

Strategi Komunikasi Gerakan Perlawanan Petani (Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @jogja_darurat_agraria)

Peasant's Movement Communication Strategies (Virtual Ethnography Study of Instagram Account @jogja_darurat_agraria)

Aprilyanti Pratiwi¹⁾, Sarwititi Sarwoprasodjo²⁾, Endriatmo Soetarto³⁾, Nurmala K. Pandjaitan⁴⁾

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila

¹Jl. Srengseng Sawah, Jakarta Selatan

^{2,3,4}Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Institut Pertanian Bogor

^{2,3,4}Jl. Kamper, Kampus IPB Dramaga Bogor-Indonesia

apriyantipratiwi@univpencasila.ac.id¹⁾, sarwititi@gmail.com²⁾, endriatmo@yahoo.com³⁾, nurmala_katrina@yahoo.co.id⁴⁾

Diterima: 7 April 2019 || Revisi: 24 Oktober 2019 || Disetujui: 25 Oktober 2019

Abstrak – Isu perampasan lahan dan turunannya, seperti kekerasan, diskriminasi dan kriminalisasi terhadap petani seringkali luput dari media *mainstream*. Untuk itu diperlukan suatu strategi agar masyarakat menjadi sadar akan adanya isu mengenai perampasan lahan ini. Sejauh ini, strategi yang dilakukan para aktivis, akademisi dan pihak terkait untuk membela kaum petani yang mendapat kekerasan, terdiskriminasi dan terkriminalisasi yaitu dengan cara-cara konvensional. Tujuan studi ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi gerakan perlawanan petani di media sosial. Metode yang digunakan pada studi ini adalah etnografi virtual dengan teknik observasi partisipatif secara *online* melalui dua tahapan, yaitu mempelajari dan melakukan perincian. Penulis melakukan observasi partisipatif secara *online* terhadap akun Instagram @jogja_darurat_agraria dengan mengidentifikasi elemen komunikator, komunikan, pesan, media, dan efek. Hasil studi menunjukkan bahwa akun Instagram @jogja_darurat_agraria telah melakukan strategi komunikasi dengan baik sehingga pesan ideologi mereka sampai pada komunikannya. Aktivisme *online* gerakan petani merupakan langkah awal untuk memobilisasi massa agar bergerak secara nyata.

Kata Kunci: etnografi virtual, gerakan petani, sosial media, strategi komunikasi

Abstract – *Issue of land grabbing and its relevation, such as violence, discrimination and criminalization of peasants, often escapes from the mainstream of the media. For this reason, a strategy is needed to make the people become aware of the issue of land grabbing. So far the strategy that has been done by activists, academics and related parties to defend the peasants who have been violence, discriminated and criminalized with conventionally. The purpose of this study is to analyze the communication strategies of peasant resistance movements on social media. The method used in this study is virtual ethnography with participatory online observation techniques through two stages; studying and carrying out details the object. The researcher doing online partisipatif observation to the Instagram accounts @jogja_darurat_agraria by identifying elements of: communicators, communicants, messages, media, and effects. The results showed that the account already has carried out a well strategy communication, so that their ideological message well deliver to the communicant. The online activism of the peasant movement is the first step to mobilize the people to move in real terms.*

Keywords: *communication strategy, peasant movement, social media, virtual ethnography*

PENDAHULUAN

Isu mengenai perampasan lahan dan turunannya, seperti kekerasan, diskriminasi dan kriminalisasi terhadap petani seringkali luput dari media *mainstream*. Padahal di negara kita, permasalahan lahan atau agraria merupakan permasalahan yang tak ada habisnya. Meskipun sudah bertahun-tahun diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari penulis, pemerintah, LSM, petani dan lain sebagainya, akan tetapi permasalahan agraria seperti tidak berkesudahan. Permasalahan agraria datang dan pergi silih berganti. Banyaknya energi, waktu dan biaya yang sudah tercurahkan belum sanggup menyumbangkan

perubahan penting dalam menyelesaikan permasalahan agraria di Indonesia (Sasongko, 2006).

