa yang baru terjadi di sekitar kita, mengekspos politisi

korup dan penjahat garis keras dengan operasi sengatan. Ada korelasi antara media dan masyarakat untuk berbagi diri tentang peristiwa masa lalu, sekarang dan masa depan berdasarkan metode kebutuhan masyarakat. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan ciri-ciri sebenarnya dari teknik pertumbuhan informasi dan menggunakannya untuk menyebarkan kesadaran sosial. Konektivitas dan potensinya yang tak terbatas telah membuka tatanan sosial dan sistem interaksi dan komunikasi yang memungkinkan untuk mengembangkan teknologi komunikasi dan mendefinisikan situasi kesadaran sosial. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dikaitkannya antara penggunaan media sosial NGO terhadap proses kesadaran sosial masyarakat.

Keduapuluh tiga, Erniwati La Abute juga membahas mengenai kesadaran sosial dalam sebuah buku yang berjudul "*Pemikiran Kesadaran Sosial Muhammad Natsir dan Relevansinya dengan Pendidikan Islam di Indonesia*" yang diterbitkan oleh penerbit Global Aksara Pres Surabaya pada tahun 2021. Pada permulaan bab buku ini, penulis banyak menjelaskan mengenai konsep dan bentuk-bentuk dari kesadaran sosial. Kesadaran secara harfiah diartikan sebagai mawas diri (*awareness*). Kesadaran juga bisa diartikan sebagai tingkat kesiagaan kondisi dimana seorang individu memiliki kendali penuh terhadap stimulus internal maupun stimulus eksternal; peristiwa atau fenomena lingkungan, suasana, memori atau pikiran. Dijelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran seseorang, seperti yang dinyatakan oleh Kiegaard, semakin "utuh diri seseorang".

Dengan kesadaran diri, seseorang bisa menjadi sadar akan tanggung jawabnya. Kesadaran sebenarnya adalah masalah "klise", yakni persoalan mengenai kesadaran sosial sebagai akar kesadaran masyarakat merupakan sesuatu hal yang sudah lama di diskusikan, bahkan menjadi fenomena public tanpa henti. Hal ini menjadi menarik



diperbincangkan, karena harus diakui sebagian besar persoalan yang dialami oleh masyarakat di Indonesia adalah akibat dari rendahnya kesadaran sosial masyarakat itu sendiri. Kesadaran sosial menjadi penting untuk dimiliki dalam diri tiap individu, karena untuk hidup bermasyarakat diperlukan kesadaran sosial yang tinggi antar masyarakat untuk memajukan bangsa dan negara.

Kesadaran sosial sebenarnya adalah masalah pribadi yang berkembang menjadi karakteristik dan kepribadian individu yang bersangkutan. Berbagai bentuk komunikasi dilakukan, baik oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam membangun kesadaran tersebut. Kesadaran sosial secara umum bertujuan untuk menyadarkan manusia akan hak dan kewajiban seseorang pribadi manusia untuk hidup bermasyarakat berbangsa, dan bernegara. Hanya manusia yang memiliki kemampuan intelegensi interpersonal dahulu untuk memahami konsep kesadaran sosial ini. Oleh karena itu diperlukan manusia-manusia yang Tangguh, handal, cerdas, berwatak dan memiliki kemampuan **intelegensi interpersonal**. Intelegensi interpersonal akan muncul jika seseorang memiliki kemampuan untuk memahami situasi dan kondisi orang lain. Dimana kondisi ini akan ditemukan dalam pergulatan masyarakat.

Kesadaran sosial adalah proses dimana seseorang memahami dan mengerti akan suatu keadaan sistem yang saling berhubungan dengan masyarakat. Kesadaran sosial menyadarkan manusia untuk hidup bermasyarakat karena manusia adalah makhluk hidup yang saling bergantung satu sama lain. Kesadaran sosial adalah suatu sistem yang seseorang secara penuh sadar akan hak dan kewajibannya sebagai anggota yang turut tumbuh dan berkembang dalam kehidupan Bersama. Ini yang tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya, yakni hak dan kewajiban seorang pribadi manusia sosial. Wegner dan Guilano mendefinisikan kesadaran sosial sebagai

representasi jiwa antara dirinya sendiri dan orang lain. Prosolova Forland juga mengemukakan kesadaran sosial berhubungan dengan kewaspadaan seseorang terhadap situasi sosial yang dialami oleh diri sendiri dengan orang lain. Sehingga individu dapat menjadi tau dan menyadari hal-hal yang terjadi disekelilingnya, seperti apa yang orang lain lakukan, apakah seseorang terlibat dalam suatu percakapan dan dapat diganggu, siapa saja yang berada disekitardan keadaan apa sedang terjadi. Kesadaran sosial merupakan hasil belajar memahami kontradiksi sosial, ekonomi dan politik yang mampu membawa seseorang dalam pada suatu pengambilan sikap paling berani dalam mengambil keputusan atau tindakan untuk melawan unsur yang menindas dari realita tersebut. Perbedaanya dengan penelitian ini adalah proses bagaimana kesadaran sosial terbentuk tidak dikaitkan dengan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi yaitu media sosial NGO/Community.

Keduapuluh empat, jurnal internasional Daud Isa and Itai Himelboim yang berjudul “*A Social Networks Approach to Online Social Movement: Social Mediators and Mediated Content in #FreeAJStaff Twitter Network*” yang diterbitkan oleh Journal Social Media + Society January-March 2018: 1–14. Penulis secara khusus membahas mengenai *social movement*. *Social Movement* adalah entitas yang dibentuk oleh sekelompok orang yang berkumpul untuk memprotes ketidakadilan dan menantang status quo.<sup>47</sup> Gerakan sosial dapat bersifat lokal atau internasional dan dapat menangani berbagai masalah sosial, Terdapat 4 (empat) tahap gerakan sosial, yakni periode “kemunculan”, “koalesensi”, “birokratisasi”, dan “penurunan”.<sup>48</sup>

Selama periode kemunculan, aktor gerakan memainkan peran agitator dan mengambil inisiatif untuk meningkatkan kesadaran. Selama tahap kedua, koalesensi,

<sup>47</sup> Ranney, K. (2014). *Social media use and collective identity within the occupy movement (Doctoral dissertation)*. University of Hawaii at Manoa, Honolulu, HI. Retrieved from [https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/101130/1/Ranney\\_Kathryn\\_r.pdf](https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/101130/1/Ranney_Kathryn_r.pdf)

<sup>48</sup> Christiansen, J. (2009). *Four stages of social movements*. EBSCO Research Starters. Available at: <https://www.ebscohost.com/uploads/imported/thisTopic-dbTopic-1248.pdf>

aktor menjadi terorganisir, kepemimpinan muncul, sejumlah besar orang bergabung dengan gerakan, dan demonstrasi kekuatan atau protes besar-besaran terjadi. Pada tahap ketiga, birokratisasi, gerakan sosial menjangkau elit politik untuk mencapai tujuannya. Pada tahap terakhir, gerakan sosial mengalami kemunduran baik karena berhasil atau gagal. Gerakan sosial diprakarsai oleh sekelompok aktor yang menjadi korban utama dari suatu keputusan, tindakan, atau kebijakan yang mendorong mereka untuk melakukan protes dan demonstrasi. Aktor-aktor ini memainkan peran kepemimpinan sepanjang siklus hidup gerakan untuk mencapai tujuan mereka. Salah satu hal pasti yang Internet dapat tawarkan adalah kemungkinan untuk individu dan organisasi akar rumput untuk mengatasi penjaga gerbang media tradisional dan sensor pemerintah untuk berkomunikasi langsung dengan aktivis potensial, kelompok tertentu, dan masyarakat umum.

Baru-baru ini, individu dan organisasi akar rumput di Timur Tengah menggunakan Facebook dan Twitter untuk mengatur dan menyebarkan informasi mengenai protes yang mengguncang kawasan dan menggulingkan para pemimpin lama.<sup>49</sup> Gerakan-gerakan ini berhasil menggunakan media sosial untuk menghindari sensor pemerintah, memobilisasi dukungan lokal dan internasional, menjangkau elit dan media, dan untuk berkomunikasi dengan para aktivis. Sebagai situs jejaring sosial yang serius dan publik, Twitter menjadi lebih efektif dalam gerakan sosial.<sup>50</sup> Selain sebagai platform aksi kolektif, Twitter membangun "transparansi, privasi, keamanan, dan kepercayaan interpersonal" di antara para aktivis. Meskipun beberapa orang mempertanyakan potensi Twitter dalam gerakan protes, yang lain menemukan bahwa

---

<sup>49</sup> Bruns, A., Highfield, T., & Burgess, J. (2013). *The Arab spring and social media audiences English and Arabic twitter users and their networks*. *American Behavioral Scientist*, 57, 871–898.

