

DARI HASHTAG KE AKSI NYATA: TRANSFORMASI GERAKAN SOSIAL DI ERA DIGITAL

**Aqila Nur Faiza¹, Annisa Oktavia Ernawati², Rania Talitha Yumna³, Kanaya Aulia
Gunadi⁴, Delila Putri Sadayi⁵**

[¹aqiilanfaiza@gmail.com](mailto:aqiilanfaiza@gmail.com), [²annisaoktaviae@gmail.com](mailto:annisaoktaviae@gmail.com), [³ranialitha0@gmail.com](mailto:ranialitha0@gmail.com),
[⁴kanayagunadi@gmail.com](mailto:kanayagunadi@gmail.com), [⁵delila.putri@untirta.ac.id](mailto:delila.putri@untirta.ac.id)

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena transformasi gerakan sosial dari ruang fisik konvensional menuju ruang digital yang difasilitasi oleh platform media sosial seperti Twitter dan Instagram. Dengan menggunakan metode studi literatur (*library research*), penelitian ini menganalisis bagaimana teknologi digital mengubah pola partisipasi, mobilisasi massa, dan pembentukan identitas kolektif. Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial memperkuat kapasitas mobilisasi melalui aktivisme tagar (*hashtag activism*) yang mampu menjangkau audiens luas melampaui batas geografis. Namun, terdapat ketegangan antara visibilitas digital dan efektivitas perubahan sosial yang nyata. Fenomena viralitas sering kali menjebak gerakan dalam *attention economy*, di mana keberhasilan diukur dari popularitas digital daripada dampak substantif. Selain itu, munculnya praktik *slacktivism* partisipasi dangkal tanpa tindakan nyata di dunia luar jaringan menjadi tantangan bagi keberlanjutan gerakan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun era digital memperluas partisipasi individu melalui *agency* yang lebih besar, hal tersebut juga berpotensi melemahkan kedalaman dan koordinasi kolektif gerakan sosial kontemporer.

Kata Kunci: Gerakan Sosial, Media Sosial, Aktivisme Digital, *Slacktivism*, New Social Movement.

ABSTRACT

This study examines the phenomenon of social movement transformation from conventional physical spaces to digital spaces facilitated by social media platforms such as Twitter and Instagram. Employing a literature study method (library research), this research analyzes how digital technology alters participation patterns, mass mobilization, and the formation of collective identity. The findings indicate that social media strengthens mobilization capacity through hashtag activism, which can reach broad audiences beyond geographical boundaries. However, there is a tension between digital visibility and the effectiveness of substantive social change. The phenomenon of virality often traps movements within an attention economy, where success is measured by digital popularity rather than substantive impact. Furthermore, the emergence of slacktivism shallow participation without offline action poses a challenge to the sustainability of movements. This study concludes that while the digital era expands individual participation through greater agency, it also potentially weakens the depth and collective coordination of contemporary social movements.

Keywords: Social Movement, Social Media, Digital Activism, *Slacktivism*, New Social Movement.

PENDAHULUAN

Gerakan sosial merupakan fenomena kolektif yang tidak terlepas dari dinamika ketimpangan, konflik, dan relasi kekuasaan dalam masyarakat. Dalam perspektif Charles Tilly, gerakan sosial dipahami sebagai rangkaian aksi perlawanan yang dilakukan secara berkelanjutan oleh kelompok yang merasa dirugikan terhadap pihak yang memiliki kekuasaan. Aksi tersebut dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk protes publik, baik yang berada dalam jalur formal maupun di luar mekanisme politik yang telah diatur, sebagai upaya menunjukkan solidaritas, komitmen, serta kekuatan kolektif suatu kelompok.

Tilly menekankan bahwa gerakan sosial memiliki karakter utama berupa tindakan yang terorganisir, berlangsung secara terus-menerus, serta didasarkan pada identitas kolektif yang sama di antara para aktornya. Gerakan sosial tidak hanya dipahami sebagai aksi

spontan, tetapi sebagai proses dinamis yang terbentuk dari interaksi berkelanjutan antara kelompok masyarakat dengan otoritas yang mereka tantang. Dalam hal ini, gerakan sosial merupakan “rangkaiian interaksi berkelanjutan” antara pihak yang menuntut perubahan dengan pemegang kekuasaan, yang didasarkan pada kepentingan dan tuntutan tertentu.

Pasca reformasi 1998, dinamika gerakan sosial di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup signifikan, terutama dengan hadirnya teknologi digital dan media sosial. Jika sebelumnya gerakan sosial lebih banyak berlangsung di ruang-ruang fisik seperti jalanan, kampus, dan ruang publik lainnya, kini terjadi pergeseran menuju ruang digital yang difasilitasi oleh platform seperti Twitter dan Instagram. Kedua platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang produksi wacana, mobilisasi massa, serta pembentukan identitas kolektif dalam gerakan sosial kontemporer (Anshori&Nadiyyah, 2023).

