

## **CYBERACTIVISM SEBAGAI BUDAYA POPULER: ANALISIS WACANA HASHTAG #PERCUMALAPORPOLISI DI TWITTER**

**NURFADHILAH BAHAR<sup>1</sup>, RAHMAWATI LATIEF<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Prodi Magister Departemen Ilmu Komunikasi FISIPOL Universitas Gadjah Mada, <sup>2</sup>Prodi  
Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin  
email: [nurfadhilahbahar@mail.ugm.ac.id](mailto:nurfadhilahbahar@mail.ugm.ac.id), [rahmawati.latief@uin-alauddin.ac.id](mailto:rahmawati.latief@uin-alauddin.ac.id)

### ***Abstract***

*The effectiveness of Twitter in forming a community has an impact on the movement of activists on social media or what is called cyberactivism. Moreover, it is coupled with the trending topic feature with the use of hash marks or hashtags (#) which makes it easy for users to find out the most discussed topics, both on a national and global. The #PercumaLaporPolisi tweet is one of the hashtags on Twitter that became a trending topic on October 7, 2021, which became the source of research data. This study aims to interpret public opinion as a social movement in discourse of the tweet #PercumaLaporPolisi which is a trending topic on Twitter. This study uses the discourse analysis method of Teun Adrianus Van Dijk, namely the macro structure, superstructure and micro structure. The results showed that the most prominent theme was the negative image of the police by netizens with the style of sarcasm and satire. The pattern of netizen opinion schemes follows the development of this case issue every day. The uploader of the hashtag #PercumaLaporPolisi has the intention of making cases viral as a warning to the police to make improvements. Uploads that get more responses from netizens will become more popular, thus encouraging the authorities to take action.*

*Keywords: Cyberactivism, Hashtags, Discourse Analysis, #PercumaLaporPolisi*

### **PENDAHULUAN**

Media sosial merupakan salah satu aktivitas *online* populer yang digunakan oleh masyarakat hampir setiap hari. Hal ini tidak lepas dari semakin banyaknya pengguna *smartphone* yang memudahkan masyarakat mengakses internet. Berdasarkan *Global Digital Insight*, hingga Januari 2021, Indonesia memiliki pengguna internet 202,6 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 27 juta atau 16 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 170,0 juta pengguna pada Januari 2021. Jumlah tersebut setara dengan 61,8% dari total penduduk pada Januari 2021 (Data Reportal, 2021). Adapun media sosial yang dimaksud di antaranya Youtube,

WhatsApp, Instagram, Twitter, Facebook, Telegram, Line, LinkedIn, Tiktok, dan lain sebagainya.

Twitter merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan. Menurut laporan *We Are Social* menyebutkan bahwa jumlah pengguna twitter di Indonesia mencapai 14,05 juta sampai dengan Januari 2021. Twitter menjadi media sosial terpopuler kelima setelah YouTube, WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Twitter telah memiliki 192 juta pengguna aktif harian hingga kuartal IV-2020. Menurut analis senior Neuberger Berman, Hari Srinivasan, jumlah pengguna aktif harian Twitter tersebut meningkat 26% dibandingkan tahun sebelumnya (Kompas, 2021).

Twitter adalah layanan *microblogging* yang memungkinkan penggunanya untuk mempublikasikan pesan singkat hingga 140 karakter, pada umpan berita yang dipersonalisasi. Sama seperti media sosial Facebook dan Instagram, jika pengguna “mengikuti” umpan Twitter pengguna lain, maka dia menerima pembaruan orang tersebut melalui beranda. Di Twitter, ada aspek komunitas dalam penggunaannya. Karena setiap umpan Twitter menyediakan daftar pengikut dan pengikut pemilik umpan yang terbentuk secara alami berdasarkan minat orang. Sehingga apabila memiliki minat yang sama dengan pengguna lain, maka akan lebih mudah menemukannya (Jungherr, 2009).

Kemudahan Twitter dalam membentuk komunitas memberikan dampak dalam pergerakan aktivis di media sosial. Aktivitas secara online ini akhirnya mengubah tindakan kolektif dan gerakan sosial yang sebelumnya dapat dilakukan dengan turun ke jalan, kini bisa dilakukan di media baru, sesuatu yang disebut *cyberactivism* (Sandoval-Almazan & Gil-Garcia, 2014). Howard (2011) mendefinisikan *cyberactivism* sebagai tindakan menggunakan internet untuk mengembangkan basis politik yang sulit dikembangkan secara *offline*, tujuan aktivisme semacam itu seringkali untuk menciptakan artefak digital secara intelektual dan emosional yang persuasif yang menceritakan ketidakadilan, interpretasi sejarah dan advokasi (Khamis & Vaughn, 2011). Menurut Michael Delli Carpini, keterlibatan warga negara adalah tindakan individu dan kolektif

yang dirancang untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang menjadi perhatian publik (Brensinger dan Chakras, 2014, dalam Inggarwati et. al., 2016).

Melalui Twitter, para aktivis memiliki saluran baru untuk menyebarkan berita ke seluruh dunia bahkan saat acara masih berlangsung (Jungherr, 2009). Apalagi ditambah dengan fitur *trending topic* dengan penggunaan tanda pagar atau *hashtag* (#) yang membuat pengguna dengan mudah mengetahui topik paling banyak dibicarakan, baik itu berskala nasional maupun global. Di negara-negara lain, tujuan penggunaan tanda pagar di Twitter diperuntukkan agar orang lain paham tentang topik yang dibicarakan pengguna *hashtag*. Namun di Indonesia, penggunaan *hashtag* ini lebih banyak dimaknai sebagai salah satu cara untuk menaikkan popularitas suatu topik tertentu. Hal ini kemudian menggerakkan pengguna lain untuk menuliskan *hashtag* yang sama agar memperoleh perhatian publik (Juditha, 2015).

Terdapat beragam contoh pemanfaatan media baru dalam gerakan sosial di Indonesia, misalnya *hashtag* #gagalkanomnibuslaw yang menjadi salah satu tagar paling populer pada 2020 untuk memperingati momen penolakan Omnibus Law RUU Cipta Kerja yang dicanangkan DPR RI pada Juli 2020. Kemudian *hashtag* #dirumahaja yang termasuk populer sejak awal pandemi COVID-19. Kemunculan *hashtag* ini sejalan dengan kebijakan Presiden Joko Widodo terkait bekerja dari rumah atau *Work From Home* sebagai bentuk apresiasi warganet dalam mendukung gerakan *social distancing* (Kompas, 2020).