<sup>50</sup> Conway, B. A., Kenski, K., & Wang, D. (2015). *The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary*. *Journal of ComputerMediated Communication*, 20, 363–380.

Twitter adalah alat yang sangat efektif untuk penyebaran informasi.<sup>51</sup> Karena Twitter adalah platform publik, informasi menyebar dengan cepat di situs yang memungkinkan para aktivis mengambil tindakan cepat yang mendorong mobilisasi cepat.<sup>52</sup> Salah satu teknik utama untuk menyebarkan informasi adalah dengan menggunakan *tagar*, yang membuat konten dapat dicari dan lebih terlihat oleh orang lain. Selain tagar, para aktivis menggunakan opsi @ (sebutkan) Twitter untuk menjangkau para elit secara langsung). Sehingga aspirasi, opini masyarakat bisa tersalurkan dengan mudah dengan menggunakan beberapa fitur yang ditawarkan oleh Twitter. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah tidak dijelaskannya bagaimana proses kesadaran sosial dapat terjadi pada diri individu.

Keduapuluh lima, Ekaterina Prasolova-Førland dalam disertasi yang berjudul “*Supporting Social Awareness among University Students with Collaborative Virtual Environments*” yang diajukan sebagai pemenuhan Gelar Doktor Ingeniør pada *Norwegian University of Science and Technology*. Disertasi ini secara khusus membahas tentang bagaimana upaya yang dapat dilakukan dalam mendukung kesadaran sosial di kalangan mahasiswa dengan lingkungan virtual kolaboratif. Sifat sosial dari pembelajaran telah diakui secara luas. Interaksi sosial diakui memainkan tempat mendasar dalam pembelajaran. Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran yang sukses menyiratkan lingkungan sosial yang berfungsi dengan baik. Hal ini didukung pula oleh temuan empiris. Belajar pada dasarnya adalah kegiatan sosial. Oleh karena itu, *kesadaran sosial* dapat bermanfaat mahasiswa dalam kegiatan

---

<sup>51</sup> Ogan, C., & Varol, O. (2017). *What is gained and what is left to be done when content analysis is added to network analysis in the study of a social movement: Twitter use during Gezi Park*. *Information, Communication & Society*, 20, 1220–1238

<sup>52</sup> Hermida, A., Lewis, S. C., & Zamith, R. (2014). *Sourcing the Arab Spring: A case study of Andy Carvin's sources on Twitter during the Tunisian and Egyptian revolutions*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 479–499

kerja dan sosial, memfasilitasi kerjasama, dan berbagi sumber daya dan menyediakan iklim sosial yang baik.<sup>53</sup>

Dalam tesis ini kesadaran sosial dimaknai sebagai kesadaran akan situasi sosial dalam kelompok atau komunitas dalam lingkungan bersama, yang dapat berupa fisik, virtual atau keduanya. Kesadaran ini mencakup pengetahuan tentang sumber daya peserta didik, aktivitas dan jaringan sosial. Kesadaran sosial bisa bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Kesadaran jangka pendek (*sinkron*) adalah kesadaran akan situasi sosial pada saat tertentu. Kesadaran jangka panjang (*asynchronous*) adalah kesadaran akan situasi sosial secara umum dan dalam jangka waktu tertentu. Kesadaran mengenai peran, posisi, status, tanggung jawab, dan proses kelompok orang. Demikian pula menurut Goldman dan Gutwin, kesadaran sosial adalah kesadaran tentang hubungan sosial dalam suatu kelompok. Sebagai mekanisme yang tersedia di lingkungan universitas tidak selalu cukup untuk mendukung kesadaran sosial, tesis ini mencoba mengusulkan menggunakan *3D Collaborative Virtual Environments* untuk dukungan tersebut. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah proses bagaimana kesadaran sosial terbentuk tidak dikaitkan dengan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi yaitu media sosial NGO/Community.

Keduapuluh enam, jurnal internasional yang ditulis Saleem Alhabash and Mengyan Ma dengan judul "*A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?*" yang diterbitkan oleh *Journal Social Media + Society* January-March 2017: 1–13. penulis berusaha mengeksplorasi perbedaan antara Facebook, Twitter, Instagram, dan Snapchat dalam hal intensitas penggunaan, waktu yang dihabiskan setiap hari di platform, dan motivasi penggunaan. Studi ini menerapkan pendekatan *Uses and*

---

<sup>53</sup> Prasołova-Førland, E. (2004). *Supporting social awareness among university students with collaborative virtual environments*. Unpublished doctoral dissertation). Norwegian University of Science and Technology: Trondheim, Norway. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download>.

*Gratifications (U&G)* untuk membedakan keempat platform tersebut. Sebuah survei cross-sectional mahasiswa (N=396) meminta peserta untuk menunjukkan intensitas penggunaan Facebook, Twitter, Instagram, dan Snapchat serta sembilan motivasi penggunaan yang berbeda.

Temuan menunjukkan bahwa peserta menghabiskan sebagian besar waktu setiap hari di Instagram, diikuti oleh Snapchat, Facebook, dan Twitter, masing-masing. Mereka juga menunjukkan intensitas penggunaan tertinggi untuk Snapchat dan Instagram (hampir sama), diikuti oleh Facebook dan Twitter, masing-masing. Media sosial umumnya didefinisikan sebagai "saluran komunikasi massa personal berbasis internet, tidak fokus, dan persisten yang memfasilitasi persepsi interaksi di antara pengguna, yang memperoleh nilai terutama dari konten yang dibuat pengguna".<sup>54</sup> Sifat media sosial yang berubah membuat analisis komparatif yang menarik dari platform terkemuka. Studi ini mengeksplorasi perbedaan penggunaan dan gratifikasi (U&G) antara Facebook, Twitter, Instagram, dan Snapchat.

Twitter sendiri didirikan pada tahun 2006, Twitter telah dikategorikan sebagai situs microblogging, di mana pengguna berinteraksi secara "real time" menggunakan 140 karakter tweet kepada pengikutnya. Pengguna dapat berkomunikasi menggunakan sebutan, balasan, dan tagar.<sup>55</sup> Sepertiga orang dewasa muda yang online antara usia 18 dan 29 tahun dilaporkan menggunakan Twitter pada tahun 2013, dibandingkan dengan 37% yang menggunakannya pada tahun 2014 dan 32% pada tahun 2015.<sup>56</sup> Baru-baru ini Twitter merilis bahwa ia memiliki 320 juta pengguna

<sup>54</sup> Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). *Social media: Defining, developing, and divining*. *Atlantic Journal of Communication*, 23, 46–65.

<sup>55</sup> Stec, C. (2015). *Social media definitions: The ultimate glossary of terms you should know*. Hubspot. Retrieved from <http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/6126/The-UltimateGlossary-120-Social-Media-Marketing-Terms-Explained.aspx>

<sup>56</sup> Duggan, M., Ellison, N., Lampe, C., Lenhart, A., & Madden, M. (2015). *Social media update 2014: While Facebook remains the most popular site, other platforms see higher rates of growth*. Pew Research Center. Retrieved from [http://www.pewinternet.org/files/2015/01/PI\\_SocialMediaUpdate20141.pdf](http://www.pewinternet.org/files/2015/01/PI_SocialMediaUpdate20141.pdf)