Perkembangan ini menunjukkan bahwa teknologi digital telah mengubah cara individu dan kelompok dalam berpartisipasi dalam isu-isu sosial. Media sosial memberikan kemudahan bagi individu untuk menyampaikan opini, menyebarkan informasi, serta membangun jaringan solidaritas secara lebih cepat dan luas (Aslam, 2023). Gerakan sosial mahasiswa mengalami transformasi yang cukup mendasar. Aksi kolektif yang sebelumnya bergantung pada kehadiran fisik kini dapat dilakukan melalui berbagai bentuk aktivitas digital, seperti kampanye daring, petisi online, hingga penggunaan tagar (hashtag activism) yang mampu menjangkau audiens dalam skala besar. Dengan demikian, media sosial berperan penting dalam memperkuat kapasitas mobilisasi serta memperluas jangkauan gerakan sosial melampaui batas geografis.

Namun demikian, kemunculan media sosial juga memunculkan perdebatan mengenai efektivitas gerakan sosial digital. Di satu sisi, fenomena viral memungkinkan suatu isu dengan cepat mendapatkan perhatian publik, menciptakan tekanan sosial, serta mendorong respons dari pihak yang berwenang. Viralitas ini sering kali menjadi indikator keberhasilan awal suatu gerakan dalam menarik perhatian khalayak luas. Akan tetapi, di sisi lain muncul kritik mengenai praktik slacktivism, yaitu bentuk partisipasi yang cenderung dangkal, seperti sekadar menyukai, membagikan, atau mengomentari konten tanpa diikuti tindakan nyata di dunia offline. Kondisi ini menimbulkan keraguan terhadap sejauh mana gerakan sosial digital mampu menghasilkan perubahan sosial yang substantif.

Dominasi logika viralitas dalam media sosial juga berpotensi menggeser orientasi gerakan sosial. Isu yang mudah viral cenderung lebih mendapatkan perhatian dibandingkan isu yang kompleks namun penting. Akibatnya, gerakan sosial berisiko terjebak dalam apa yang disebut sebagai attention economy, di mana keberhasilan diukur dari tingkat popularitas dan keterlibatan digital, bukan dari dampak nyata yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan adanya ketegangan antara visibilitas digital dan efektivitas perubahan sosial.

Selain itu, penting untuk melihat bagaimana agency individu berperan dalam gerakan sosial digital. Media sosial membuka peluang bagi setiap individu untuk menjadi aktor dalam menyuarakan isu, tanpa harus terikat pada struktur organisasi formal. Individu dapat dengan mudah memproduksi dan menyebarkan narasi, membangun jaringan, serta menginisiasi gerakan secara mandiri. Namun, agency ini tidak sepenuhnya otonom, karena sangat dipengaruhi oleh algoritma platform, tren viral, serta dinamika opini publik yang cepat berubah. Dalam banyak kasus, keberhasilan suatu gerakan lebih ditentukan oleh kemampuannya menarik perhatian publik daripada kedalaman substansi isu yang diangkat.

Transformasi gerakan sosial ke ruang digital menghadirkan dua sisi yang saling bertentangan, di satu sisi memperkuat mobilisasi dan partisipasi, namun di sisi lain berpotensi melemahkan kedalaman dan keberlanjutan gerakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada kajian teoritis dan konseptual terkait transformasi gerakan sosial di era digital, tanpa melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung. Melalui metode ini, peneliti berupaya memahami fenomena perubahan gerakan sosial dari perspektif akademik berdasarkan berbagai sumber ilmiah yang relevan.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data sekunder, yaitu berupa jurnal ilmiah, buku, serta publikasi akademik lain yang berkaitan dengan topik gerakan sosial, media digital, dan aktivisme online. Kajian ini mengacu pada berbagai teori penting, seperti konsep gerakan sosial dari Charles Tilly dan Sidney Tarrow, pendekatan New Social Movement (NSM) yang dikembangkan oleh Alain Touraine dan Alberto Melucci, serta konsep agency dalam perspektif Anthony Giddens yang menjelaskan hubungan timbal balik antara individu dan struktur sosial. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan kajian mengenai aktivisme digital dan fenomena slacktivism dalam media sosial.