Twit #PercumaLaporPolisi adalah salah satu *hashtag* di Twitter yang menjadi *trending topic* pada tanggal 7 Oktober 2021. *Trending topic* Twitter biasanya hanya bertahan selama satu hari, namun *hashtag* ini terus menjadi perbincangan publik selama beberapa hari. Tagar tersebut pertama kali muncul akibat dari reportase yang dirilis oleh Project Multatuli atas langkah kepolisian yang menghentikan proses penyelidikan kasus dugaan tindak pidana pemerkosaan dan pelecehan seksual terhadap tiga orang anak dibawah umur oleh ayah kandungnya sendiri yang terjadi di Luwu Timur, Sulawesi Selatan.

Kasus tersebut dihentikan oleh polisi di Luwu Timur pada akhir 2019 lantaran disebut tak punya cukup bukti. Netizen beramai-ramai melakukan aksi kolektif dengan menaikkan *hashtag* #PercumaLaporPolisi sebagai bentuk kritikan terhadap kinerja kepolisian terhadap penanganan kasus tersebut. Tak lama setelah merilis reportase yang berjudul “Tiga Anak Saya Diperkosa, Saya Lapor ke Polisi, Polisi Menghentikan Penyelidikan” ini, situs Project Multatuli mendapat serangan DDoS sehingga tidak bisa diakses. Media-media *mainstream* lainnya lantas menerbitkan ulang reportase tersebut sebagai bentuk solidaritas.

Topik ini menarik untuk diteliti karena *hashtag* #PercumaLaporPolisi menjadi wacana yang paling sering dibicarakan oleh masyarakat di media sosial. Tak selang beberapa hari dari kasus ‘Tiga Anak Saya Diperkosa’, *hashtag* #PercumaLaporPolisi kembali muncul akibat adanya tindakan kekerasan yang dilakukan oleh oknum kepolisian terhadap salah seorang mahasiswa yang tengah melakukan aksi demonstrasi dalam perayaan HUT ke-389 Kabupaten Tangerang. Setelah itu, kejadian lain yang sempat juga muncul yakni tindakan pemeriksaan sebuah ponsel milik salah seorang warga yang dilakukan oleh oknum polisi tanpa dilengkapi prosedur yang tepat. Tak sampai disitu, publik lagi-lagi dibuat gaduh oleh kasus Novia Widyasari yang berakhir bunuh diri akibat depresi disebabkan oleh pacarnya yang merupakan seorang polisi di Jawa Timur.

Deretan peristiwa yang secara sporadis terjadi di beberapa wilayah di Indonesia tersebut seakan-akan memperkuat dan melegitimasi esensi dari *hashtag* #PercumaLaporPolisi. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis wacana *tweet* #PercumaLaporPolisi yang menjadi *trending topic* di Twitter?. Tujuan penelitian ini untuk menginterpretasi opini publik sebagai gerakan sosial dalam wacana *tweet* #PercumaLaporPolisi yang menjadi *trending topic* di Twitter.

Penelitian ini relevan dengan beberapa penelitian yang pernah ada. Penelitian yang pertama dilakukan oleh Christiany Juditha (2015) dengan judul “Fenomena *Trending Topic* di Twitter: Analisis Wacana *Twit* #SaveHajiLulung”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa tema yang paling menonjol adalah penggambaran sosok Haji Lulung secara negatif (sindiran) oleh para netizen.

Skema pendapat netizen mengikuti perkembangan isu kasus setiap harinya. Metode penelitian ini menggunakan analisis isi wacana Teun A. van Dijk yaitu struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Perbedaan penelitian sejenis dan penelitian peneliti hanya terletak pada subjek yang diteliti. Subjek pada penelitian sejenis adalah Twit #SaveHajiLulung sedangkan subjek penelitian peneliti yaitu *hashtag* #PercumaLaporPolisi.

Kedua, penelitian sejenis yang dilakukan oleh Vience Mutiara Rumata (2017) dengan judul “Analisis Isi Kualitatif Twitter #TaxAmnesty dan #AmnestiPajak. Hasil penelitian sejenis ini memperoleh tiga tema besar yaitu 1) dukungan terhadap program pengampunan pajak; 2) oposisi terhadap program pengampunan pajak; 3) wacana kritis tentang program pengampunan pajak. Metode penelitian ini adalah analisis isi kualitatif dengan pendekatan induktif. Perbedaan penelitian sejenis dan penelitian peneliti terletak pada subjek dan metode penelitian. Subjek dalam penelitian sejenis adalah #TaxAmnesty dan #AmnestiPajak sedangkan subjek penelitian peneliti adalah #PercumaLaporPolisi. Metode penelitian sejenis metode analisis isi dengan pendekatan induktif sedangkan metode penelitian peneliti menggunakan metode analisis wacana.

Ketiga, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Tria Agustina (2017) dengan judul “Analisis Wacana Gerakan Sosial Dalam Menentukan Opini Publik Via Twitter (Studi Pada Hashtag #BijakBersosmed Periode 1 sampai 5 Oktober 2017)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis wacana Teun A. van Dijk. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat proses pemaknaan pesan yang disampaikan, yaitu melalui struktur teks adalah penentuan opini publik melalui pesan positif mengenai bijak dalam menggunakan media sosial, kognisi sosial, dan konteks sosial. Penelitian ini dikatakan berbeda dengan penelitian peneliti adalah karena adanya perbedaan subjeknya, dimana penelitian terdahulu menggunakan #BijakBersosmed, sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan #PercumaLaporPolisi sebagai subjeknya.

### ***Cyberactivism sebagai Budaya Populer***

Budaya populer adalah budaya yang lahir atas keterkaitan dengan media. Artinya, media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan menyerapnya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Populer yang dibicarakan disini tidak terlepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa terhadap publik yang bertindak sebagai konsumen. Dengan kata lain, budaya populer lahir atas kehendak media (ideologi kapitalistik) dan perilaku konsumsi masyarakat. Akibatnya, apapun yang diproduksi oleh media akan diterima oleh publik sebagai suatu nilai (budaya) bahkan menjadi kiblat panutan masyarakat (Strinati, 2007).

*Cyberactivism* dapat dikatakan sebagai budaya populer di era media sosial yang cenderung dinamis. *Cyberactivism* atau disebut sebagai aktivisme digital merupakan istilah akademik yang senantiasa digunakan dalam menganalisis transformasi pola gerakan politik yang berkembang pasca reformasi. Istilah ini merujuk pada pola gerakan politik yang dibentuk berdasarkan pada preferensi diskusi dan informasi melalui internet dan media sosial (Jati, 2016).

*Cyberactivism* dibedakan dari mobilisasi karena berfokus pada perencanaan, eksekusi dan fasilitasi tindakan. Hanya saja, keduanya berelasi karena *cyberactivism* dapat membantu mendorong dan mempromosikan keterikatan sipil, yang pada gilirannya melahirkan beragam bentuk mobilisasi (Sadasri, 2019).