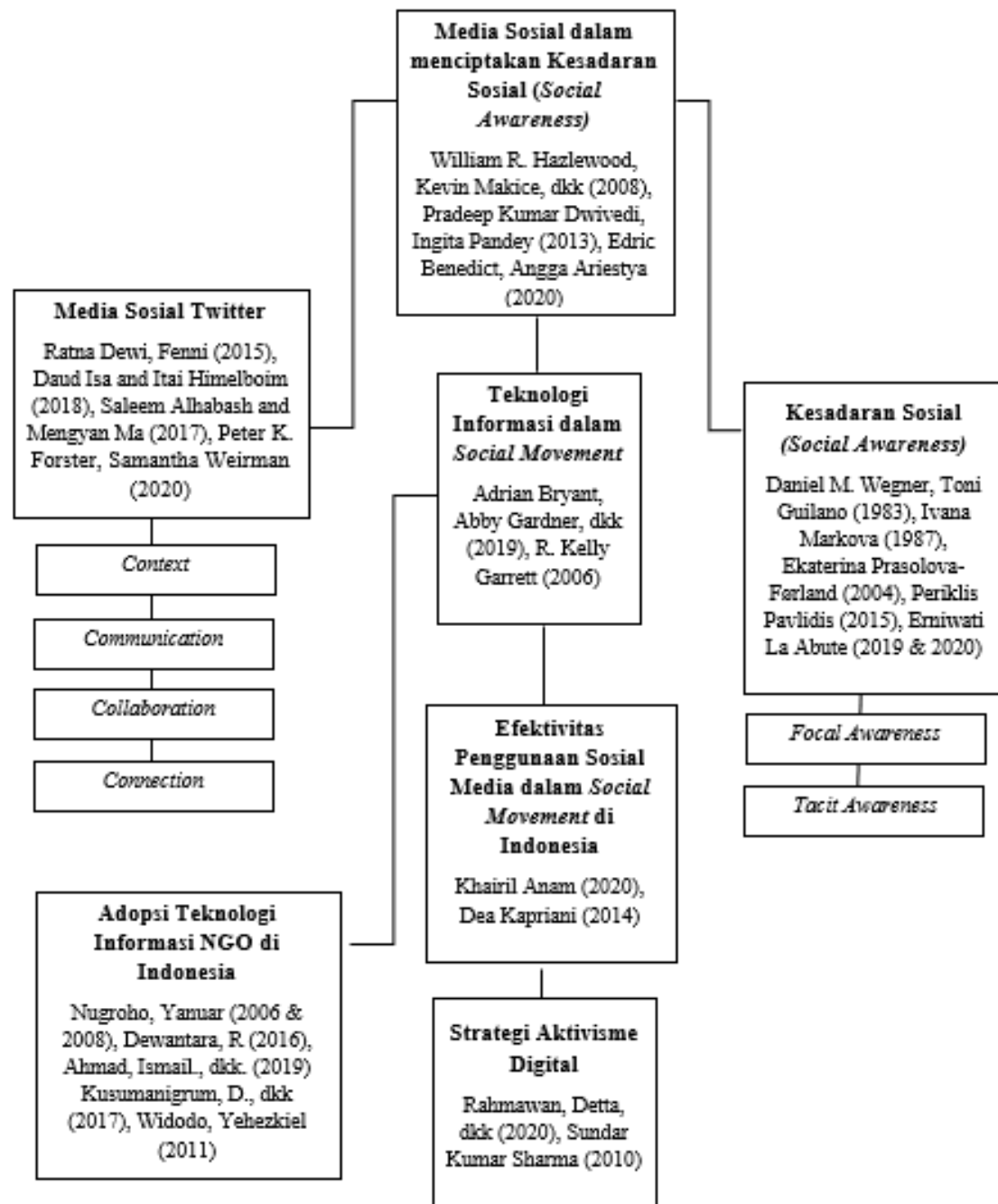
aktif dengan 1 miliar kunjungan bulanan unik ke situs dari tweet yang disematkan (Twitter, 2016). Pendekatan *Uses & Gratifications* telah berkembang secara paralel dengan meningkatnya keragaman dan penyebaran TIK.

***Uses & Gratification* memiliki lima asumsi utama terkait dengan sifat media dan penggunaannya:** (a) anggota audiens adalah konsumen media yang aktif dan berorientasi pada tujuan; (b) orang memenuhi kebutuhan tertentu saat menggunakan media; (c) ketika media memenuhi kebutuhan, mereka menjadi sumber persaingan dengan sumber pemuas kebutuhan lainnya; (d) pengguna media menyadari minat dan motif mereka dan memiliki harapan tertentu terhadap media yang membantu mereka dalam pemilihan media dan pemuasan kebutuhan; dan (e) pengguna media adalah yang mampu menilai kualitas media. Mempertimbangkan bahwa media memuaskan kebutuhan dasar manusia (misalnya, sosial, psikologis, dan fisiologis), studi U&G mempertimbangkan perbedaan individu psikososial pengguna, motivasi penggunaan media (misalnya, informasi, hiburan, pengawasan, hubungan pribadi, identitas, dan pengalihan) dan media menggunakan efek atau konsekuensi untuk membentuk pemahaman tentang bagaimana dan mengapa orang menggunakan media.<sup>57</sup> Perbedaannya dengan penelitian ini adalah proses bagaimana kesadaran sosial terbentuk tidak dikaitkan dengan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi yaitu media sosial NGO/Community.

---

<sup>57</sup> Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and gratifications research*. *The Public Opinion Quarterly*, 37, 509–523.

### Skema 1.1 Penelitian Sejenis



Sumber: Dokumentasi Penulis (2022)



## I.6 Kerangka Teori

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori dan konsep yang terbagi kedalam beberapa bagian, yakni penggunaan media sosial, non-governmental organization (NGO), kesadaran sosial (*social awareness*) dan generasi Millennial. Pada variabel penggunaan media sosial (X) dan kesadaran sosial (*social awareness*) (Y) ini kemudian diturunkan menjadi beberapa dimensi. Dimensi tersebut nantinya akan diturunkan menjadi indikator dalam operasionalisasi konsep, sehingga nantinya layak yang menjadi pertanyaan kuesioner dalam penelitian kuantitatif. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing teori dan konsep.

### I.6.1 Kesadaran Sosial (*Social Awareness*) (Y)

Kesadaran sosial atau *social awareness* dimaknai sebagai kondisi individu dimana ia memiliki kemampuan lebih dalam mengekspresikan empatinya; sehingga seseorang tersebut kemudian secara sadar dapat mengartikan dan memahami sebuah sinyal yang tersirat, yang mengisyaratkan sesuatu, atau hal apa yang benar-benar dibutuhkan oleh orang lain. Salah satu faktor pendukungnya adalah kesadaran sosial juga diperoleh melalui Pendidikan.<sup>58</sup> Menurut Wegner dan Guilano, kesadaran sosial adalah representasi jiwa antara dirinya sendiri dan orang lain.<sup>59</sup> Namun bila dilihat secara psikologi sosial dan sosiologis, kesadaran sosial dilihat sebagai kemampuan untuk mendalami perspektif dan berempati kepada orang lain, termasuk kepada mereka yang memiliki perbedaan latar belakang dan budaya; kemampuan untuk

---

<sup>58</sup> Periklis Pavlidis (2015). *Social consciousness, education and transformative activity*. Aristotle University of Thessaloniki, Greece. Hlm 4

<sup>59</sup> Wegner, M. D., Guilano, T. (1983). "*Social Awareness and Its Story Comprehension*" *Journal Social Cognition*, Vol. 2, No.1, pp.1-17.

memahami nilai dan norma sosial, diikuti juga oleh etika untuk berperilaku dan memahami realitas sosial di lingkungan sekitar.<sup>60</sup>

Kesadaran sosial (*social awareness*) bukan hanya ditentukan oleh faktor internal; *social development* kesadaran sosial juga ditentukan oleh faktor eksternal, selain pendidikan, salah satunya adalah media sosial. Proses yang terbentuk antara lain, menurut Wegner dan Guilano kesadaran sosial dimulai dengan gagasan bahwa seseorang biasanya menyadari dunia sosial pada setiap titik waktu dalam dua cara yang sangat berbeda.<sup>61</sup> Satu jenis kesadaran sesuai dengan definisi umum adalah: memperhatikan sesuatu, menyimpannya dalam kesadaran, atau memahaminya sebagai target atau topik pemikiran.

Pada waktu yang bersamaan, individu secara otomatis menyadari dunia sosial pada setiap titik waktu dalam dua cara yang berbeda: orang tersebut "*focally aware*" akan sesuatu, memikirkannya dan menahannya dalam perhatian sadar; dan orang tersebut juga akan "*tacitly aware*" pada beberapa entitas sosial (diri, orang lain, atau kelompok) yang memberikan perspektif pada target kesadaran fokus.<sup>62</sup> Sehingga aspek eksternal dianggap penting sebagai aspek utama dari terbentuknya kesadaran sosial dikarenakan pengetahuan mampu mengungkapkan sekaligus menyadarkan hal-hal yang sifatnya substansial agar orang dapat membedakan kemungkinan efek transformatif pada diri mereka.

Menurut Wegner dan Guiliano, kesadaran sosial (*social awareness*) memiliki 2 (dua) dimensi dasar yaitu *Tacit Awareness* dan *Focal Awareness*.

---

<sup>60</sup> "Social Awareness" by Minnesota Department of Education diakses pada 12 Juli 2022 melalui: <file:///C:/Users/hp/Downloads/Social%20Awareness%20Competency.pdf>

<sup>61</sup> Wegner, D. M., & Giuliano, T. (1983). *Social awareness in story comprehension*. *Social Cognition*, 2(1), 1-17.

<sup>62</sup> *Ibid.*

**a. Tacit Awareness**

*Tacit Awareness* didefinisikan sebagai cara pandang seseorang atau dari sisi mana ia melihat. Secara lebih rinci, tacit awareness dibagi menjadi dua bagian, yaitu perspektif diri dan perspektif orang lain.