Sebagai sumber utama, penelitian ini menggunakan jurnal berjudul “Peran Ruang Digital sebagai Transformasi Gerakan Aksi Sosial Mahasiswa melalui Platform Sosial Media” karya Isa Anshori dan Fatikha Aulia Alinta Nadiyya (2023). Jurnal tersebut menjadi landasan dalam memahami pergeseran gerakan sosial dari ruang fisik menuju ruang digital, khususnya dalam konteks mahasiswa di Indonesia

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu dengan cara menelusuri, membaca, dan mencatat berbagai informasi penting dari sumber-sumber literatur yang telah dipilih. Data yang dikumpulkan meliputi gagasan teoritis, hasil penelitian terdahulu, serta argumen akademik yang relevan dengan fokus penelitian.

Selanjutnya, teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif-kualitatif. Proses analisis dilakukan dengan cara mengorganisasi data, mengelompokkan konsep-konsep utama, serta membandingkan berbagai pandangan yang ada dalam literatur. Dari proses tersebut, peneliti kemudian melakukan interpretasi untuk menjelaskan bagaimana transformasi gerakan sosial di era digital mempengaruhi pola partisipasi, pembentukan identitas kolektif, serta efektivitas gerakan dalam mendorong perubahan sosial.

Dengan menggunakan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai dinamika gerakan sosial kontemporer, khususnya dalam konteks perkembangan media sosial sebagai ruang baru dalam praktik aktivisme.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Gerakan Sosial dari Ruang Fisik ke Ruang Digital

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat melakukan gerakan sosial. Jika sebelumnya gerakan sosial identik dengan demonstrasi, mimbar bebas, rapat konsolidasi kampus, atau aksi turun ke jalan, saat ini pola tersebut mulai bergeser ke ruang digital. Kehadiran internet dan media sosial seperti Twitter (X), Instagram, TikTok, serta WhatsApp membuka ruang baru bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, menyebarkan informasi, dan membangun dukungan terhadap isu tertentu. Perubahan ini menunjukkan bahwa perjuangan sosial tidak lagi terbatas pada ruang fisik, tetapi juga berkembang melalui interaksi digital yang lebih cepat dan luas.

Menurut Charles Tilly, gerakan sosial merupakan bentuk aksi kolektif yang dilakukan secara terorganisir oleh kelompok masyarakat untuk menyampaikan tuntutan atau

melakukan perlawanan terhadap suatu kekuasaan. Dalam pandangan ini, gerakan sosial bukan hanya tindakan spontan, tetapi melibatkan koordinasi, solidaritas, serta tujuan bersama. Seiring berkembangnya teknologi, bentuk organisasi dalam gerakan sosial juga ikut berubah. Jika sebelumnya koordinasi dilakukan melalui pertemuan langsung atau forum diskusi, kini media digital menjadi sarana utama dalam menghubungkan partisipan dan membangun aksi kolektif.

Salah satu perubahan paling terlihat adalah pada bentuk mobilisasi massa. Pada masa sebelumnya, mobilisasi biasanya dilakukan melalui selebaran, pengumuman kampus, rapat organisasi, atau ajakan turun ke jalan. Namun saat ini, mobilisasi bisa berlangsung melalui media sosial dengan memanfaatkan fitur seperti hashtag, repost, thread, hingga kampanye digital. Penyebaran informasi menjadi jauh lebih cepat dan mampu menjangkau masyarakat dalam skala yang lebih luas. Menurut Anshori dan Nadiyyah (2023), media sosial memperkuat kapasitas gerakan sosial karena mampu mempercepat penyebaran isu, memperluas partisipasi publik, dan membangun solidaritas lintas wilayah. Artinya, mobilisasi sosial tidak lagi bersifat terbatas dan terpusat, tetapi lebih fleksibel dan berbasis jaringan digital.

Perubahan juga terlihat pada ruang perjuangan sosial. Jika sebelumnya jalanan, kampus, atau ruang publik menjadi tempat utama untuk menyampaikan kritik dan tuntutan, kini ruang digital memiliki fungsi yang sama. Platform seperti Twitter dan Instagram sering digunakan untuk menyuarakan penolakan terhadap kebijakan, membahas persoalan sosial, atau membangun tekanan publik terhadap pemerintah maupun institusi tertentu. Dalam konteks ini, media sosial dapat dipahami sebagai ruang publik baru yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi dalam diskursus sosial dan politik tanpa dibatasi wilayah geografis. Selain itu, internet memiliki peran penting dalam mempercepat penyebaran isu sosial. Informasi yang sebelumnya membutuhkan waktu cukup lama untuk menyebar, kini dapat menjangkau publik hanya dalam hitungan menit. Konten seperti video, poster digital, infografik, maupun thread dapat membangun perhatian publik terhadap suatu persoalan sosial. Menurut Arianto (2021), perkembangan aktivisme digital di Indonesia menunjukkan bahwa internet memperluas akses masyarakat terhadap informasi, meningkatkan visibilitas isu, dan mendorong keterlibatan publik dalam gerakan sosial. Dengan begitu, masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga ikut berperan dalam menyebarkan dan membangun narasi sosial.