Konsorsium Pembaruan Agraria (KPA) memiliki catatan bahwa jumlah konflik agraria di Indonesia selama tahun 2017 mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh KPA pada 2017 terjadi 659 konflik agraria di seluruh wilayah Indonesia. Jumlah tersebut mengalami peningkatan dua kali lipat dibandingkan tahun 2016 (KPA, 2019). Kondisi ini dapat dikatakan ironis di era pemerintahan Jokowi-JK yang menjadikan reforma agraria sebagai poin kelima dari sembilan prioritas pembangunan. Padahal jumlah konflik lahan di Indonesia sempat mengalami

penurunan yaitu pada tahun 2015 yang sempat menyentuh angka 253, separuh dari jumlah konflik di tahun sebelumnya yang mencapai 472.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa permasalahan lahan merupakan permasalahan yang vital di Indonesia. Hal ini telah membuat para aktivis yang berasal dari ornop (organisasi non pemerintahan), akademisi, dan kalangan lainnya yang respek dengan nasib petani tergerak untuk membela hak-hak petani yang dirampas. Diantaranya seperti kajian yang dilakukan oleh Sarwoprasodjo (2007) yang menemukan bahwa aktivis petani melakukan penumbuhan kesadaran yaitu dengan melakukan pelatihan untuk petani, mengadakan pertemuan diskusi publik serta beberapa aksi sosial. Tidak jauh berbeda dengan yang ditemukan oleh Wijanarko (2014) yang melakukan kajian terhadap Paguyuban Petani Al-Barakah yang terletak di Desa Ketapang Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang Jawa Tengah. Paguyuban petani ini melakukan pembangkitan kesadaran petani sebagai sebuah resistensi terhadap termarjinalkannya bilik-bilik komunikasi petani di tingkat lokal yang selama ini didominasi negara. Bentuk pembelaan yang dilakukan aktivis diantaranya melalui pengajian atau arisan, seminar dan festival.

Ramdloni (2005) menemukan bahwa aktivisme petani dilakukan dengan melakukan beberapa macam aksi, seperti aksi protes, aksi pendudukan dan aksi demonstrasi. Selain itu dilakukan pula pengajuan ke pengadilan. Beberapa aksi yang dilakukan tak jarang diikuti dengan aksi kekerasan.

Selain itu, muncul sejumlah artikel, buku serta bermacam pembahasan pada beberapa laman buku dan jurnal yang mana menjadi sumbangan yang sangat berharga bagi pengetahuan masyarakat mengenai aksi, perlawanan dan protes yang dilakukan petani Indonesia. Seperti yang dilakukan oleh Insist yang secara rutin melakukan kampanye mengenai isu gerakan petani melalui penerbitan sejumlah jurnal ilmiah dan buku. Ornop lainnya yang juga aktif menyuarakan pentingnya praktik gerakan sosial adalah Cindelar yang menerbitkan sejumlah buku mengenai kajian globalisasi (Suharko, 2006).

Berdasarkan pada beberapa contoh aktivisme petani yang telah dijabarkan di atas, dapat disimpulkan bahwa selama ini pembelaan terhadap hak-hak petani yang dilakukan oleh aktivis, akademisi dan kalangan lainnya tersebut berada pada ranah *offline* dan manual. Tapscott (2013) menjelaskan betapa susahnyanya menjalani aktivisme pada era yang masih manual. Hal

yang cukup sulit dilakukan adalah mengumpulkan massa pada waktu itu. Tapscott dkk harus membeli mesin cetak untuk membuat selebaran dan membuat poster untuk ditempel di ruang-ruang publik. Hal sulit lainnya yang mereka lakukan adalah harus memobilisasi massa dilakukan dengan cara unjuk rasa di jalanan. Mereka harus berupaya mempersuasi massa untuk peduli, ikut dalam aksi yang dirancang dan mengajak masyarakat lainnya. Kala itu sangat mengandalkan informasi melalui mulut ke mulut yang sangat lambat penyebarannya.