**b. Focal Awareness**

*Focal Awareness* dapat didefinisikan sebagai objek dari evaluasi atau apa yang ia lihat. *Focal awareness* juga dibagi menjadi dua bagian, yaitu diri sendiri sebagai objek dan orang lain sebagai objek.

Kemudian, dalam memperjelas penggunaan kata dari *dimensi focal awareness* dan *tacit awareness*, maka dapat menggunakan istilah perspektif untuk menyebut *tacit awareness* dan target untuk menyebut *focal awareness*. Kesadaran sosial dalam dunia pendidikan memiliki dimensi yang dapat didimensikan melalui *pandangan kita* terhadap diri sendiri dan *pandangan orang lain* dari sisi mana kita melihat. Praktik implementasi sebuah kesadaran sosial yang baik pada masyarakat, jika mengamalkan perspektif ini kita dapat membangun hubungan dalam masyarakat yang sesuai dengan nilai, norma dan etika sosial serta target-target yang ingin dicapai dalam masyarakat dengan baik. Dimana dalam hubungan masyarakat juga terjalin hubungan saling menghargai, terutama rasa saling memiliki.

### I.6.2 Penggunaan Media Sosial (X)

Akun media sosial Twitter @KontraS hadir secara aktif serta vokal membagikan informasi seputar isu permasalahan HAM terkini baik di Indonesia maupun mancanegara. KontraS berupaya mengedukasi para *followers*-nya dengan menyebarluaskan informasi seputar isu HAM yang kerap kali luput dari perhatian masyarakat. Komunikasi yang dilakukan oleh akun media sosial Twitter @KontraS bersifat edukatif, informatif, serta provokatif yang tentunya selain dilengkapi dengan data grafis, ilustrasi, serta foto, juga dilengkapi dengan hastag seperti #ReformasiDikorupsi atau #SelamatkanKebebasanBerekspresi sebagai pelengkap; dimana selain untuk menambah informasi, KontraS juga berupaya meningkatkan kesadaran sosial para pengikutnya untuk turut menyuarakan permasalahan isu HAM di media sosial mereka.

Dengan demikian, akun media sosial Twitter @KontraS begitu memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi dengan menggunakan berbagai fitur yang ditawarkan oleh media sosial Twitter seperti tagar (#), sebutkan (@), balasan hingga fitur *retweet* yang mampu menjangkau masyarakat luas di dunia maya. Penggunaan media sosial secara tidak langsung telah membuat dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Cara kerja media sosial yang lebih cepat dan tepat untuk melakukan pertukaran informasi melalui jaringan online. Dilihat dari efektivitas yang diciptakan oleh media sosial dalam membangun komunikasi dan interaksi dengan khalayak, KontraS harus dapat memanfaatkan media sosial sebaik mungkin untuk mendapat kepercayaan dan perhatian dari khalayak luas. Penggunaan dan pemanfaatan media sosial merupakan salah satu cara dalam melakukan promosi

dan menyebarkan informasi mengenai kesehatan untuk khalayak yang dilakukan oleh KontraS untuk kepentingan bersama.

Menurut Chris Heuer, terdapat 4 (empat) empat C dalam penggunaan media sosial:

**a. Context**, “*How we frame our stories.*”, Dengan cara ini, informasi dapat dibangun menggunakan bahasa dan isi pesan yang dikirim.

**b. Communication**, “*The practice of sharing story as well as listening, responding, and growing.*”, Ini adalah cara mendengarkan, bereaksi, dan berkembang dengan cara yang berbeda sehingga pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.

**c. Collaborations**: “*Working together to make things better and more efficient and effective.*”, Inilah cara pemilik dan pengguna media sosial dapat bekerja sama untuk meningkatkan berbagai hal. Dengan bekerja sama antara akun atau bisnis Anda dan penggunanya di media sosial untuk melakukan hal-hal baik secara lebih efektif dan efisien.

**d. Connection**, “*The relationships we forge and maintain.*”, Dengan cara ini, upaya dilakukan untuk mempertahankan dan memperbaharui hubungan yang telah dibina. Ini dapat dicapai melalui tindakan berkelanjutan untuk membuat pengguna merasa akrab dengan perusahaan menggunakan media sosial.

### **I.6.3 Non-Governmental Organization (NGO)**

Pada awalnya, di Indonesia NGO lebih dulu dikenal dengan istilah Ornop (Organisasi Non Pemerintah) pada sekitar awal 1970an yang merupakan terjemahan dari *Non-Governmental Organization* (NGO)<sup>63</sup>. Penggunaan Ornop

<sup>63</sup> Anggara, Krishna. “Pemberdayaan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dalam Upaya Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba.” Thesis Program Pascasarjana Universitas Indonesia 2009.

pada akhirnya berubah menjadi LSM Pada 1981. Namun istilah NGO dianggap lebih mewakili dalam lingkup internasional dibanding Ornop maupun LSM. Eksistensi *Non-Governmental Organization* (NGO) di Indonesia menjadi begitu signifikan setelah berakhirnya era Orde Baru. Maraknya kemunculan NGO bukan hanya ditunjukkan dalam bentuk jumlah, melainkan keragaman isu sosial yang disuarakan oleh NGO di hadapan masyarakat.

Peter van Tuijl mendefinisikan NGO sebagai organisasi *independent*, non-partisipan, non-profit, yang bertujuan meningkatkan kualitas bagi mereka yang termarjinalkan.<sup>64</sup> David Lewis mendefinisikan NGO sebagai sebuah “*voluntary associations*” yang memiliki kepedulian untuk mengubah sebuah lingkungan tertentu dalam konteks yang lebih baik.<sup>65</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa NGO merupakan sebuah organisasi *independent* yang dibentuk secara sukarela dengan tujuan menyuarakan kepentingan masyarakat dengan cara mengangkat isu sosial di masyarakat, tanpa mementingkan keuntungan atau aspek komersil namun tetap dipandang sebagai organisasi yang sah di mata hukum. Begitu pula dengan apa yang tercantum dalam Undang – Undang No. 8 Tahun 1985 dimana peran NGO dimaknai sebagai sarana untuk menyalurkan pendapat dan pikiran bagi masyarakat Indonesia, sehingga hal ini meningkatkan partisipasi masyarakat secara aktif dalam mewujudkan masyarakat Pancasila; sehingga keberadaannya dianggap penting demi tercapainya tujuan nasional.<sup>66</sup>

Berdirinya sebuah NGO bukanlah serta merta bagian dari pemerintah, melainkan dibangun oleh golongan dari masyarakat sipil (*civil society*) yang

---

<sup>64</sup> Van Tuijl, Peter. “NGOs and Human Rights: Sources of Justice and Democracy.” *Journal of International Affairs*, vol. 52, no. 2, 1999, pp. 493–512. *JSTOR*, www.jstor.org/stable/24358050. Accessed 23 June 2021.

<sup>65</sup> Lewis, D. (2003). Theorizing the organization and management of non-governmental development organizations: Towards a composite approach. *Public Management Review*, 5(3), 325-344.

<sup>66</sup> Undang Undang No. 8 Tahun 1985 diakses pada 6 April 2021 melalui: [https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU\\_1985\\_8.pdf](https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_1985_8.pdf)

menjembatani kepentingan masyarakat kepada pemerintah. NGO memungkinkan pola pergerakan yang massif karena di dalamnya terdapat sekumpulan orang-orang yang memiliki misi serta tujuan yang sama, yakni sama-sama mengharapkan proses menuju sebuah tatanan masyarakat yang lebih baik atau menuju transformasi sosial. Gejala aktivisme NGO yang pada akhirnya melahirkan pola gerakan sosial baru di masyarakat. Berbagai kegiatan aktivisme dilakukan melalui beragam sarana media, dengan menyuarakan isu mulai dari permasalahan sosial mikro hingga apa yang saat ini menjadi polemik pada kehidupan masyarakat. Tujuannya selain untuk mendapatkan perhatian dari pemerintah, diharapkan mampu meningkatkan kesadaran sosial masyarakat.