Transformasi dari ruang fisik ke ruang digital juga memengaruhi karakter gerakan sosial itu sendiri. Gerakan yang sebelumnya banyak bergantung pada organisasi formal kini menjadi lebih terbuka, cair, dan terdesentralisasi. Individu dapat terlibat secara langsung tanpa harus menjadi bagian dari lembaga atau kelompok tertentu. Hal ini memperlihatkan bahwa gerakan sosial kontemporer lebih menekankan jaringan komunikasi horizontal dan partisipasi berbasis isu. Meski demikian, keberhasilan gerakan sosial digital tetap bergantung pada bagaimana mobilisasi online mampu terhubung dengan aksi nyata di dunia offline.

Transformasi gerakan sosial dari ruang fisik ke ruang digital menunjukkan perubahan besar dalam pola aksi kolektif masyarakat. Kehadiran media sosial dan internet tidak hanya mengubah bentuk mobilisasi massa, tetapi juga memperluas ruang perjuangan sosial serta mempercepat penyebaran isu. Dalam kerangka teori Charles Tilly, perubahan ini menegaskan bahwa esensi gerakan sosial sebagai aksi kolektif yang terorganisir tetap ada, meskipun strategi, ruang, dan medianya berkembang mengikuti perubahan zaman.

Peran Media Sosial dalam Mobilisasi dan Pembentukan Identitas Kolektif

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam pola gerakan sosial kontemporer. Jika sebelumnya mobilisasi massa banyak dilakukan melalui ruang fisik

seperti demonstrasi, forum diskusi, maupun organisasi formal, saat ini media sosial menjadi ruang baru yang mempercepat proses komunikasi, koordinasi, dan penyebaran isu sosial. Platform seperti Twitter (X), Instagram, TikTok, dan WhatsApp memungkinkan individu maupun kelompok menyampaikan aspirasi secara cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas. Menurut Anshori dan Nadiyyah (2023), ruang digital telah bertransformasi menjadi medium penting dalam gerakan sosial karena mampu memperluas partisipasi publik serta menciptakan pola mobilisasi yang lebih fleksibel dan tidak terbatas secara geografis.

Dalam perspektif New Social Movement (NSM), Alain Touraine menjelaskan bahwa gerakan sosial modern tidak hanya berorientasi pada konflik ekonomi atau perebutan kekuasaan politik, tetapi juga pada perjuangan identitas, nilai, dan produksi makna sosial. Dalam konteks digital, media sosial menjadi arena bagi masyarakat untuk membangun narasi tandingan terhadap dominasi negara, media arus utama, atau kelompok elit tertentu. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas sosial yang lebih cair dan partisipatif.

Salah satu bentuk nyata mobilisasi digital adalah hashtag activism. Penggunaan tagar seperti #ReformasiDikorupsi, #TolakOmnibusLaw, dan #SaveKPK menunjukkan bahwa simbol digital dapat menjadi alat konsolidasi gerakan sosial. Tagar berfungsi tidak hanya untuk mengelompokkan informasi, tetapi juga memperkuat keterhubungan emosional antarpartisipan yang memiliki kepentingan yang sama. Dalam teori Alberto Melucci, identitas kolektif terbentuk melalui proses komunikasi, interaksi, serta pertukaran simbol secara berkelanjutan. Dalam media sosial, hashtag menjadi simbol yang memperkuat rasa kebersamaan dan membentuk kesadaran bahwa individu berada dalam satu perjuangan kolektif. Hal ini diperkuat oleh penelitian Arianto (2021) yang menjelaskan bahwa aktivisme digital di Indonesia memperlihatkan bagaimana media sosial mampu meningkatkan visibilitas isu sosial sekaligus memperluas jaringan partisipasi publik.

Selain hashtag, media sosial juga mempercepat penyebaran narasi gerakan sosial. Fitur seperti repost, retweet, share, thread, video singkat, hingga kampanye digital memudahkan distribusi informasi kepada masyarakat secara lebih luas. Narasi yang tersebar dapat berupa kritik kebijakan, ajakan solidaritas, pengalaman ketidakadilan, maupun bentuk advokasi sosial lainnya. Menurut Anshori dan Nadiyyah (2023), ruang digital memungkinkan gerakan sosial berkembang melalui produksi wacana yang dibangun oleh individu secara kolektif. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam gerakan sosial digital bersifat horizontal, karena setiap pengguna memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi produsen sekaligus penyebar informasi.