Di era teknologi informasi dan komunikasi saat ini, apa yang dialami oleh Tapscott tersebut bisa diatasi. Internet dan media sosial saat ini telah berhasil mengubah bentuk aktivitas secara total. Hadirnya teknologi komunikasi dan informasi yang menawarkan banyak kecanggihan dan kemudahan telah sanggup menuntut manusia pada standar hidup yang lebih tinggi (Ahmad, 2012).

Media sosial terbukti mampu mewakili sifat demokratis masyarakat melalui tindakan menekan pemerintah serta mengubah harapan dan keinginan masyarakat menjadi agenda politik (Galuh, 2016). Seperti yang terjadi pada Gerakan Payung (Ruhlig, 2015; Lee et.al, 2015; dan Lin, 2017) yang dimotori oleh Joshua Wong. Ketika pemerintah pusat menutup akses internet, Wong berupaya mengorganisir massa melalui aplikasi FireChat. Aplikasi tersebut merupakan aplikasi pengiriman pesan dengan bantuan Bluetooth. Tidak menunggu waktu yang lama, dalam waktu satu hari saja, 100.000 pendukung tambahan berpartisipasi dalam gerakan ini. Beberapa akademisi dan pengamat yang fokus dalam kajian media baru, khususnya sosial media menggambarkan bahwa Gerakan Payung ini sebagai gerakan yang paling dahsyat dalam gerakan sosial di Hongkong (Chan & Lee, 2014).

Kondisi yang kurang lebih sama juga terjadi di Mesir yang mana media sosial berperan dalam menggalakkan mobilisasi massa serta membangun sikap cepat tanggap dari masyarakat. Facebook dan Twitter sempat diblokir oleh pemerintahan Mesir, hal ini terjadi karena kedua sosial media inilah yang memiliki andil dalam menjatuhkan pemerintahan Mubarak (Shrinky, 2011 dan Lim, 2014). Di Indonesia sendiri, media sosial juga memiliki peran yang cukup besar dalam mengumpulkan massa agar bersama-sama menyampaikan aspirasi mereka untuk memenjarakan Ahok. Media sosial yang ikut andil dalam menyatukan ribuan muslim dari berbagai penjuru di Indonesia ini

adalah Facebook, Twitter dan WhatsApp (Prismamudti, 2018).

Menengok apa yang telah terjadi di Mesir serta Indonesia, khususnya gerakan 212 yang berhasil memobilisasi massa melalui media sosial untuk menyampaikan aspirasi masyarakat, apakah strategi yang sama dapat dilakukan untuk memperjuangkan hak-hak petani? Effendi (2007) menyatakan bahwa dibutuhkan strategi komunikasi yang baik agar tujuan komunikasi yang telah dirancang dapat diterima dengan baik pula oleh khalayak sasaran. Berdasarkan latar belakang tersebutlah penulisan ini dilakukan, yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi gerakan perlawanan petani di media sosial yang dilakukan oleh @jogja_darurat_agraria.