#### **I.6.4 Generasi Millennial**

Prensky membagi pengguna Internet menjadi dua kelompok utama: yaitu *digital natives* dan *digital immigrants*.<sup>67</sup> *Digital natives*, mereka adalah generasi yang lahir di era perkembangan teknologi, yakni mereka yang termasuk kedalam Generasi Millennial atau Generasi 'Y' dan Generasi 'Z'. Sementara *digital immigrant*, mereka adalah generasi yang terpesona oleh internet sekaligus mengadopsinya dalam berbagai aspek dan yang termasuk kedalam golongan ini adalah Generasi *Babyboomer*, dan Generasi X. Perbedaannya ialah, para *digital immigrant* memiliki kendala dalam beradaptasi dengan teknologi, karena pada generasi *Babyboomer* dan X belum banyak hal yang bisa dieksplor dan saat itu teknologi belum tersedia. Hal ini membuat mereka menjadi kurang adaptif terhadap perubahan teknologi dan perlu membuka buku petunjuk atau bertanya kepada orang lain sebelum mengoperasikan teknologi tertentu. *Digital immigrant*

<sup>67</sup> Rastati, R. Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. Jurnal Teknologi Pendidikan Vol: 06/01 Juni 2018/hal: 01 – 106.

lebih menyukai aktivitas yang sifatnya mekanis dibanding yang instan. Mereka juga merasa kurang nyaman bila membaca dari layar *screen*, dan memilih media cetak jika mereka harus memilih berbeda dengan generasi setelahnya, Generasi Y atau *millennials* serta Generasi Z memiliki karakteristik yang begitu adaptif terhadap perubahan. Generasi Millennial masih mengalami transisi teknologi hingga menuju internet, maka generasi Z lahir saat teknologi sudah tersedia. Hal itulah yang membuat generasi ini memiliki karakter yang menggemari teknologi, fleksibel, lebih cerdas, dan toleran pada perbedaan budaya.

**Tabel 1.1**

Perbandingan *Digital Natives* dan *Digital Immigrant*

| <i>Digital Native</i>           | <i>Digital Immigrant</i>        |
|---------------------------------|---------------------------------|
| Generasi Millennial (1980-2000) | Generasi Babyboomer (1946-1964) |
| Generasi 'Z' (2000-sekarang)    | Generasi X (1965-1975)          |

Sumber: Analisis Penulis (2022)

### I.7 Hipotesis Penelitian

Menurut pandangan John W. Creswell, hipotesis merupakan perkiraan numerik atas populasi yang dinilai berdasarkan data sampel penelitian.<sup>68</sup> Hipotesis merupakan bagian terpenting dari penelitian yang berguna untuk penelitian kuantitatif sebagai ukuran hipotesis awal. Asumsi atau prediksi ini membantu memberikan gambaran keseluruhan tentang hubungan antara variabel yang diperlukan untuk penelitian.

Pada penelitian ini terdapat dua hipotesis, yakni  $H_0$  adalah hipotesis nol dan  $H_a$  adalah hipotesis kerja. Hipotesis nol ( $H_0$ ) adalah asumsi bahwa tidak ada hubungan

<sup>68</sup> John W. Creswell. 2016. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Edisi Keempat). Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 191.



antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Yang artinya dalam perumusan hipotesis, variabel (X) tidak mempengaruhi variabel (Y), dan hipotesis kerja ( $H_a$ ) adalah hipotesis yang memiliki asumsi terdapat hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat yang diteliti (Y). Untuk menguji penelitian ini, berikut hipotesis penelitian yang diajukan:

$$H_0 = 0$$

$$H_a \neq 0$$

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh antara Penggunaan Media Sosial Twitter NGO terhadap tingkat perkembangan Kesadaran Sosial (*Social Awareness*).

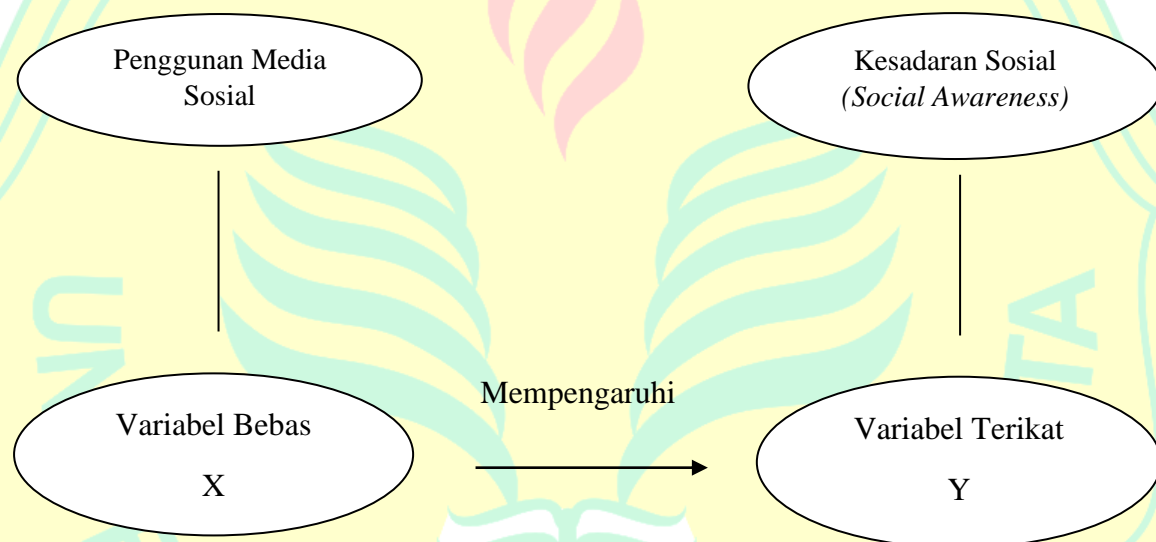
$H_a$  : Terdapat pengaruh antara Penggunaan Media Sosial Twitter NGO terhadap tingkat perkembangan Kesadaran Sosial (*Social Awareness*).



## I.8 Kerangka Penelitian

Terdapat 2 (dua) variabel dalam penelitian ini: variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen. Variabel bebas adalah variabel yang menentukan orientasi variabel terikat, dan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (dalam penelitian). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengaruh penggunaan media sosial TwitterNGO, dan variabel terikatnya adalah kognisi sosial. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Skema 1.2 Visualisasi Variabel**



Sumber: Analisis Penulis (2022)

## I.9 Metodologi Penelitian

### I.9.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Menurut Creswell, metode penelitian merupakan teknik dalam pengumpulan dan analisis data.<sup>69</sup> Brewer juga mengemukakan bahwa metode penelitian merupakan seperangkat aturan prosedur penelitian untuk memperoleh penelitian yang valid dan

<sup>69</sup> Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian, *1*(2), 2-3.

reliabel.<sup>70</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dalam menggambarkan pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter NGO terhadap perkembangan Kesadaran Sosial (*Social Awareness*) pada generasi millennial yang datanya dikumpulkan berdasarkan informasi yang telah didapatkan melalui kuesioner atau angket penelitian. Peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan media sosial NGO @KontraS (X) di Twitter dalam meningkatkan perkembangan kesadaran sosial (*social awareness*) (Y) khususnya pada generasi millennial yang nantinya akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial.

### **I.9.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian berbasis media sosial dan digital ditengah pandemi covid. Penelitian dilakukan secara daring begitupun dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan melalui media sosial. Penelitian ini dilaksanakan dimasa pandemi COVID-19 sehingga penyebaran melalui media sosial sangat membantu peneliti dalam menemukan kriteria responden. Proses pengumpulan data primer dan data sekunder dilakukan pada bulan Desember 2021 hingga Maret 2022. Penyebaran kuesioner dan uji coba instrument dilakukan pada bulan Januari – Februari 2022 dengan menggunakan *google form*.

Dikarenakan penelitian sebagian besar dilakukan secara daring, maka peneliti memilih NGO yang cukup aktif dan vokal dalam memanfaatkan media sosial yang dimilikinya. KontraS dipilih sebagai subjek penelitian selain karena aktif dan cukup vokal dalam menyuarakan keadilan HAM di media sosial Twitter, pertumbuhan *followers* akun Twitter @KontraS juga cenderung pesat; setidaknya dalam sebulan KontraS memiliki 1000 *followers* baru dalam laman media sosial Twitter-nya.

---

<sup>70</sup> Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian, 1(2), 2-3.

Ditambah, KontraS juga memiliki visi memajukan kesadaran rakyat akan pentingnya penghargaan hak asasi manusia, khususnya kepekaan terhadap berbagai bentuk kekerasan dan pelanggaran berat hak asasi manusia sebagai akibat dari penyalahgunaan kekuasaan negara sebagaimana dalam hal ini KontraS juga berharap eksistensi mereka di media sosial dapat meningkatkan kesadaran sosial di masyarakat.

### **I.9.3 Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Menurut Corper dan Schindler, populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Element populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang akan diteliti.<sup>71</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun media sosial Twitter @KontraS yang pada proses penghitungan sampel diambil berjumlah 203.500 *followers* (diakses pada Januari 2022).