Media sosial juga berperan dalam pembentukan kesadaran kolektif (*collective consciousness*). Paparan informasi yang terus berulang melalui timeline, diskusi daring, infografik, dan video digital dapat membentuk pemahaman bersama mengenai persoalan sosial tertentu. Dalam teori Melucci, kesadaran kolektif menjadi elemen penting karena gerakan sosial baru lahir dari kesamaan identitas, nilai, dan interpretasi terhadap suatu masalah sosial. Ketika masyarakat melihat isu yang sama terus dibahas di ruang digital, muncul persepsi bahwa persoalan tersebut bukan lagi masalah individu, melainkan isu bersama yang perlu direspons secara kolektif.

Selain membentuk kesadaran, media sosial juga mendorong lahirnya solidaritas digital antarpartisipan. Solidaritas digital dapat terlihat dari bentuk dukungan seperti repost, komentar, petisi online, donasi digital, hingga keterlibatan dalam aksi nyata di ruang offline. Meskipun interaksi berlangsung secara virtual, rasa keterikatan sosial tetap terbentuk melalui kesamaan nilai dan tujuan. Penelitian Arianto (2021) menegaskan bahwa ekosistem aktivisme digital di Indonesia menunjukkan bahwa media sosial mampu memperluas ruang

partisipasi masyarakat sipil, terutama generasi muda, dalam memperkuat keterlibatan sosial dan politik.

Namun, peran media sosial dalam gerakan sosial juga menghadapi tantangan. Fenomena *slacktivism* menunjukkan bahwa partisipasi digital kadang hanya berhenti pada tindakan simbolik seperti *like*, *share*, atau penggunaan *hashtag* tanpa aksi nyata. Kondisi ini menimbulkan paradoks: media sosial memperluas jangkauan partisipasi, tetapi belum tentu memperdalam komitmen kolektif. Oleh karena itu, dalam kerangka *New Social Movement*, media sosial perlu dipahami tidak hanya sebagai alat mobilisasi, tetapi juga sebagai ruang negosiasi identitas, produksi makna, dan pembentukan solidaritas yang menentukan keberlanjutan suatu gerakan sosial.

Media sosial memiliki peran strategis dalam membangun mobilisasi sosial dan identitas kolektif masyarakat. Melalui *hashtag activism*, penyebaran narasi, pembentukan kesadaran kolektif, dan solidaritas digital, media sosial memperkuat karakter gerakan sosial kontemporer yang lebih cair, simbolik, partisipatif, dan berbasis jaringan. Transformasi ini menegaskan bahwa gerakan sosial modern tidak lagi hanya bertumpu pada aksi fisik, tetapi juga pada bagaimana identitas dan perjuangan kolektif diproduksi dalam ruang digital.

Agency Individu dalam Aktivisme Digital

Perkembangan media digital telah mengubah pola keterlibatan masyarakat dalam gerakan sosial. Jika sebelumnya partisipasi dalam aktivisme lebih banyak dilakukan melalui organisasi formal seperti komunitas, lembaga mahasiswa, atau kelompok advokasi, saat ini individu dapat terlibat langsung sebagai aktor gerakan tanpa harus berada dalam struktur organisasi tertentu. Media sosial memberikan ruang partisipasi yang lebih terbuka sehingga masyarakat dapat menyampaikan opini, membangun dukungan, serta terlibat dalam isu sosial secara mandiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivisme digital memperluas peluang individu untuk berpartisipasi dalam perubahan sosial melalui ruang virtual (Anshori & Nadiyah, 2023).

Dalam teori strukturasi, Anthony Giddens menjelaskan bahwa individu merupakan *agen* (*agency*) yang memiliki kemampuan untuk bertindak dan membentuk realitas sosial, tetapi tindakan tersebut selalu berada dalam relasi timbal balik dengan struktur seperti aturan, norma, teknologi, dan sistem sosial. Dalam konteks digital, media sosial dapat dipahami sebagai struktur yang menyediakan ruang bagi individu untuk bertindak, sekaligus memengaruhi pola komunikasi yang terjadi di dalamnya. Dengan demikian, hubungan antara *agen* dan struktur menjadi penting untuk memahami bagaimana aktivisme digital berkembang di era media baru.

Salah satu bentuk *agency* individu yang paling terlihat adalah kemampuan individu sebagai pembuat narasi sosial. Media sosial membuat seseorang tidak lagi hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga produsen wacana. Melalui unggahan, *thread*, video, opini, atau visual digital, individu dapat membangun narasi mengenai isu ketidakadilan, hak asasi manusia, lingkungan, maupun kebijakan publik. Narasi yang dibentuk oleh individu sering kali menjadi pemicu diskusi publik yang lebih luas. Studi tentang aktivisme digital menunjukkan bahwa media baru memperkuat kemampuan individu maupun komunitas dalam menyuarakan isu sosial dan membangun keterlibatan publik (Putri, 2022).