Makalah yang membahas mengenai akun @jogja_darurat_agraria sudah ada, yang dilakukan oleh Prastika (2017). Makalah yang berjudul Gerakan Sosial Baru di Dunia Siber. Etnografi *Online* Media Sosial dalam Akun Twitter dan Halaman Facebook Gerakan Yogya Darurat Agraria, fokus pada dua hal, yaitu menggali usaha yang dilakukan oleh akun resmi Yogya Darurat Agraria dalam memfasilitasi warga untuk menghadapi konflik agraria di DIY dan mengetahui respon pengikut sosial media yang mengakses akun sosial media Yogya Darurat Agraria. Tentunya terdapat beberapa perbedaan yang dimiliki penulisan ini yang dilakukan dengan penulisan terdahulu milik Prastika (2017). Pertama, sosial media Yogya Darurat Agraria yang dikaji pada penulisan Prastika (2017) adalah Facebook dan Twitter. Sedangkan sosial media Yogya Darurat Agraria yang dikaji pada penulisan ini adalah Instagram dengan akun @jogja_darurat_agraria. Kedua, perspektif yang digunakan pada penulisan Prastika (2017) adalah sosiologi. Sedangkan perspektif yang digunakan pada penulisan ini adalah komunikasi yang menekankan pada lima hal, yaitu komunikator, komunikan, pesan, media dan efek.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penulisan ini adalah etnografi virtual. Hine (2000) menjelaskan bahwa metode ini dipergunakan untuk melakukan penyidikan terhadap masyarakat yang menggunakan internet. Ia menambahkan melalui metode antropologi sosial budaya yang tepat dapat membantu memberikan pemahaman secara teoritis dan menetapkan lancarnya hubungan di dunia *online*. Kozinets (2013)

menjelaskan bahwa metode ini merupakan suatu metode yang digunakan untuk menjabarkan interaksi sosial jenis baru pada manusia, yaitu interaksi manusia yang terjadi pada ruang digital. Etnografi virtual mempelajari bagaimana manusia memaknai dunia sosial yang ia miliki seiring perkembangan teknologi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penulisan ini sesuai dengan metode etnografi virtual. Kozinets (2013) menyatakan bahwa salah satu teknik pengumpulan data yang terdapat dalam metode ini adalah observasi partisipatif secara *online* melalui dua tahapan, yaitu mempelajari dan melakukan perincian.

Pengumpulan data dilakukan sejak sebelum penulisan dilakukan (pra-penulisan). Etnografer virtual harus terlebih dahulu mempelajari lingkungan yang akan diteliti, yaitu dengan melakukan seleksi dan memilih lingkungan yang akan diteliti untuk menjadi media observasi. Pada penulisan ini penulis menentukan sendiri media sosial apa yang akan dijadikan media observasi, yaitu Instagram. Instagram dipilih berdasarkan pada data dari Statista.com (2019) yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara yang masyarakatnya teraktif ke-4 menggunakan Instagram di dunia, dibawah AS, India dan Brasil. Berdasarkan data tersebut diketahui juga bahwa masyarakat Indonesia merupakan masyarakat teraktif kedua di Asia yang menggunakan Instagram.

Selanjutnya, penulis melakukan pemetaan terhadap akun Instagram yang fokus pada aktivisme *online* terhadap permasalahan konflik lahan dan kriminalisasi petani. Pada tahapan ini, penulis melakukan pencarian terhadap akun-akun Instagram yang benar-benar fokus pada aktivisme *online* pada permasalahan konflik lahan dan kriminalisasi terhadap petani dengan memiliki kriteria sebagai berikut: memiliki pengikut minimal 1.000; produktif dalam melakukan publikasi (pembaruan publikasi/*posting*), aktif berinteraksi dengan pengikut (*followers*) dan tentu saja memihak kepada kaum petani.

Tabel 1 Nama Akun Instagram dan Jumlah Followers

Nama Akun	Jumlah Followers
@jogja_darurat_agraria	38.300
@kendengmelawan_	12.100
@Classstruggle.id	11.500
@stop.nyia	6.436
@indonesia_darurat_agraria	1.285

Sumber: Instagram, diolah penulis (Februari 2019)