Gerakan sosial dalam tradisi Amerika, sering dibedakan menjadi dua konsep, yaitu perilaku kolektif (*collective behavior*) dan tindakan kolektif (*collective action*). Tindakan kolektif dimulai ketika sumberdaya dapat dimobilisir oleh pemimpin gerakan dan ketika kondisi sosio-politik telah terbuka terhadap mobilisasi. Oleh karena itu, sebagai suatu tindakan kolektif, rasional, normal, dan instrumental terorganisir maka penguatan sumberdaya saja tidak cukup tanpa dapat memobilisasinya (Sarompka, 1993, dalam Hapsari, 2014).

Tindakan kolektif memiliki tujuan akan adanya perubahan sosial atau suatu kelompok individu yang secara bersama mengungkapkan perasaan tidak puas secara kolektif di depan umum dan mengubah basis sosial dan politik yang dirasa tidak memuaskan tersebut (Eyerman & Jamieson, 1991).

*Cyberactivism* ini berkaitan erat dengan adanya interseksi antara *new social movement*, *cultural studies*, dan *media studies* (McCaughey, 2003). Pada *new social movement*, gerakan yang kini ditampilkan bukan lagi berbasis pada aksi demonstrasi jalanan (*street level parliamentary*), namun lebih kepada pembentukan diskursus dalam ruang publik internet. Hal ini berujung pada aksi penggalangan massa di dunia maya oleh netizen berbasis pada *viral*. Adapun isu yang diangkat bukan lagi masalah publik makro seperti kemiskinan dan ketimpangan, namun lebih kepada isu keseharian yang sebenarnya merupakan isu privat (Jati, 2016).

### **Media Sosial dan Perkembangan Twitter**

Media sosial sendiri mempunyai beberapa karakteristik, diantaranya: 1) Partisipasi dimana media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik. Hal ini mengaburkan batasan antara media dan khalayak 2) Keterbukaan: layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi, serta mendorong untuk memilih, berkomentar dan berbagi informasi. Jarang ada hambatan untuk mengakses dan menggunakan konten, sebab konten yang dilindungi sandi tidak disukai 3) Percakapan: saat media tradisional masih mendistribusikan konten ke khalayak, media sosial dikenal lebih baik dalam komunikasi dua arah. 4) Komunitas: media sosial dapat membentuk komunitas dengan cepat 5) Konektivitas: kebanyakan media sosial berkembang pada keterhubungan ke situs-situs lain, sumber sumber lain dan orang-orang lain (Mayfield,2008).

Dunia media sosial sendiri terdapat tiga aktor penting, yaitu *buzzer*, *influencer*, dan *follower* sebagai entitas penting dalam membentuk isu maupun preferensi politik. Buzzer secara sederhana dimaknai personal atau kolektif yang berperan sebagai “otak” atau kreator wacana/isu untuk diperbincangkan netizen dalam dunia maya. Dinamakan sebagai *buzzer* karena berkaitan dengan tugasnya mendengungkan (*buzzing*) suatu isu atau wacana untuk diterima dan ditangkap publik sebagai konstruksi berpikir. Adapun tugas *influencer* sendiri berpesan



sebagai penerima awal dan pengesah (*endorser*) atau isu dan wacana yang dihembuskan oleh *buzzer* tersebut. *Influencer* inilah yang tugasnya menyederhanakan wacana dan isu tersebut dalam bahasa yang lebih sederhana dan mudah ditangkap *follower* secara lebih ringkas dan jelas. *Influencer* dimaknai sebagai pemilik akun media sosial berpengaruh yang memiliki jumlah pengikut (*follower*) banyak, sementara *buzzer* dipahami aktivis media sosial yang menciptakan *trending topic* di jejaring media sosial dengan tagar (#). Keduanya berperan penting dalam menyebarkan berbagai macam isu penting kepada khalayak luas melalui media sosial. Ada syarat dan prasyarat penting untuk *influencer* tersebut yakni memiliki jumlah pengikut minimum 50.000 *follower*, dan memiliki pesan aktif/kreatif dalam menyampaikan pesan. Adapun *follower* adalah mereka yang dominan dalam arena media sosial sebagai penerima informan terakhir yang menerima informasi dari *influencer* (Jati, 2016).

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter. Akan tetapi pada tanggal 7 November 2017 bertambah 280 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan “pesan singkat dari Internet”. Di Twitter, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa menulis kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler (Wikipedia, 2021).

Twitter tumbuh dengan sangat pesat sejak pertama kali diperkenalkan pada 2006. Jumlah kicauan yang diunggah meningkat berkali-kali lipat. Menurut artikel *The Daily Telegraph*, pada 2007 ada sebanyak 400.000 *tweet* yang diunggah. Angka tersebut meroket pada 2010 hingga mencapai lebih dari 50 juta kicauan per hari. Pada 2011, tercatat setidaknya ada 140 juta *tweet* yang diunggah setiap hari. Namun, pertumbuhan Twitter mulai melambat pada 2014 dimana media sosial semakin sesak dan persaingan semakin ketat, seperti *instagram*, *snapchat*, serta



facebook yang penggunaanya semakin membludak. Para pengguna media sosial di Indonesia pada tahun tersebut juga sudah banyak yang beralih ke Path. Apalagi belakangan diketahui bahwa Indonesia menjadi salah satu basis pengguna Twitter terbesar (Kompas, 2021).

Perlambatan jumlah pertumbuhan pengguna Twitter sudah terendus sejak kuartal empat 2013. Jumlah pengguna waktu itu masih tumbuh sekitar 3,8 persen. Namun, angka tersebut merupakan pertumbuhan paling rendah sejak Twitter berdiri. Namun, pertumbuhan Twitter saat ini kian membaik. Pada kuartal pertama 2020, terjadi lonjakan pengguna aktif hariannya dari 134 juta pada kuartal I-2019 menjadi 166 juta pengguna atau mengalami peningkatan 24 persen. Pada kuartal II-2020, angka tersebut kembali meningkat menjadi 186 juta pengguna. Angka pengguna aktif harian ini melebihi ramalan pada analisis, yang awalnya hanya memperkirakan mencapai 176 juta pengguna (Kompas, 2021).

Twitter semakin banyak digunakan untuk tujuan yang berbeda. Menurut Jungherr (2009), terdapat lima kegunaan Twitter yang biasanya digunakan oleh aktivis politik dalam mencapai tujuan mereka.