---

<sup>71</sup> Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : CV. AFBETA

Gambar 1.6

Jumlah *Followers* Media Sosial @KontraS Per-Bulan Januari 2022

Sumber: Dokumentasi Penulis (2022)

### b. Sampel

Leavy mendefinisikan sampling sebagai proses untuk memilih individu dari suatu populasi.<sup>72</sup> Sedangkan menurut Sugiono, sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi, pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan faktor keterbatasan yang tidak memungkinkan seluruh populasi untuk diteliti.<sup>73</sup> Adapun sampel merupakan jumlah representatif dari sebuah populasi. Sehingga pada penelitian ini penulis menggunakan rumus slovin yang digunakan untuk menemukan jumlah minimal penarikan sampel, sehingga jumlah sampel

<sup>72</sup> Leavy, P. (2017). *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches*. New York: The Guilford Press. Retrieved May 12, 2017 from <https://books.google.com>. My/

<sup>73</sup> Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : CV. AFBETA

bersifat representatif dan dapat mewakili anggota populasi yang lain. Rumus Slovin antara lain sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian pengambilan sampel yang masih bisa ditolelir.

Penulis menjadikan *followers* akun media sosial Twitter @KontraS yang terlihat pada Gambar 1.6 yakni sejumlah 203.500 *followers* dengan menggunakan presentase kelonggaran ketelitian pengambilan sampel yang masih bisa ditolelir sejumlah 10% (0,1) dengan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan spesifikasi *Purposive Sampling* dengan penghitungan rumus slovin:

$$\begin{aligned} N &= N / 1 + Ne^2 \\ &= 203.500 / 1 + (203.500) (0,10)^2 \\ &= 99,950 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan sampel menggunakan rumus slovin, maka jumlah minimal responden yang harus dikumpulkan dalam penelitian ini sejumlah 100 orang. Setelah kuesioner disebar, terkumpul sejumlah 140 responden.

**Tabel 1.2 Perumusan Populasi**

|                |  |
|----------------|--|
| Isi            | <i>Followers</i> atau Pengikut akun Twitter @KontraS   |
| Satuan         | <i>Followers</i> akun Twitter @KontraS yang berasal dari generasi milenial; yakni lahir antara tahun 1980-2000 awal. |
| Unit Analisis  | <i>Followers</i> atau Pengikut akun Twitter @KontraS.  |
| Unit Observasi | Individu   |

Sumber: Analisis Penulis (2022)

Sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan spesifikasi *Purposive Sampling*, dengan penarikan sampel ditujukan pada populasi sampel yang berusia diatas >19 tahun atau generasi millennial yakni angkatan yang lahir pada rentang tahun 1980-2000 awal.

#### 1.9.4 Instrumen Penelitian

Langkah awal dalam melakukan pengujian dalam penelitian adalah menyusun instrumen penelitian. Instrumen juga bisa disebut sebagai alat yang digunakan sebagai tolak ukur suatu obyek penelitian atau mengumpulkan data dari sebuah variabel. Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berhubungan dengan validitas dan reliabilitas instrumen, sedangkan kualitas pengumpulan data berhubungan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data.<sup>74</sup> Instrumen penelitian juga digunakan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini terdapat 2 (dua) instrumen yang akan diuji:

1. Instrumen yang digunakan untuk mengukur bagaimana penggunaan media sosial Twitter NGO @KontraS.
2. Instrumen yang digunakan untuk mengukur tingkat kesadaran sosial (*social awareness*) followers akun Twitter @KontraS.

Sebelum melaksanakan penelitian peneliti melakukan uji coba instrumen penelitian. Uji instrumen penelitian dilakukan pada Februari 2022 dengan melibatkan 40 (empat puluh) responden pertama. Responden tersebut merupakan *followers* dari akun Twitter @KontraS yang memiliki rentang usia 19-26 tahun yaitu sesuai dengan karakteristik generasi millennial yang lahir pada 1980-2000 awal.

---

<sup>74</sup> Sugiyono (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: CV. AFBETA.

Uji coba instrumen penelitian ini berisi 30 (tiga puluh) item soal, terdiri dari 15 (lima belas) item soal yang berkaitan dengan variabel penggunaan media sosial (X) dan 15 (lima belas) item soal yang berkaitan dengan kesadaran sosial (*social awareness*) (Y), semua item soal dibuat dengan menggunakan kalimat pernyataan dan pengukurannya menggunakan skala likert dari 1 sampai 4. Setelah uji coba instrumen penelitian berhasil dilakukan, proses setelahnya adalah melakukan uji validitas dan realibilitas data dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.

Sementara itu, taraf signifikansi yang digunakan oleh penulis dalam uji coba instrumen adalah sebesar 5% (0.05). Tingkat signifikansi menunjukkan probabilitas atau tingkat kesalahan yang diamati oleh peneliti dalam memutuskan untuk menolak atau mendukung hipotesis nol. Dapat juga diartikan sebagai kesalahan yang dapat ditoleransi peneliti atau tingkat kesalahan yang disebabkan oleh kemungkinan kesalahan pengambilan sampel (*sampling error*).

Dari 15 (lima belas) item soal yang berkaitan dengan variabel penggunaan media sosial NGO, ditemukan bahwa semua item dinyatakan valid. Sementara itu, dari 15 (lima belas) item yang berkaitan dengan kesadaran sosial (*social awareness*) ditemukan 2 (dua) item dinyatakan tidak dapat digunakan. Jika dijumlah secara keseluruhan, maka dari 30 (tiga puluh) item, terdapat 28 (duapuluh delapan) item soal valid dan 2 (dua) item soal yang dinyatakan tidak dapat digunakan.

Dari hasil realibilitas, ditemukan bahwa tingkat reliabilitas instrumen untuk penggunaan media sosial NGO (X) mencapai angka 0,804. Sedangkan tingkat keterandalan instrumen untuk variabel kesadaran sosial (*social awareness*) (Y) mencapai angka 0,835. Adapun rincian hasil uji realibilitas instrument yang akan dijabarkan pada tabel berikut:



Tabel 1.3 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

| Variabel Penelitian | Nilai (Cronbach Alpha) | Kategori                |
|---------------------|------------------------|-------------------------|
| X                   | 0,805                  | <i>Good Reliability</i> |
| Y                   | 0,835                  | <i>Good Reliability</i> |

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan Menggunakan SPSS (2022)

## A. Instrumen Variabel Penggunaan Media Sosial NGO (X)

### 1. Definisi Konseptual

Penggunaan media sosial dapat ditinjau melalui 4 (empat) dimensi menurut Chris Heuer.<sup>75</sup> yaitu:

**a. Context**, “*How we frame our stories.*”, Dengan cara ini, mempertimbangkan bagaimana informasi dapat dibangun menggunakan bahasa dan isi pesan yang dikirim.

**b. Communication**, “*The practice of sharing story as well as listening, responding, and growing.*”, adalah bagaimana cara @KontraS mendengarkan, bereaksi, dan berkomunikasi dengan cara yang berbeda sehingga pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.

**c. Collaborations**: “*Working together to make things better and more efficient and effective.*”, adalah bagaimana cara @KontraS dan pengguna media sosial dapat bekerja sama untuk meningkatkan berbagai hal. Dengan bekerja sama antara akun atau bisnis Anda dan penggunanya di media sosial untuk melakukan hal-hal baik secara lebih efektif dan efisien.

<sup>75</sup> Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley & Sons.

*d. Connection*, “*The relationships we forge and maintain.*”, Dengan cara ini, adalah bagaimana upaya yang dilakukan @KontraS untuk mempertahankan dan memperbaharui hubungan yang telah dibina. Ini dapat dicapai melalui tindakan berkelanjutan untuk membuat pengguna merasa akrab dengan perusahaan menggunakan media sosial.

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional pada penelitian ini yakni bagaimana penggunaan media sosial NGO yang menurut Chris Heuer terdapat 4 (empat) dimensi dalam penggunaan media sosial, *Context*, *Communication*, *Collaboration* dan *Connection*.