Pemetaan pada penulisan ini langsung dilakukan terhadap situs sosial media Instagram. Hasil pemetaan

terhadap akun Instagram yang kontennya fokus pada aktivisme *online* terhadap permasalahan konflik lahan dan kriminalisasi petani, ditemukanlah lima akun Instagram yang tertera pada Tabel 1.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan terhadap kelima akun Instagram tersebut, penulis memutuskan untuk memilih akun @jogja_darurat_agraria sebagai objek penulisan karena sangat sesuai dengan kriteria yang penulis gunakan. Akun @jogja_darurat_agraria memiliki jumlah pengikut (*followers*) terbanyak, yaitu mencapai angka 38.300 (hingga Februari 2019). Selain itu, jika dibandingkan dengan keempat akun lainnya, akun ini sangat produktif dalam mempublikasikan suatu isu yang berkaitan dengan konflik lahan dan kriminalisasi terhadap petani. Rata-rata publikasi dilakukan setiap hari. Jumlah publikasi yang dilakukan per-hari pun dapat mencapai dua atau tiga publikasi. Penulis pun melakukan pencarian informasi terkait JDA sebagai pemilik akun @jogja_darurat_agraria dengan bantuan mesin pencari di internet.

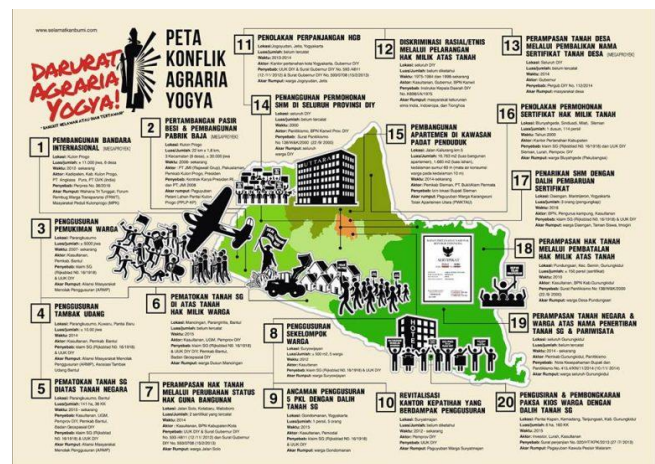
Selanjutnya dilakukan tahap perincian terhadap akun @jogja_darurat_agraria sebagai observee. Pada tahapan ini penulis akan berinteraksi secara langsung dengan menjadi pengikut (*followers*) akun @jogja_darurat_agraria. Selanjutnya penulis mengamati tiap-tiap publikasi yang dilakukan oleh akun @jogja_darurat_agraria. Pengamatan fokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh akun @jogja_darurat_agraria dengan mengidentifikasi beberapa poin, yaitu: komunikator, komunikan, pesan, media, dan efek. Pengamatan hanya fokus pada publikasi mengenai kasus NYIA (New Yogyakarta International Airport).

Teknik analisis data merupakan pengelolaan yang dilakukan terhadap data yang dianalisis. Pada penulisan ini, dilakukan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data dan kesimpulan serta verifikasi sesuai Miles et al. (2014).

Reduksi data dilakukan dengan cara memilah data sesuai kebutuhan penulisan ini. Penulis fokus dan konsisten pada lima elemen komunikasi yang terdapat di akun @jogja_darurat_agraria, yaitu komunikator, komunikan, pesan, media, dan efek. Setelah dilakukan reduksi data, proses selanjutnya yaitu meringkas data secara terstruktur. Pada tahapan ini, penulis membuat tabel elemen komunikasi yang dimiliki akun @jogja_darurat_agraria. Selanjutnya adalah kesimpulan dan verifikasi. Pada tahapan ini penulis memberikan makna terhadap data yang telah disajikan ke dalam tabel tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Yogya yang bersahaja, kini telah berubah. Memang perubahan itu belum terlalu kentara saat ini, namun beberapa tahun ke depan nampaknya kita akan melihat Yogya dengan wajah berbeda akibat adanya pembangunan infrastruktur dan modernisasi. Berdasarkan data dari www.selamatkanbumi.com, pada 2017 setidaknya terjadi 20 konflik agraria di Yogya. Terlihat dalam Gambar 1 bahwa konflik agraria tersebut, antara lain: pembangunan bandara internasional, pertambangan pasir besi dan pembangunan pabrik baja di Kulon Progo serta penggusuran pemukiman warga di Parangkusumo. Dampak dari beberapa konflik tersebut adalah penggusuran lahan.