Pertama, *spreading the word*. Salah satu tantangan terbesar bagi para aktivis adalah menyebarluaskan informasi tentang peristiwa yang relevan untuk tujuan mereka yang belum diangkat di media konvensional. Melalui Twitter, mereka dapat dengan mudah menyebarluaskan berita atau informasi terkait aktivitas atau kegiatan mereka tanpa harus mengirimkan tulisannya ke media-media mainstream. Kedua, *social media campaigning*. Twitter dapat menjadi alat kampanye media sosial yang efektif digunakan. Laporan Vote Twitter mengungkapkan bahwa terdapat sebuah upaya dimana jaringan non-partisan dan sukarelawan menggunakan Twitter untuk memantau proses pemungutan suara selama pemilihan presiden AS tahun 2008. Mereka menaikkan *hashtag* tertentu selama beberapa hari proses pemungutan suara.

Ketiga, *coordinating collective action*. Warga dapat menggunakan Twitter sebagai sumber informasi dan juga sebagai alat untuk mengkoordinasikan tindakan kolektif. Pada Oktober 2007, San Diego menjadi korban bencana

kebakaran hutan. Karena daerah pemukiman berada dalam bahaya, warga San Diego bergantung pada berita real time tentang lokasi kebakaran dan prosedur penyelamatan yang berubah-ubah. Sayangnya, media-media mainstream tidak dapat memenuhi kebutuhan informasi terkini dengan cepat. Dua warga, Nate Ritter (@nateritter) dan Dan Tentler (@viss) mulai memposting kabar terbaru tentang kebakaran dan proses penyelamatan di Twitter pribadi mereka. Mereka mengumpulkan berita dari media-media resmi dan juga informasi yang diperoleh dari tetangga dan teman sekitar yang memantau perkembangan di jalan (Poulsen, 2007).

Keempat, sebagai *crowdsourcing*. *Crowdsourcing* adalah sebuah teknik mengumpulkan massa di Twitter dengan menggunakan akun yang disinyalir akan diikuti oleh banyak orang. Misalkan membuat akun dengan topik berita artis, berita atau tips bisnis, berita atau tips tentang suatu kota, yang memang orang akan membutuhkan informasi-informasi tersebut. Beberapa orang menerima uang dengan menjual akun Twitter tersebut ke pihak lain hingga puluhan juta rupiah, atau memberikan jasa *sponsored tweet* untuk mempromosikan suatu bisnis atau produk tertentu (Rahmawan, 2013).

Kelima, *personal security*. Twitter terbukti menjadi alat yang ampuh bagi sekelompok orang untuk saling melacak dari jarak jauh. Aktivis politik dapat menggunakan Twitter untuk memantau satu salam lain tanpa harus berada di area tersebut. Hal ini meningkatkan keamanan para aktivis politik secara signifikan (Jungherr, 2009).

### **Fenomena *Hashtag* dan *Trending Topic***

Salah satu fitur Twitter yang sangat bermanfaat bagi orang-orang terkait informasi terkini adalah tagar atau *hashtag*. Tagar adalah fitur yang dapat digunakan netizen untuk membahas topik yang sedang hangat (Kusuma, dalam Tamburian, 2015). Sebuah isu atau fenomena yang banyak mendapat tanggapan dengan menggunakan *hashtag* akan menjadi *trending topic*. *Trending topic* diartikan sebagai sebuah berita yang paling populer, paling banyak dicari orang

dalam waktu tertentu. *Trending topic* tersebut mempermudah orang-orang dalam memilih topik sesuai selera mereka (Juditha, 2015).

Tagar berfungsi sebagai kata kunci yang dapat membantu netizen melakukan pencarian dan memudahkan dalam membahas sesuatu (Small, 2011). Orang-orang cukup menambahkan simbol # disertai kata kunci tanpa spasi untuk melakukan kegiatan tadi. Setelah hal itu dilakukan, Twitter dengan sendirinya akan menampilkan berbagai komentar orang-orang dan berita dari berbagai media online terkait kata kunci tersebut. Kehadiran tagar ini memberi manfaat sekali bagi orang-orang. Dengan demikian, tagar dapat memunculkan wacana sosial (Triputra dan Napitupulu, 2020).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi wacana model Teun A. Van Dijk. Sobur (2006) berpendapat analisis wacana adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi atau telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Menurut Teun A. Van Dijk, analisis wacana memiliki tujuan ganda; sebuah teoritis sistematis dan deskriptif yaitu struktur dan strategi di berbagai tingkatan dan wacana lisan tertulis, dilihat baik secara objek tekstual dan sebagai bentuk praktik sosial budaya, antar tindakan dan hubungan. Sobur (2006) berpendapat analisis wacana adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi atau telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan *tweet* dengan hashtag #PercumaLaporPolisi dari media sosial Twitter. Van Dijk melihat suatu wacana terdiri atas berbagai struktur yang saling mendukung. Ia membaginya ke dalam tiga tingkatan.

1. Struktur makro, merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga isi tertentu dari suatu peristiwa.
2. Superstruktur, adalah kerangka suatu teks; bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.

3. Struktur mikro, adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase yang dipakai dan sebagainya.

Sedangkan struktur atau elemen yang dikemukakan van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut.

**Tabel 1**  
**Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk**

<b>Struktur Wacana</b>	<b>Hal yang Diamati</b>	<b>Elemen</b>
Struktur Makro	Tematik (Apa yang dikatakan?)	Topik
Superstruktur	Skematik (Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai?)	Skema
Struktur Mikro	Semantik (Makna yang ingin ditekankan dalam teks)	Latar, detail, maksud, pra anggapan, normalisasi
	Sintaksis (Bagaimana pendapat disampaikan?)	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti
	Stilistik (Pilihan kata apa yang dipakai?)	Leksikon
	Retoris (Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan?)	Grafis, metafora, ekspresi

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Penelitian**

#### **A. Struktur Makro**

Elemen tematik dari struktur makro merupakan unsur global yang menjadi gambaran umum dan mendominasi suatu tulisan atau wacana. Tema adalah gagasan inti dari suatu teks yang menggambarkan apa yang ingin disampaikan oleh seorang penulis kepada pembaca melalui tulisannya dalam melihat atau memandang suatu peristiwa. Dalam media sosial Twitter, *hashtag* memudahkan kita dalam mencari topik yang sedang populer dan hangat diperbincangkan di

seluruh dunia. Oleh karenanya, orang menggunakan Twitter sebagai salah satu platform menyampaikan pendapat dengan lebih mudah. Hal inilah yang memunculkan adanya berbagai macam gerakan sosial di internet atau yang disebut *cyberactivism*. Tujuan awal penggunaan *hashtag* adalah untuk memudahkan pencarian topik populer, namun saat ini *hashtag* digunakan untuk menaikkan isu tertentu agar menjadi perhatian banyak orang.