### a. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

**Tabel 1.4 Operasionalisasi Konsep Variabel Penggunaan Media Sosial (X)**

| Variabel                | Konsep  | Dimensi              | Indikator  |
|-------------------------|---|----------------------|--|
| Penggunaan Media Sosial | Penggunaan media sosial dapat ditinjau melalui 4 (empat) indikator menurut Chris Heuer. | <i>Context</i>       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akun Twitter @KontraS aktif setiap hari membagikan informasi mengenai HAM.</li> <li>2. Akun Twitter @KontraS bersifat informatif dalam menyampaikan berita</li> <li>3. Saya dapat menangkap intisari dari informasi yang disampaikan oleh akun Twitter @KontraS dengan baik.</li> <li>4. Saya memahami pesan dalam setiap informasi yang disampaikan oleh akun Twitter @KontraS.</li> <li>5. Saya merasa nyaman terhadap penggunaan bahasa terkait pemberitaan isu HAM yang disampaikan oleh akun Twitter @KontraS.</li> </ol> |
|                         |   | <i>Communication</i> | <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Informasi yang disampaikan mengenai isu HAM di Indonesia</li> </ol>  |

|  |  |                      |  |
|--|--|----------------------|--|
|  |  |                      | <p>disampaikan dengan apa adanya dan tidak dilebih-lebihkan oleh akun Twitter @KontraS.</p> <p>7. Akun Twitter @KontraS menyampaikan informasi terkait isu HAM dengan penggunaan bahasa yang menjunjung tinggi etika.</p> <p>8. Akun Twitter @KontraS menyampaikan informasi terkait isu HAM dengan tidak membawa unsur SARA.</p> <p>9. Gambar/konten yang disajikan akun Twitter @KontraS mengandung aksi kekerasan, hasutan yang provokatif serta ujaran kebencian berdasarkan suku, agama, ras dan antar golongan (SARA) tertentu.</p> <p>10. Gambar/konten yang disajikan oleh akun Twitter @KontraS membantu saya memahami isu HAM yang sedang terjadi.</p> |
|  |  | <i>Collaboration</i> | <p>11. Akun Twitter @KontraS aktif menggunakan fitur retweet, reply, mention (@), likes, serta tagar (#) dalam menyebarkan informasi.</p> <p>12. Saya melihat akun Twitter @KontraS melakukan interaksi (retweet, reply, mention) dengan pengikutnya (followers) atau dengan sesama Community Center/NGO.</p> <p>13. Akun Twitter @KontraS cenderung pasif dalam menggunakan fitur interaksi (retweet, reply, mention) atau dengan sesama Community Center/NGO.</p>  |
|  |  | <i>Connection</i>    | <p>14. Akun Twitter @KontraS turut menyebarkan informasi terkait isu HAM dari akun Twitter media lain.</p> <p>15. Akun Twitter @KontraS membangun komunikasi dua arah dan ranah diskusi dengan para pengikutnya (followers) dalam media sosial.</p>  |

### b. Uji Validitas

Menurut Sugioyono, validitas suatu penelitian berkaitan dengan sejauh mana seorang peneliti mengukur apa yang seharusnya diukur. Secara lebih spesifik, validitas penelitian kuantitatif berakar pada pandangan empirisme yang menekankan pada bukti, objektivitas, kebenaran, deduksi, nalar, fakta dan data numerik.<sup>76</sup> Uji validitas dikatakan valid apabila perbandingan antara  $r$  hitung pada item lebih besar daripada nilai pada  $r$  tabel, sedangkan jika nilai  $r$  hitung pada item lebih kecil daripada nilai pada  $r$  tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Hasil validitas menunjukkan dari 15 (lima belas) item soal yang berkaitan dengan variabel penggunaan media sosial NGO dapat diketahui sebanyak 15 (lima belas) atau semua item soal tersebut dinyatakan valid. Secara lebih rinci peneliti menjabarkannya kedalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.5 Uji Validitas Pengaruh Penggunaan Media Sosial NGO (X)**

| No Item | R hitung | R tabel | Hasil |
|---------|----------|---------|-------|
| 1.      | .499     | 0.312   | Valid |
| 2.      | .363     | 0.312   | Valid |
| 3.      | .703     | 0.312   | Valid |
| 4.      | .540     | 0.312   | Valid |
| 5.      | .446     | 0.312   | Valid |
| 6.      | .650     | 0.312   | Valid |
| 7.      | .651     | 0.312   | Valid |
| 8.      | .749     | 0.312   | Valid |
| 9.      | .341     | 0.312   | Valid |
| 10.     | .448     | 0.312   | Valid |
| 11.     | .636     | 0.312   | Valid |
| 12.     | .548     | 0.312   | Valid |
| 13.     | .325     | 0.312   | Valid |
| 14.     | .618     | 0.312   | Valid |
| 15.     | .671     | 0.312   | Valid |

Sumber: Pengolahan Data dengan Menggunakan SPSS (2022)

<sup>76</sup> Golafshani, N. (2003). *Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research*. The Qualitative Report, 8(4), 590–606

### c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat didefinisikan sebagai konsistensi dari sebuah metode dan hasil penelitian.<sup>77</sup> Tujuan utama uji reliabilitas instrumen penelitian ialah untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan peneliti kuantitatif. Hasil dari uji reliabilitas pada variabel penggunaan media sosial NGO (X) adalah 0.805. Menurut Manning & Munro, jika Cronbach Alpha lebih besar dari 80% atau 0,80 maka dinyatakan sebagai reliabilitas yang baik (*good reliability*). Pada tabel dibawah terlihat bahwa reliabilitas yang didapat adalah 0.805 yang berarti lebih besar dari jumlah minimum yakni 60% atau 0.6 sehingga variabel Penggunaan Media Sosial NGO (X) dinyatakan reliabel.

**Tabel 1.6 Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Media Sosial (X)**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .805                   | 15         |

Sumber: Pengolahan Data dengan Menggunakan SPSS (2021-2022)

## B. Instrumen Variabel Kesadaran Sosial (*Social Awareness*) (Y)

### 1. Definisi Konseptual

Kesadaran sosial (*social awareness*) dapat ditinjau melalui 2 (dua) dimensi dasar yang dimiliki menurut Wegner dan Guilano.

<sup>77</sup> Bandur, A. (2012). Journal of Educational Administration School-based management developments: challenges and impacts. Journal of Educational Administration, 50, 845–873.

- a. *Tacit Awareness*, didefinisikan sebagai sudut pandang seseorang atau "sisi mana yang Anda lihat".
- b. *Focal Awareness*, didefinisikan sebagai objek evaluasi atau "apa yang dilihatnya".

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional pada penelitian ini yakni tingkat kesadaran sosial (*social awareness*) yang menurut Wegner dan Guilano terdapat 2 (dua) dimensi dasar dalam kesadaran sosial, yaitu *focal awareness* dan *tacit awareness*.

### a. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

**Tabel 1.7 Operasionalisasi Konsep Variabel Kesadaran Sosial (*Social Awareness*) (Y)**

| Variabel                                     | Konsep   | Dimensi                | Indikator   |
|--|--|------------------------|---|
| Kesadaran Sosial ( <i>Social Awareness</i> ) | Kesadaran Sosial ( <i>Social Awareness</i> ) memiliki 2 (dua) dasar dimensi menurut Wegner dan Guilano (1983). | <i>Focal Awareness</i> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa ingin membagikan informasi terkait isu HAM yang diangkat oleh akun Twitter @KontraS kepada teman-teman followers saya.</li> <li>2. Gambar/konten yang disajikan oleh akun Twitter @KontraS turut menyadarkan saya akan pentingnya penghargaan terhadap HAM.</li> <li>3. Tweets yang disampaikan oleh akun Twitter @KontraS turut menyadarkan saya akan pentingnya penghargaan terhadap HAM, juga mendorong saya untuk mendiskusikannya dengan teman saya.</li> <li>4. Saya tertarik untuk mendiskusikan isu sosial-HAM pada laman media sosial Twitter saya.</li> </ol> |

|  |  |                               |  |
|--|--|-------------------------------|--|
|  |  |                               | <p>5. Menurut saya isu HAM sepatutnya dibuka dalam ruang diskusi, dibahas dan dikupas tuntas dalam media sosial maupun dunia nyata.</p>  |
|  |  | <p><i>Tacit Awareness</i></p> | <p>6. Isu HAM patut disebarluaskan untuk mendapat perhatian dari publik.</p> <p>7. Media sosial merupakan salah satu sarana untuk menyebarkan pemberitaan terkait isu HAM kepada masyarakat.</p> <p>8. Media sosial Twitter membantu generasi millennial untuk memperoleh informasi terkini.</p> <p>9. Sebagai generasi millennial, menurut saya penting untuk mengetahui dan menyuarakan isu sosial-HAM terkini dalam laman media sosial.</p> <p>10. Penting bagi generasi millennial untuk mengikuti informasi terkait isu sosial-HAM melalui akun Twitter @KontraS.</p> <p>11. Dengan mengikuti akun Twitter @KontraS dalam laman media sosial, kesadaran sosial saya meningkat.</p> <p>12. Dengan mengikuti akun Twitter @KontraS dalam laman media sosial, saya memahami realitas sosial yang ada.</p> <p>13. Dengan mengikuti akun Twitter @KontraS dalam laman media sosial, saya ingin berkontribusi menegakkan keadilan HAM kedalam aksi nyata.</p> |