Gambar 1 Peta Konflik Agraria Yogyakarta (Sumber: akun Instagram @jogja_darurat_agraria)

Seperti pada konflik pembangunan bandara NYIA (New Yogyakarta International Airport) yang masih terjadi hingga saat ini akibat adanya perlawanan dari beberapa pihak, yaitu masyarakat yang tinggal di sekitar areal tersebut, pengamat dan aktivis lingkungan. Masyarakat melakukan perlawanan diakibatkan karena lahan garapan mereka yang merupakan penghidupan dan profesi mereka telah dirampas. Namun penggusuran tetap dilakukan karena pembangunan harus dilaksanakan. Padahal pengamat lingkungan telah menegaskan bahwa wilayah yang akan dijadikan bandara adalah daerah yang rawan bencana gempa dan tsunami. Aktivis juga memberikan argumentasi bahwa ditemukan sejumlah kejanggalan secara hukum dalam pembangunan bandara ini. Idealnya IPL (Izin Penetapan Lokasi) dan pembebasan lahan dilakukan setelah adanya Amdal (analisis mengenai dampak lingkungan), namun pada kasus ini terjadi hal sebaliknya, yaitu Amdal baru dilaksanakan setelah IPL dan pembebasan lahan dilakukan.

Berangkat dari banyaknya permasalahan konflik agraria yang terjadi di Yogyakarta inilah, hadir JDA (Yogya Darurat Agraria), yang merupakan sebuah gerakan melalui media sosial yang membuka mata masyarakat nyata melalui dunia maya mengenai maraknya konflik lahan yang terjadi di kota pelajar, Yogyakarta. JDA fokus dan konsisten mengangkat isu mengenai konflik lahan yang banyak terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) berkaitan dengan adanya klaim *Sultanaat Grond* dan *Pakualamanaat Grond* (Prastika, 2017).

JDA memanfaatkan kecanggihan teknologi sosial media dalam melaksanakan aktivismenya, yang kita kenal dengan istilah “aktivisme *online*”. Mereka yang bergerak dalam aktivisme *online* memanfaatkan sosial media supaya pesan-pesan ideologi yang mereka sampaikan dapat diterima oleh khalayak lebih luas secara lebih cepat (Hamid, 2014). Namun perlu adanya strategi yang dilakukan agar khalayak dapat memahami pesan-pesan ideologi yang disampaikan oleh JDA.

Tabel 2 Elemen Strategi Komunikasi

Elemen Strategi Komunikasi	Hasil
Komunikator	JDA dan melibatkan artis, seniman dan aktivis.
Komunikasi	1. Aktivis 2. Non-aktivis, yaitu masyarakat maya yang memiliki perhatian terhadap konflik agraria dan masyarakat maya yang memiliki keterkaitan erat dengan kota Yogyakarta.
Pesan	Teknik pesan yang menggugah emosi (<i>emotional appeal</i>) dengan jenis pesan informatif dan persuasif dengan perpaduan foto/video dan <i>caption</i> .
Media	Media baru: Instagram
Efek	1. “mulai dari tidak tahu menjadi tahu” (pengetahuan bertambah), 2. “awalnya tidak setuju menjadi setuju” (perubahan keyakinan) 3. “bersedia membantu” (perubahan perilaku).