Melalui *hashtag* #PercumaLaporPolisi yang sempat menjadi *trending topic* di media sosial Twitter, akan ditemukan pandangan yang dimiliki setiap akun Twitter yang menggunakan *hashtag* tersebut sebagai kritikan terhadap kinerja kepolisian di Indonesia. *Hashtag* #PercumaLaporPolisi menggambarkan topik-topik yang pada intinya publik menyayangkan banyaknya laporan kasus-kasus yang ditolak oleh polisi dengan berbagai macam alasan. Namun, kasus tersebut baru diproses setelah viral di media sosial. Seperti yang tergambar dalam salah satu *tweet* yang mengomentari sebuah video penangkapan pelaku penganiayaan istri setelah viral di media sosial.

Wind Regalia @regalia\_wind · 2 hari

Membalas @ChaniagoErdi

Terima kasih responnya. Tapi seringkali ada kasus, selalu viral dulu, baru ditangkap. Padahal sudah dilaporkan sejak sebelum viral. Jadi wajar kalau tagar #PERCUMALAPORPOLISI itu sudah rahasia umum di masyarakat. Masyarakat akhirnya cuma bisa bergantung pada sosmed. Bukan aparat.

🗨️ 1

🔁 12

❤️ 78



Situasi ini yang membuat banyak orang berspekulasi bahwa saat ini hampir sebagian banyak masyarakat merasa tidak puas dengan kinerja dan sikap kepolisian yang tidak tegas dalam menindak pelaku kejahatan. Oleh karenanya banyak bermunculan *tweet* netizen yang bernada sarkasme dan sindiran.

## B. Superstruktur

Superstruktur memiliki bagian yang disebut skematik atau alur. Skematik merupakan bentuk umum dari suatu teks. Skematik atau susunan dan rangkaian pendapat dari *tweet-tweet* #PercumaLaporPolisi dapat dikatakan tidak memiliki susunan sebuah pesan (teks). Namun, skemanya mengikuti perkembangan isu kasus ini setiap harinya. Di awal kasus, #PercumaLaporPolisi muncul setelah adanya pemberitaan mengenai penghentian kasus dugaan pemerkosaan tiga anak oleh ayah kandung di Luwu Timur. *Hashtag* tersebut kemudian terus muncul sejak

adanya kasus-kasus yang viral dan tidak mendapatkan respon dari pihak kepolisian. Seperti contoh twit berikut:



Topik akan semakin populer apabila semakin banyak yang menggunakan *hashtag* terkait dan diviralkan juga oleh media massa baik media cetak maupun online. Sebaliknya, sebuah isu atau peristiwa lambat laun akan berhenti dengan sendirinya jika tidak lagi ada yang menyinggung atau mengendalikan isu tersebut. Dengan adanya *hashtag* #PercumaLaporPolisi ini muncul banyak artikel berita di media massa yang semakin memperkuat wacana tentang citra buruk polisi di masyarakat.

### C. Struktur Mikro

Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks. Pada tahap semantik ini membahas mengenai makna-makna yang ditekankan dalam twit-twit #PercumaLaporPolisi. *Hashtag* #PercumaLaporPolisi sendiri memiliki makna tersirat bahwa tidak ada gunanya melapor kepada polisi karena tidak akan memberikan hasil yang memuaskan. Twit #PercumaLaporPolisi berupaya untuk memberikan peringatan kepada polisi untuk bertindak tegas dan cepat dalam menindak kasus-kasus kejahatan. Twit tersebut kebanyakan mengandung gaya bahasa sarkasme. Sarkasme adalah salah satu jenis majas yang menggunakan kata-kata pedas untuk menyakiti hati orang lain dan dapat berupa cemoohan atau ejekan (Wikipedia, 2021). Dalam twit #PercumaLaporPolisi juga mengandung gaya bahasa satire. Menurut Keraf (2010), satire adalah ungkapan yang menertawakan atau menolak sesuatu. Tujuan utamanya adalah agar diadakan perbaikan baik etis maupun estetis.

Unsur sintaksis dalam penelitian ini atau gambaran pendapat yang disampaikan dalam twit-twit #PercumaLaporPolisi cenderung sama, di mana para netizen mengemukakan tindakan kepolisian dalam mengabaikan kasus-kasus yang dilaporkan. Sementara unsur stilistik merupakan gaya bahasa yang digunakan seorang pembicara/penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana (Dijk, 2011). Pada tahap ini, pembahasan mengenai #PercumaLaporPolisi ini paling sering digunakan setelah mencuatnya isu-isu yang berkaitan dengan polisi dan hukum. Dengan dipilihnya kata Percuma Lapor Polisi sendiri dilakukan berdasarkan fakta-fakta bahwa banyak kasus kekerasan yang terjadi terutama kasus pemerkosaan dan pelecehan dimana kasus tersebut berhenti di tengah jalan karena polisi tidak menemukan cukup bukti. Selain itu, fakta bahwa citra polisi buruk dimata publik dengan perilaku polisi itu sendiri, seperti adanya oknum polisi yang melakukan tindak kekerasan, pelecehan, narkoba, dan pungli. Oleh sebab itu, kata #PercumaLaporPolisi ini dipilih untuk menggambarkan adanya kekhawatiran dan ketakutan yang dialami masyarakat dari kasus-kasus yang sering terjadi dan melibatkan polisi.

Sementara dalam unsur retorik memiliki fungsi persuasif yang berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak. Strategi pada tahap retorik ini adalah gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara/menulis (Dijk, 2011). Dalam tahap retorik ini, dapat dilihat bahwa cara yang dilakukan dalam aksi digital mengkritik kinerja kepolisian adalah dengan ikut mentrendingkan #PercumaLaporPolisi.

## 2. Pembahasan

### A. Citra Negatif Polisi sebagai Wacana *Hashtag* #PercumaLaporPolisi

Berdasarkan hasil pengamatan twit-twit dengan hashtag #PercumaLaporPolisi dengan menggunakan struktur makro, berikut adalah wacana yang dibangun oleh warganet.

#### 1. Viral dulu baru ditangkap



Kalimat “Viral dulu baru ditangkap” menjadi salah satu tweet paling banyak diunggah dengan menggunakan #PercumaLaporPolisi. Viral sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu peristiwa yang terjadi di tengah masyarakat lalu beredar luas dengan cepat dari berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter Instagram hingga WhatsApp. Seperti salah satu tweet akun dibawah ini.