Selain itu, ruang digital juga memberikan kemudahan dalam membuat konten advokasi. Jika sebelumnya kampanye sosial membutuhkan akses media, jaringan organisasi, dan sumber daya besar, kini individu dapat memproduksi konten advokasi hanya melalui perangkat digital dan internet. Bentuk advokasi seperti poster digital, video singkat, *hashtag campaign*, dan *thread* membuat proses partisipasi menjadi lebih fleksibel. Hal ini memperlihatkan bahwa aktivisme digital menurunkan hambatan partisipasi dan membuka

ruang keterlibatan yang lebih luas bagi masyarakat, terutama generasi muda (Ramadhani & Arianto, 2022).

Namun, agency individu di ruang digital tidak sepenuhnya bebas. Salah satu faktor penting adalah pengaruh algoritma terhadap visibilitas gerakan. Konten yang muncul di beranda, menjadi trending, atau tersebar luas ditentukan oleh algoritma platform seperti Twitter, Instagram, atau TikTok. Akibatnya, visibilitas suatu gerakan tidak hanya dipengaruhi substansi isu, tetapi juga oleh bagaimana konten berinteraksi dengan sistem digital. Dalam studi mengenai ekosistem aktivisme digital di Indonesia, dijelaskan bahwa visibilitas dan popularitas sangat dipengaruhi oleh algoritme dan metrics platform, sehingga aktivisme digital perlu menyesuaikan strategi agar isu tetap terlihat tanpa kehilangan substansi gerakan (Rahmawan, Mahameruaji, & Janitra, 2020).

Hubungan antara agen dan struktur dalam ruang digital menunjukkan bahwa individu memang memiliki kapasitas untuk membangun narasi, memobilisasi dukungan, dan memengaruhi opini publik, tetapi tindakan tersebut tetap dipengaruhi oleh struktur digital seperti aturan platform, algoritma, tren, dan pola interaksi pengguna. Dalam kerangka teori strukturasi Giddens, struktur tidak hanya membatasi, tetapi juga menyediakan peluang bagi agen untuk bertindak. Media sosial, misalnya, memperluas jangkauan suara individu, tetapi sekaligus membentuk logika komunikasi berbasis engagement, viralitas, dan eksposur digital.

Secara keseluruhan, agency individu dalam aktivisme digital menunjukkan perubahan besar dalam gerakan sosial kontemporer. Individu kini dapat menjadi aktor gerakan melalui produksi narasi, pembuatan konten advokasi, serta partisipasi digital yang lebih terbuka. Namun, efektivitas agency tersebut tetap dipengaruhi oleh struktur digital yang membentuk pola visibilitas dan interaksi sosial. Dalam konteks ini, aktivisme digital memperlihatkan hubungan timbal balik antara agen dan struktur, sebagaimana dijelaskan dalam teori strukturasi Anthony Giddens.

Tantangan Gerakan Sosial Digital: Slacktivism dan Viralitas

Di balik pesatnya perkembangan gerakan sosial digital, terdapat berbagai tantangan yang menunjukkan bahwa ruang digital tidak selalu mampu menghasilkan perubahan sosial yang nyata. Salah satu kritik yang paling sering muncul adalah fenomena slacktivism, yaitu bentuk partisipasi masyarakat yang cenderung bersifat simbolik dan minim tindakan konkret. Dalam praktiknya, banyak pengguna media sosial merasa sudah ikut berkontribusi terhadap suatu isu hanya dengan memberikan tanda suka (like), membagikan unggahan (share), atau menuliskan komentar singkat. Aktivitas tersebut memang dapat meningkatkan penyebaran informasi, tetapi sering kali berhenti pada dukungan virtual tanpa diikuti keterlibatan langsung di dunia nyata.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial dapat menciptakan ilusi partisipasi politik dan sosial. Seseorang dapat terlihat aktif mendukung gerakan tertentu di ruang digital, namun tidak terlibat dalam aksi nyata seperti diskusi publik, advokasi kebijakan, penggalangan dana, maupun aksi lapangan. Akibatnya, gerakan sosial digital terkadang hanya menghasilkan euforia sesaat tanpa perubahan yang benar-benar terasa bagi masyarakat yang terdampak isu tersebut.