### b. Uji Validitas

Menurut Sugioyono, validitas suatu penelitian berkaitan dengan sejauh mana seorang peneliti mengukur apa yang seharusnya diukur. Secara lebih spesifik, validitas penelitian kuantitatif berakar pada pandangan empirisme yang menekankan pada

bukti, objektivitas, kebenaran, deduksi, nalar, fakta dan data numerik.<sup>78</sup> Uji validitas Uji validitas dikatakan valid apabila perbandingan antara  $r$  hitung pada item lebih besar daripada nilai pada  $r$  tabel, sedangkan jika nilai  $r$  hitung pada item lebih kecil daripada nilai pada  $r$  tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Hasil validitas menunjukkan dari 15 (lima belas) item soal yang berkaitan dengan variabel kesadaran sosial (*social awareness*) dapat diketahui sebanyak 13 (tiga belas) item soal tersebut dinyatakan valid. Secara lebih rinci peneliti menjabarkannya kedalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.8 Uji Validitas Kesadaran Sosial (*Social Awareness*) (Y)**

| No Item | R hitung | R tabel | Hasil     |
|---------|----------|---------|-----------|
| 1.      | .306     | 0.312   | Tdk Valid |
| 2.      | -.199    | 0.312   | Tdk Valid |
| 3.      | .506     | 0.312   | Valid     |
| 4.      | .610     | 0.312   | Valid     |
| 5.      | .620     | 0.312   | Valid     |
| 6.      | .561     | 0.312   | Valid     |
| 7.      | .642     | 0.312   | Valid     |
| 8.      | .435     | 0.312   | Valid     |
| 9.      | .455     | 0.312   | Valid     |
| 10.     | .511     | 0.312   | Valid     |
| 11.     | .694     | 0.312   | Valid     |
| 12.     | .605     | 0.312   | Valid     |
| 13.     | .416     | 0.312   | Valid     |
| 14.     | .681     | 0.312   | Valid     |
| 15.     | .555     | 0.312   | Valid     |

Sumber: Pengolahan Data dengan Menggunakan SPSS (2022)

### c. Uji Reliabilitas

<sup>78</sup> Golafshani, N. (2003). *Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research*. The Qualitative Report, 8(4), 590–606



**Tabel 1.9 Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Sosial (*Social Awareness*) (Y)**

| <b>Reliability Statistics</b> |            |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha              | N of Items |
| .835                          | 13         |

Sumber: Pengolahan Data dengan Menggunakan SPSS (2022)

Reliabilitas dapat didefinisikan sebagai konsistensi dari sebuah metode dan hasil penelitian.<sup>79</sup> Tujuan utama uji reliabilitas instrumen penelitian ialah untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan peneliti kuantitatif. Hasil dari uji reliabilitas pada variabel kesadaran sosial (*social awareness*) (Y) adalah 0.835. Menurut Manning & Munro, jika Cronbach Alpha lebih besar dari 80% atau 0,80 maka dinyatakan sebagai reliabilitas yang baik (*good reliability*). Pada tabel dibawah terlihat bahwa reliabilitas yang didapat adalah 0.835 yang berarti lebih besar dari jumlah minimum yakni 60% atau 0.6 sehingga variabel kesadaran sosial (*social awareness*) (Y) dinyatakan **reliabel**.

#### **I.10 Teknik Pengumpulan dan Jenis Data**

Dalam penelitian berikut merupakan teknik pengumpulan data dan jenis data yang dihasilkan yang akan dilakukan kedalam beberapa cara, yaitu:

- a. Angket, menurut Sugiyono, angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk menjawabnya. Setelah dilakukan operasionalisasi konsep, maka butir-butir pertanyaan disusun secara sistematis dituang kedalam google formulir yang nantinya akan diisi oleh responden.

<sup>79</sup> Bandur, A. (2012). *Journal of Educational Administration School-based management developments: challenges and impacts*. *Journal of Educational Administration*, 50, 845–873.

b. Studi pustaka, yakni dimana penulis menggali penelitian terdahulu untuk menambah sumber relevan kedalam penelitian. Pustaka yang dicari antara lain berupa buku, jurnal dan disertasi. Nantinya penelitian yang dihasilkan akan memperbaharui penelitian sebelumnya.

Jenis data dalam penelitian ini, baik pada variabel penggunaan media sosial (X) dan pada variabel kesadaran sosial (*social awareness*) (Y) sama-sama menghasilkan jenis data dengan skala ordinal. Sementara itu, dari sisi pengumpulan data penelitian ini menggunakan sumber primer dan sekunder.

a. Data Primer

Menurut Sugiyono, data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>80</sup> Data primer adalah sumber data yang memberikan data langsung kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang peneliti terima secara langsung. Dalam hal ini, peneliti membuat instrumen bergaya kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya dan membagikannya kepada semua pengikut akun Twitter @KontraS. Ini adalah contoh survei dari Google Forms. Distribusi dilakukan melalui media sosial, memberikan akses mudah kepada peneliti untuk minat penelitian mereka. Dataset yang dihasilkan diolah menggunakan SPSS versi 25.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen.<sup>81</sup> Dengan kata lain, peneliti telah memperoleh data sekunder dari data yang tersedia

---

<sup>80</sup> Sugiyono (2021) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : CV. AFBETA, 67-70

<sup>81</sup> *Ibid.*

sebelumnya. Peneliti memperoleh data sekunder dari buku, jurnal, risalah, portal berita, blog, dan sumber terkait lainnya.

### **I.11 Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini, terkumpul 140 responden dengan 40 (empat puluh) responden pertama digunakan sebagai uji coba instrumen dan 100 (seratus) responden lainnya digunakan dalam analisis data. Responden tersebut merupakan *followers* dari akun Twitter @KontraS yang memiliki rentang usia 19-26 tahun yaitu sesuai dengan karakteristik generasi millennial yang lahir pada 1980-2000 awal.

Analisis data kuantitatif pada penelitian ini menggunakan uji analisa regresi sederhana dengan penggunaan media sosial sebagai variabel X dan kesadaran sosial (*social awareness*) sebagai variabel Y. Uji regresi linier sederhana mengharuskan data yang dihasilkan pada kedua variabel adalah data interval; dalam penelitian ini data yang dihasilkan pada variabel X adalah ordinal dan Y adalah ordinal. Sehingga sebelum melakukan analisis regresi linier sederhana, dilakukan Metode Suksesif Interval (MSI) untuk merubah data ordinal menjadi data interval. Pada analisis regresi linier sederhana diperlukan uji prasyarat, antara lain uji normalitas, uji homogenitas dan uji linieritas yang akan diuji sebelum melakukan regresi linear. Selain uji regresi, penelitian ini juga akan melakukan uji koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan sejauh mana pengaruh variabel independen secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel dependen.<sup>82</sup> Dilakukan juga Uji T secara

---

<sup>82</sup> Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

parsial untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen penggunaan media sosial secara individual dalam menerangkan variabel dependen kesadaran sosial (*social awareness*), dengan cara membandingkan nilai T hitung dengan T tabel pada taraf signifikan 5% (0.05).

### 1.12 Kerangka dan Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan pada penelitian ini dibagi menjadi lima bab, hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi hasil penelitian yang telah ditemukan, Adapun isi dari bagian bab yang diuraikan sebagai berikut:

**BAB I :** membahas mengenai latar belakang dan permasalahan penelitian terhadap pentingnya kajian mengenai kesadaran sosial (*social awareness*) followers akun media sosial Twitter @KontraS dilihat dari variabel penggunaan media sosial. Pada bab 1 ini juga menguraikan mengenai pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual, hubungan antarkonsep, metode penelitian, kerangka teori hipotesis penelitian, sistematika penulisan hingga uji coba instrument penelitian.

**BAB II :** membahas mengenai konteks sosial dari NGO KontraS (Komisi Untuk Orang Hilang dan Korban Tindakan Kekerasan) meliputi latar belakang NGO tersebut dibentuk, visi dan misi KontraS, struktur organisasi KontraS sebagai NGO di Indonesia.

**BAB III :** membahas mengenai hasil penelitian dan uji hipotesis meliputi identitas responden, deskripsi data, uji asumsi klasik, uji hipotesis.

**Bab IV :** pada bab ini akan dipaparkan mengenai analisis hasil pengujian, dengan sub bab pembahasan pengaruh penggunaan media sosial Twitter NGO

@KontraS terhadap perkembangan kesadaran sosial (*social awareness*) *followers* beserta analisis psikologi sosial - sosiologis.

**Bab V** : Sebagai akhir penutup pada penelitian ini, bab lima akan berisikan kesimpulan secara keseluruhan pada penelitian ini. Serta berisikan saran atau rekomendasi dari peneliti.