Dalam twit tersebut menyebutkan bahwa ‘sudah dilaporkan sejak sebelum viral’. Artinya, sebuah peristiwa tidak akan ditindaklanjuti jika belum muncul riak-riak di tengah masyarakat. Jika diamati lebih jauh, fenomena viral dulu baru ditindak menjadi hal yang menguntungkan bagi oknum penegak hukum yang memiliki kepentingan. Dengan adanya fenomena viral tersebut, ada kekhawatiran tersendiri terhadap proses penegakan hukum di negara ini. Apabila viral ini dijadikan tolak ukur dalam suatu penegakan hukum maka akan menurunkan kredibilitas dan citra lembaga penegak hukum itu sendiri, khususnya kepolisian.

## 2. Pungli di kalangan Polri

Pungli dan suap telah lama melekat di baju Polri. Hal ini juga yang kemudian menempatkan institusi Polri paling memiliki citra buruk sebagai lembaga negara. Data laporan Ombudsman pada 2016 menyebutkan Polri adalah lembaga negara dengan angka tertinggi sebagai sarang pungli dan praktik suap. Praktik itu, menurut Ombudsman, dicirikan dengan mengulur-ulur pengungkapan kasus dan maladministrasi yang jumlahnya mencapai 51 persen (Tirto, 2017).





Twit di atas membuktikan bahwa saat ini, pungli dan suap sudah menjadi hal lumrah yang terjadi di kalangan polisi. Polisi yang seharusnya memberikan pelayanan publik secara gratis hanyalah formalitas belaka. Pungutan liar secara tidak langsung merupakan bentuk pemerasan karena ada unsur pemaksaan. Pemaksaan disini dimaksudkan adalah adanya ucapan intimidasi oleh 'oknum' polisi kepada pihak yang dimintai uang, misalnya, laporannya tidak ditindaklanjuti yang tentu akan merugikan secara materiil.

### 3. Perilaku buruk polisi

Salah satu yang membuat citra buruk polisi di mata publik adalah perilaku polisi itu sendiri. Pada tanggal 5 Desember 2021 #PercumaLaporPolisi kembali muncul gara-gara adanya kasus yang melibatkan anggota Polri yang kini ditetapkan sebagai tersangka karena melakukan pemerkosaan dan memaksa aborsi seorang mahasiswa di Jawa Timur. Korban tersebut bernama Novia Widyasari yang kini telah meninggal dunia dan sempat viral karena diduga bunuh diri akibat kejahatan oknum polisi tersebut yang merupakan pacarnya sendiri. Seperti pada twit @kyberno yang menanyakan perkembangan kasus Novia Widyasari karena ada kekhawatiran terjadi relasi kuasa yang mana polisi akan mengabaikan kasus ini atau meringankan hukuman pelaku yang notabene adalah salah satu anggota polisi.



Selain kasus kekerasan seksual, juga sering muncul pemberitaan mengenai oknum polisi yang tertangkap memakai obat terlarang. Wacana yang dibangun dalam *hashtag* #PercumaLaporPolisi bukan hanya berkaitan dengan laporan masyarakat yang ditolak, namun juga fenomena narkoba yang sering menjerat anggota polisi dan mencederai citra lembaga tersebut. Adapun *tweet* yang mewakili pernyataan tersebut adalah sebagai berikut.



*Tweet* tersebut membahas soal berita terkait kasus 11 anggota Polres Tanjungbalai, Sumatera Utara yang ditangkap karena menjual narkoba hasil sitaan. Kampanye revolusi mental Polri dinilai hanya jargon tanpa aksi. Revolusi mental yang bertujuan ke arah yang positif, malah dirusak oleh oknum kepolisian akibat perilakunya yang tidak mencerminkan nilai-nilai yang positif. Di kalimat akhir juga menegaskan bahwa tagar #PercumaLaporPolisi tidak akan berarti apa-apa jika polisi tidak melakukan introspeksi diri dan memperbaiki citranya di mata masyarakat.

Wacana yang dibangun dalam *hashtag* #PercumaLaporPolisi adalah citra negatif polisi. Hal ini terungkap respon pengguna dalam interaksi media sosial terhadap *hashtag* #PercumaLaporPolisi yang sangat beragam. Fakta ini sejalan dari apa yang dikatakan Eriyanto (2001), dalam media sosial, selain sebagai konsumen, pengguna/*user* juga berperan sebagai produsen. Mereka memilih sendiri teks apa yang akan dibuat, diterima, serta dimaknai. Meskipun pengguna memiliki kuasa atas teks, namun itu semua tidak dilakukan dalam bingkai pilihan

yang mereka susun sendiri, melainkan terbentuk di luar jangkauan intervensi mereka.

### **B. *Hashtag* Muncul Mengikuti Perkembangan Kasus**

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, hashtag #PercumaLaporPolisi sempat menggema di media sosial Twitter pada tanggal 8 Oktober 2021 bersamaan dengan viralnya berita kasus kekerasan seksual di Luwu Timur. *Hashtag* tersebut muncul lantaran masyarakat geram dengan kinerja polisi yang tidak bersungguh-sungguh dalam memproses kasus yang dilaporkan masyarakat. Berdasarkan dengan *hashtag* itu pula, masyarakat mulai banyak menceritakan pengalamannya di media sosial saat membuat laporan ke polisi namun tidak ditindaklanjuti dengan berbagai alasan. Seperti pada salah satu *tweet* di bawah ini.



Dinaaa  
@Dinull1

Ternyata ad hashtag #PercumaLaporPolisi hari ini, yaaa aku sndiri juga ngerasain,aku prnh melaporkan kekerasan,bukan keadilan yg aku dapat malah hal privasi hidup aku yg BOCOR,ga kebayang sakit hatinya ibu yg di dalam artikel "Tiga anak saya diperkosa"

[Terjemahkan Tweet](#)

14:43 · 07 Okt 21 · [Twitter Web App](#)

Akun @Dinull1 menceritakan pengalaman yang sama di media sosialnya setelah membaca artikel “Tiga anak saya diperkosa”. Ia menyebut bahwa dirinya pernah melaporkan kekerasan kepada polisi namun tidak ditanggapi, malah mendapatkan ketidakadilan seperti mengganggu privasi dengan pertanyaan-pertanyaan interogasi yang kadang tidak mengarah kepada konteks yang dipermasalahkan. Hal inilah yang membuat masyarakat jarang melaporkan tindakan kekerasan seksual kepada pihak kepolisian karena adanya ketakutan yang ujung-ujungnya disalahkan bukan pelaku melainkan korban itu sendiri (*victim blaming*).