Pada sebuah strategi, kehidupan ini layaknya sebuah peperangan. Agar dapat memenangkan sebuah peperangan maka dibuatlah strategi dengan mempergunakan sumber daya yang dimiliki (Cangara, 2014). Effendy (2007) menjelaskan bahwa strategi merupakan gabungan antara sebuah perencanaan dan manajemen agar suatu tujuan dapat tercapai. Begitu pula dengan strategi komunikasi yang merupakan

sinergi perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi agar tujuan yang diinginkan tercapai. Sebagaimana dikutip dari Cangara (2014), Middleton menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi kelima elemen komunikasi, yaitu komunikator, komunikasi, pesan, media dan efek yang dirancang agar tujuan komunikasi yang diinginkan dapat tercapai.

Berkaitan dengan hal ini, JDA pun tentunya melakukan strategi komunikasi agar pesan ideologi mereka dapat sampai dan dipahami oleh khalayaknya (lihat Tabel 2).

Komunikator

JDA merupakan komunikator yang mengirimkan pesan kepada khalayaknya agar khalayaknya menerima pesan dan terpengaruh sikapnya atas pesan yang dikirimkan. Berangkat dari maraknya konflik agraria yang terjadi di kota Yogyakarta, membuat sejumlah pemuda yang memiliki perhatian besar pada hal tersebut membentuk JDA (Yogya Darurat Agraria). JDA memiliki tiga akun pada tiga sosial media ternama, yaitu Facebook, dengan nama akun Yogya Darurat Agraria; Twitter, dengan nama akun @JDAgraria, dan Instagram, dengan nama akun @jogja_darurat_agraria.

Diantara ketiga akun yang dimiliki oleh JDA, akun Instagram memiliki keunikan tersendiri dibandingkan kedua sosial media lainnya yaitu Facebook dan Twitter. Instagram memiliki fokus utama, yaitu memberikan kemudahan kepada para penggunanya untuk berbagi foto dan membagikannya melalui sosial media lainnya seperti Facebook, Twitter, Tumbler, dan lain-lain. Berdasarkan hal tersebut dapat dipastikan bahwa pengguna Instagram merupakan pengguna aktif pada sosial media lainnya. Berdasarkan keunggulan Instagram itulah, JDA tak ketinggalan membuat akun Instagram dengan nama akun @jogja_darurat_agraria dengan harapan dapat merambah khalayak yang lebih luas dan bervariasi lagi.

Kehadiran JDA di ranah sosial media, khususnya Instagram memang masih terbilang baru, yaitu sekitar tiga tahun. Data diidentifikasi dari fitur “*About This Account*” (Tentang Akun Ini) menuliskan bahwa tanggal bergabungnya akun ini di Instagram adalah 4 Agustus 2016. Negara pemilik akun ini adalah Indonesia.

Berdasarkan informasi pada akun ini, hingga 28 Februari 2019, jumlah posting yang dimiliki adalah 2.851. Jumlah pengikut/*follower* akun ini adalah

38.300. Akun @jogja_darurat_agraria merupakan jenis akun “gerakan”. Pada laman depan akun ini dituliskan bahwa akun ini merupakan “Saluran informasi dan jejaring solidaritas perjuangan ruang hidup warga Yogya dan Indonesia”. Itu artinya akun ini berupaya memberikan informasi yang lengkap tentang isu agraria dan perjuangan warga Yogya dan Indonesia dalam menghadapi perjuangan terkait konflik yang dihadapi. Akun ini berupaya menjadi wadah untuk menjangking solidaritas masyarakat maya atas perjuangan warga Yogya yang mengalami konflik agraria.

Sebagai komunikator, JDA mengandalkan foto atau video dengan memberikan *caption* atau keterangan gambar sebagai deskripsi dari foto atau video yang dipublikasikan. JDA juga melibatkan artis dan seniman yang memiliki kesamaan ideologi. Salah satu artis yang kini lebih dikenal sebagai seniman sekaligus aktivis yang terdapat dalam publikasi akun Instagram JDA adalah Melanie Subono. Melanie memiliki persamaan ideologi dengan JDA, yaitu menolak pembangunan NYIA. Hal ini dapat diketahui dari publikasi yang dilakukan oleh JDA pada tanggal 11 Februari 2018. Pada publikasi tersebut terdapat video yang menampilkan ajakan Melanie Subono kepada semua masyarakat Indonesia untuk memiliki kepedulian kepada warga Temon, Kulon Progo yang masih berjuang melawan penindasan dan penggusuran akibat pembangunan bandara NYIA.