Selain slacktivism, tantangan lain dalam gerakan sosial digital adalah sifat viralitas yang cenderung cepat muncul dan cepat pula menghilang. Isu tertentu dapat menjadi perhatian publik dalam waktu singkat karena didorong oleh algoritma media sosial, tren, atau keterlibatan figur publik. Namun, perhatian tersebut sering kali tidak bertahan lama. Ketika muncul isu baru yang lebih menarik perhatian pengguna internet, fokus masyarakat pun berpindah dan gerakan sebelumnya perlahan dilupakan. Kondisi ini menyebabkan

banyak gerakan digital kesulitan mempertahankan konsistensi perjuangan dalam jangka panjang.

Media sosial juga bekerja dalam sistem attention economy, yaitu kondisi ketika perhatian publik menjadi komoditas utama. Platform digital dirancang untuk mempertahankan perhatian pengguna selama mungkin melalui konten yang menarik, emosional, dan mudah viral. Akibatnya, isu-isu sosial sering kali harus bersaing dengan hiburan, tren populer, hingga konten sensasional agar tetap relevan di ruang publik digital. Dalam situasi ini, gerakan sosial cenderung lebih mudah mendapatkan perhatian apabila dikemas secara dramatis atau emosional, bukan berdasarkan kedalaman substansi persoalan yang diperjuangkan.

Kondisi tersebut menimbulkan ketimpangan antara popularitas digital dan dampak nyata di lapangan. Sebuah gerakan bisa memperoleh jutaan tayangan, tagar trending, atau dukungan besar di media sosial, tetapi belum tentu mampu menghasilkan perubahan kebijakan ataupun perbaikan kondisi sosial secara konkret. Popularitas digital sering kali hanya mencerminkan tingginya perhatian publik dalam waktu tertentu, bukan ukuran keberhasilan gerakan dalam mencapai tujuan sosial dan politiknya. Dengan demikian, keberhasilan gerakan sosial digital tidak dapat diukur hanya dari tingkat viralitas atau jumlah interaksi di media sosial, melainkan juga dari kemampuan gerakan tersebut menciptakan perubahan yang berkelanjutan dan berdampak langsung bagi masyarakat.

Efektivitas Gerakan Sosial Digital terhadap Perubahan Sosial

Gerakan sosial digital pada dasarnya membawa perubahan besar dalam cara masyarakat menyuarakan aspirasi, membangun solidaritas, dan melakukan mobilisasi massa. Kehadiran media sosial memungkinkan informasi menyebar lebih cepat dan menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas dibandingkan gerakan konvensional. Dalam banyak kasus, ruang digital berhasil meningkatkan kesadaran publik terhadap berbagai isu sosial, politik, lingkungan, maupun kemanusiaan yang sebelumnya kurang mendapat perhatian.

Salah satu bentuk efektivitas gerakan sosial digital terlihat dari kemampuannya dalam mendorong mobilisasi masyarakat. Kampanye digital dapat mempermudah proses pengorganisasian aksi, pengumpulan dukungan, hingga pembentukan opini publik. Melalui media sosial, masyarakat dapat terhubung secara cepat tanpa batas wilayah dan waktu. Hal ini membuat gerakan digital memiliki kekuatan besar dalam membangun solidaritas kolektif dan memperluas partisipasi publik, terutama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan platform digital.

Namun demikian, efektivitas gerakan sosial digital tetap perlu dikaji secara kritis. Tidak semua mobilisasi di ruang digital berhasil menghasilkan tindakan nyata di dunia offline. Banyak kampanye yang hanya berhenti pada penyebaran informasi dan peningkatan kesadaran publik tanpa diikuti langkah konkret untuk mendorong perubahan sosial. Dalam beberapa situasi, tingginya partisipasi digital tidak sejalan dengan keterlibatan masyarakat dalam aksi langsung, advokasi kebijakan, maupun pengawasan terhadap pemerintah.

Di sisi lain, tekanan publik yang muncul melalui media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap pengambilan kebijakan. Ketika suatu isu mendapatkan perhatian besar dari masyarakat digital, pemerintah maupun institusi terkait sering kali terdorong untuk memberikan respons karena adanya tekanan opini publik. Media sosial dapat menjadi alat kontrol sosial yang memperkuat posisi masyarakat dalam mengawasi kebijakan dan tindakan penguasa. Bahkan, beberapa gerakan digital berhasil mendorong evaluasi kebijakan, membuka ruang diskusi publik, hingga memunculkan tindakan hukum terhadap kasus tertentu.

Meskipun demikian, keberlanjutan gerakan sosial digital masih menjadi tantangan utama. Banyak gerakan mengalami penurunan dukungan setelah perhatian publik beralih ke isu lain. Hal ini menunjukkan bahwa gerakan digital sangat bergantung pada dinamika perhatian masyarakat di media sosial. Tanpa strategi organisasi yang kuat dan keterhubungan dengan aksi nyata di lapangan, gerakan sosial digital rentan kehilangan momentum dan gagal mencapai tujuan jangka panjangnya.