Di sisi lain *hashtag* #PercumaLaporPolisi membantu masyarakat untuk berani menceritakan pengalamannya di media sosial. Sehingga, setiap kali ada kasus yang menyorot kinerja kepolisian, hashtag #PercumaLaporPolisi akan terus

naik dan populer di *timeline* media sosial. Apabila kasus tersebut menjadi *trending topic* di media sosial dan menjadi perhatian publik, saat itulah pihak berwenang mengambil tindakan. Hal ini dapat dikatakan sebagai bentuk *cyberactivism* atau tindakan kolektif. Tindakan kolektif memiliki tujuan akan adanya perubahan sosial atau suatu kelompok individu yang secara bersama mengungkapkan perasaan tidak puasnya secara kolektif di depan umum dan mengubah basis sosial dan politik yang dirasa tidak memuaskan tersebut (Eyerman & Jamieson, 1991).

Banyaknya kasus yang melibatkan polisi memunculkan tagar-tagar baru seperti #PercumaAdaPolisi, #1Hari1Oknum dan ada juga tagar yang membela polisi yakni #PolisiSesuaiProsedur. Perang tagar di media sosial ini menjadi fenomena dan budaya digital yang mengakar di era *cyberactivism*. Menurut Pengamat Komunikasi dan Budaya Digital Universitas Indonesia Firman Kurniawan, kondisi perang tagar muncul karena adanya situasi yang belum final penjelasannya. Dengan kata lain, belum ada kejelasan tentang suatu persoalan yang menjadi perhatian publik. Di sisi lain, publik memiliki ruang untuk mengungkapkan pendapat atas fakta yang terjadi dan hal itu merupakan hal biasa. Firman berpandangan, realitas ini menciptakan sebuah keadaan yang disebut dengan *post truth*. Dia menjelaskan, *post truth* merupakan suatu keadaan ketika kebenaran bukan bergantung pada substansi yang sebenarnya, melainkan besarnya jaringan pendukung yang disusun oleh emosi rasa. Oleh karena itu, pihak yang terlibat dalam perang tagar akan mengerahkan kekuatannya untuk memperbanyak jumlah pendukung (Kompas, 2020).

Berdasarkan telaah wacana menggunakan analisis superstruktur, dapat disimpulkan bahwa pengunggah hashtag #PercumaLaporPolisi memiliki intensi memviralkan kasus-kasus sebagai peringatan kepada polisi untuk melakukan perbaikan. Unggahan yang semakin banyak mendapat respon dari warganet akan semakin populer sehingga mendorong aparat melakukan tindakan.

### **C. Sarkasme dan Satire Sebagai Gaya Komunikasi Netizen**

Berdasarkan hasil penelitian di atas ditemukan bahwa postingan yang dibuat oleh para netizen dengan *hashtag* #PercumaLaporPolisi menggambarkan topik-topik yang pada intinya hampir sama, di mana kebanyakan dari mereka memberikan pendapat negatif terhadap pihak kepolisian dengan gaya bahasa sarkasme dan satire. Majas ini memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap orang yang mendengar atau membacanya. Apalagi ditambah dengan #PercumaAdaPolisi yang menambah nilai kritikan pada *cyberactivism* tersebut.

Sesuatu yang disampaikan dengan gaya bahasa sarkasme memiliki tujuan untuk menghina, memaki, mengumpat bahkan mencaci orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan membagikannya ke dalam cuitan di twitter, seseorang dapat menyalurkan emosi mereka serta dapat menghilangkan rasa kesal yang terpendam. Contoh twit di bawah ini mencoba meluapkan emosinya melalui kata-kata sarkasme.



Penggunaan gaya bahasa sarkasme pada twit diatas termasuk penggunaan secara langsung dengan kata ‘introseksi’ dan ‘biadab’. Kata introseksi berasal dari kata introspeksi yang dipelintir penulis agar terdengar lebih kasar dan lucu. Introspeksi sendiri berarti proses pengamatan diri sendiri terhadap karakter, perilaku, dan emosi. Kata introspeksi sendiri diucapkan ketika seseorang melakukan kesalahan dan perlu diperbaiki. Sedangkan kata ‘biadab’ yang



ditujukan kepada kelakuan polisi merupakan gaya bahasa kasar yang sengaja dilontarkan pemilik akun @HeriSuwondo2. Kata ‘biadab’ sendiri artinya tidak beradab, atau melakukan perbuatan yang tercela, tidak terpuji. Selain itu pada tweet kedua ada kata ‘bedebah’ yang bermakna kasar.

Dalam tweet #PercumaLaporPolisi juga mengandung gaya bahasa satire. Menurut Keraf (2010), satire adalah ungkapan yang menertawakan atau menolak sesuatu. Tujuan utamanya adalah agar diadakan perbaikan baik etis maupun estetis. Seperti dalam tweet dari @RA123167 menggunakan gaya bahasa satire. Kalimat “*Job desk polisi itu apa aja sih? Dan kalau di kantor ngapain aja?*” secara tidak langsung bernada kritikan bahwa polisi tidak menjalankan tugasnya dengan baik.



Tweet di atas juga menunjukkan sindiran kepada polisi yang dinilai lebih baik dari Satpam BCA. Satpam BCA sempat viral karena dinilai berikan layanan



terbaik kepada nasabah perusahaan. Twit di atas yang disertai gambar seorang satpam yang menggendong pria tua menunjukkan adanya rasa tanggung jawab dari pekerjaan dan profesi yang dilakoninya. Meski dalam konteks isu yang diangkat berbeda, namun #PercumaLaporPolisi tetap digunakan karena berkaitan dengan polisi. Kebebasan berpendapat netizen di Twitter ini merupakan salah satu karakteristik media sosial. Di mana masyarakat pengguna media sosial bisa dengan mudah mengunggah informasi apa saja sesuai dengan apa yang diinginkannya.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis struktur makro (tematik) terhadap twit hashtag #PercumaLaporPolisi wacana yang ingin disampaikan oleh si pengirim atau pengunggah konten adalah kritikan terhadap kinerja kepolisian di Indonesia. Namun apabila ditelaah lebih jauh menggunakan analisis makro ditemukan bahwa narasi yang dibangun menunjukkan adanya penegasan citra negatif polisi. Analisis superstruktur menghasilkan pola skema yang mengikuti perkembangan isu kasus ini setiap harinya. Topik akan semakin populer apabila semakin banyak yang menggunakan *hashtag* terkait dan diviralkan juga oleh media massa baik media cetak maupun online. Sebaliknya, sebuah isu atau peristiwa lambat laun akan berhenti dengan sendirinya jika tidak lagi ada yang menyinggung atau mengendalikan isu tersebut. Melalui analisis superstruktur ini pula dapat diketahui bahwa pengunggah *hashtag* #PercumaLaporPolisi memiliki intensi memviralkan kasus-kasus sebagai peringatan kepada polisi untuk melakukan perbaikan. Unggahan yang semakin banyak mendapat respon dari warganet akan semakin populer sehingga mendorong aparat melakukan tindakan. Sedangkan analisis struktur mikro menggambarkan topik-topik yang pada intinya hampir sama, di mana kebanyakan dari mereka memberikan pendapat negatif terhadap pihak kepolisian dengan gaya bahasa sarkasme dan satire.

Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa media sosial Twitter merupakan salah satu platform yang sangat cepat dalam menggulirkan wacana yang sedang berkembang di tengah masyarakat. Sesuai dengan karakteristik media sosial yaitu keterbukaan, sehingga sangat tepat dalam melakukan tindakan kolektif atau *cyberactivism*.

### Daftar Pustaka

- Agustina, T. (2018). *Analisis Wacana Gerakan Sosial dalam Menentukan Opini Publik di Twitter (Studi pada Hashtag #BIJAKBERSOSMED periode 1 sampai 5 Oktober 2017)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN FATAH PALEMBANG).
- Ambarini, & Umayana, N., M. (2018). *Semiotika Teori dan Aplikasi Pada Karya Sastra*. Semarang: IKIP PGRI Semarang.
- Barthes, R. (2012). *Elemen- elemen Semiologi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cahyadi, F. (2011). Belajar dari Gerakan Sosial Digital di Indonesia (Studi Kasus: Prita Mulyosari). *Indepth Report*. Knowledge Management Yayasan Satu Dunia.
- Craig, R. T. (1999). *Communication Theory as a Field*. Retrieved from: <https://people.unica.it/ernestinagiudici/files/2014/03/CRAIG-COMMUNICATION-THEORY-AS-A-FIELD.pdf>.
- Van Dijk, T. A. (1985). *Discourse and communication*. Berlin: W. de Gruyter.
- Dewantara, R., W., & Widhyharto, D., S. (2015). Aktivisme dan Kesukarelawanan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 19(1). Retrieved from: <https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/10855/pdf>.
- Eriyanto. (2001). *Analisis wacana: pengantar analisis teks media*. LKiS Yogyakarta.

- Fiske, J. (1990). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Terjemahan oleh Yosol Iriantara & Idi Subandi Ibrahim. (2004). Yogyakarta; Bandung: Jalasutra.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory*, 10th ed. USA: McGraw Hill Education.
- Hapsari, D., R. (2014). *Peran Media Baru dalam Perkembangan Gerakan Sosial*. Retrieved from: <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/81802>.
- Jati, W., R. (2016). Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 20(2). Retrieved from: <https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/24795/16030>.
- Juditha, C. (2018). Fenomena Trending Topic di Twitter: Analisis Wacana Twit# SaveHajiLulung. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 16(2), 138-154.
- Jungherr, A. (2009). *The DigiActive guide to Twitter for activism*. Retrieved September, 28, 2011.
- Khamis, S., & Vaughn, K. (2011). *Cyberactivism in Egyptian Revolution: How Civic Engagement and Citizen Journalism Tilted the Balance*. Issue 14 of Arab media and Society.
- Kompas. (2020). *Ini 10 Tagar Terpopuler di Twitter Indonesia Selama 2020*. [Online] <https://tekno.kompas.com/read/2020/12/09/19050037/ini-10-tagar-terpopuler-di-twitter-indonesia-selama-2020?page=all> diakses 11 Oktober 2021.
- Kompas. (2020). "Marak Perang Tagar di Media Sosial, Efektifkah Pengaruhi Persepsi Publik?", Retrieved from: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/12/190500865/marak-perang-tagar-di-media-sosial-efektifkah-pengaruhi-persepsi-publik-?page=all>. diakses 15 Oktober 2021
- Kompas. (2021). Sejarah Twitter, Jejaring Sosial yang Terinspirasi dari SMS. [Online] <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/14/20420077/sejarah-twitter-jejaring-sosial-yang-terinspirasi-dari-sms?page=all> diakses 12 oktober 2021.
- Lim, M. (2013). Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(4). Routledge: Taylor & Francis Group.

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2017). *Theories of Human Communication, 8th ed.* USA: Waveland Press, Inc.
- Mayfield, A. (2008). What is Social Media? UK: iCrossing. <http://www.icrossing.co.uk>.
- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi* 25(1). Retrieved from: <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>.
- Nasrullah, R. (2012). Media Baru dan Potensi Terorisme Virtual. *Empati: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 1(1). DOI: [10.15408/empati.v1i1.9768](https://doi.org/10.15408/empati.v1i1.9768).
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Noviana, R. (2013). *Fenomena Celebritism di Twitter (Analisis Semiotika Trending Topic)*. Universitas Hasanuddin.
- Reportal. (2021). Digital 2021 Indonesia. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> tanggal akses 7 Desember 2021
- Rumata, V. M. (2017). Analisis Isi Kualitatif Twitter “# TaxAmnesty” DAN “# AmnestiPajak”. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 18(1).
- Sadasri, L., M. (2019). Kaum Muda dan Aktivisme Politik Daring di Indonesia. Retrieved from: <https://proceeding.umn.ac.id/index.php/COMNEWS/article/view/1083>
- Sandoval-Almazan, R., & Gil-Garcia, J., R. (2014). *Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of Social Media and Other Information Technologies for Political Activism and Social Movements*. *Government Information Quarterly* 31. Elsevier.
- Sarompka, P. (1993). *The Sociology of Social Change*. Oxford, Cambridge: Blackwell.
- Straubhaar, J., L., R., & Davenport, J. (2011). *Media New Understanding Media, Culture and Technology*. 5th Ed. Update. Thomson.

- Small, T. A. (2011). What the hashtag? A content analysis of Canadian politics on Twitter. *Information, communication & society*, 14(6), 872-895.
- Strinati, D. (2007). *Budaya Populer: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Penerbit Jejak.
- Tamburian, H. D. (2015). Interpretasi Tagar# Savehajibulung Di Kalangan Netizen Pengguna Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 81-97.
- Tirto. (2017). Buruk Polri di Mata Masyarakat. [Online] Retrieved from <https://tirto.id/buruk-polri-di-mata-masyarakat-cmwM> diakses 15 Desember 2021.
- Triputra, P., & Napitupulu, F. (2020). Hashtag Construction as Product of Symbolic Convergence: Berger and Luckmann's Approach. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 1-14.
- Van Aelst, P., & Walgrave, S. (2002). *New Media, New Movement? The Role of The Internet in Shaping The "Anti Globalization" Movement*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Wikipedia. (2021). Perkembangan Twitter [Online] <https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter> diakses 12 oktober 2021.