Oleh karena itu, efektivitas gerakan sosial digital tidak hanya ditentukan oleh seberapa besar isu tersebut viral di media sosial, tetapi juga oleh kemampuan gerakan dalam mengubah kesadaran publik menjadi tindakan kolektif yang nyata dan berkelanjutan. Gerakan digital akan lebih efektif apabila mampu menghubungkan ruang online dengan aksi sosial di dunia nyata, membangun konsistensi gerakan, serta menciptakan tekanan politik yang dapat mendorong perubahan sosial secara substantif.

KESIMPULAN

Transformasi gerakan sosial di era digital menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah cara masyarakat berpartisipasi, berkomunikasi, dan melakukan mobilisasi dalam memperjuangkan isu-isu sosial. Kehadiran platform digital seperti Twitter (X), Instagram, dan TikTok memungkinkan gerakan sosial berkembang lebih cepat, menjangkau audiens yang lebih luas, serta membangun solidaritas tanpa batas geografis. Dalam perspektif New Social Movement, gerakan sosial kontemporer tidak lagi hanya berfokus pada tuntutan politik dan ekonomi, tetapi juga pada pembentukan identitas kolektif, nilai, serta produksi makna melalui ruang digital.

Selain itu, media sosial memperkuat peran agency individu karena setiap orang memiliki kesempatan untuk menjadi aktor dalam menyuarakan isu, membangun narasi, dan memobilisasi dukungan publik. Namun, kebebasan tersebut tetap dipengaruhi oleh struktur digital seperti algoritma, tren, dan logika viralitas yang menentukan tingkat visibilitas suatu gerakan. Akibatnya, keberhasilan gerakan sering kali tidak hanya ditentukan oleh substansi isu, tetapi juga oleh kemampuannya menarik perhatian publik.

Di sisi lain, gerakan sosial digital menghadapi berbagai tantangan, terutama fenomena slacktivism dan dominasi attention economy. Partisipasi yang hanya sebatas aktivitas simbolik di media sosial sering kali tidak diikuti tindakan nyata sehingga berpotensi melemahkan efektivitas gerakan. Selain itu, viralitas yang bersifat sementara membuat banyak isu cepat mendapatkan perhatian, tetapi juga cepat dilupakan ketika muncul isu baru yang lebih menarik.

Dengan demikian, efektivitas gerakan sosial digital tidak dapat diukur hanya dari tingginya interaksi atau popularitas di media sosial, melainkan dari kemampuannya mengubah kesadaran publik menjadi tindakan kolektif yang nyata dan berkelanjutan. Oleh karena itu, gerakan sosial di era digital akan lebih efektif apabila mampu mengintegrasikan mobilisasi online dengan aksi nyata di dunia offline sehingga dapat menghasilkan perubahan sosial yang lebih substantif dan berdampak jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, I., & Nadiyya, F. A. A. (2023). Peran ruang digital sebagai transformasi gerakan aksi sosial mahasiswa melalui platform sosial media. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(2), 343–362.
- Arianto, B. (2021). Aktivisme digital dan penguatan partisipasi masyarakat dalam ruang publik digital. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 120–135.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Irawan, A., dkk. (2021). Peran organisasi masyarakat sipil dalam penguatan gerakan sosial di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 25(1), 45–60.

- Melucci, A. (1989). *Nomads of the present: Social movements and individual needs in contemporary society*. Temple University Press.
- Putri, I. R. (2022). Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(2), 231–246.
- Putri, N. A. (2022). Aktivisme digital sebagai bentuk partisipasi politik generasi muda di era media baru. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(2), 187–200.
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Janitra, P. A. (2020). Strategi aktivisme digital di Indonesia: Aksesibilitas, visibilitas, popularitas dan ekosistem aktivisme. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 123–144.
- Ramadhani, A., & Arianto, I. D. (2022). Digital activism rancangan undang-undang tindak pidana kekerasan seksual (Analisis jaringan komunikasi terkait isu RUU TPKS di Twitter). *Jurnal PIKMA: Publikasi Media dan Cinema*, 5(1), 86–102.
- Sudirman, Rosmilawati, S., Toun, N. R., & Riyanti, N. (2024). Hashtags, resistance, and reform: The global rise of digital activism. *Sinergi International Journal of Communication Sciences*, 2(4), 237–248. <https://doi.org/10.61194/ijcs.v2i4.681>
- Tarrow, S. (2011). *Power in movement: Social movements and contentious politics* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Yusuf, M., & Hasanah, N. (2022). Media sosial dan pembentukan identitas kolektif dalam gerakan sosial digital. *Indonesian Journal of Civil Society Studies*, 4(2), 56–68.