Selain melibatkan artis dan seniman, JDA juga melibatkan aktivis. Seperti pada publikasi yang dilakukan JDA pada 30 September 2018, JDA menampilkan foto wanita dengan mengenakan kaos bertuliskan “STOP NYIA”. Pada publikasi tersebut terdapat *caption* yang berisi tentang dukungan terhadap petani dan warga Kulon Progo yang menolak pembangunan NYIA. Pada *caption* tersebut terdapat sumber rujukan dari foto dan *caption* tersebut, yaitu @purplerebel. Penulis pun menelusuri akun @purplerebel. Dari akun tersebut diketahui bahwa pemilik akun adalah Dyta Caturani yang merupakan seorang aktivis sosial dan pemerhati gender, teknologi, HAM, keadilan sosial dan feminisme.

Keterlibatan artis, seniman dan aktivis pada beberapa publikasi yang dilakukan oleh JDA pada akun Instagramnya mengisyaratkan bahwa inilah salah satu strategi komunikator yang dilakukan agar masyarakat maya tertarik terhadap informasi yang diberikan. Cangara (2015) menyatakan bahwa terdapat tiga syarat yang harus dimiliki jika ingin menjadi komunikator, yaitu tingkat kepercayaan orang lain terhadap isinya

atau disebut dengan kredibilitas, daya tarik atau *attractive*, dan yang ketiga adalah kekuatan atau *power*. JDA memanfaatkan daya tarik yang dimiliki artis/seniman/aktivis sebagai magnet untuk menarik komunikasi atau khalayak.

Strategi komunikator lainnya yang digunakan oleh JDA pada akun Instagram mereka ini adalah kredibilitas. Aristoteles menjelaskan bahwa kredibilitas dapat dimiliki oleh seorang komunikator jika ia memiliki *ethos* (memiliki karakter kepribadian), *pathos* (memiliki kemampuan untuk mengendalikan emosi audiens/*persuadee*-nya), dan *logos* (memiliki kemampuan berargumentasi). JDA memiliki kemampuan dalam berargumentasi. Ketika memperkuat atau melawan suatu pendapat, JDA memberikan bukti-bukti atau dalil-dalil yang mendukung pernyataan. Hal ini dapat dilihat pada publikasi yang dilakukan pada 21 September 2018. Pada tanggal tersebut terdapat poster mengenai acara diskusi dengan tema “Kriminalisasi Petani”. JDA memperkuat tema diskusi tersebut dengan memberikan dalil mengenai Pasal 66 UU No. 32 Thn. 2009 yang menyatakan bahwa setiap orang yang memperjuangkan hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat tidak dapat dituntut secara pidana maupun digugat secara perdata.

Komunikasikan

Komunikasikan adalah faktor penting dalam sebuah program komunikasi karena merupakan faktor penentu keberhasilan program komunikasi (Cangara, 2014). Pada sosial media Instagram, komunikasikan disebut dengan *follower* (pengikut). Hingga 28 Februari 2019, jumlah pengikut/*follower* akun @Yogya-darurat_agraria adalah 38.300. Komunikasikan atau *follower* pada akun Instagram @jogja_darurat_agraria ini berasal dari sesama aktivis *online* yang peduli dengan konflik agraria, diantaranya @indonesia_darurat_agraria, @stop.nyia, dan classtruggle.id. Terdapat pula *follower* yang merupakan aktivis dari kalangan mahasiswa, yaitu @gertaindonesia1. Berdasarkan pantauan yang dilakukan, komunikasikan atau *follower* akun Instagram @jogja_darurat_agraria didominasi oleh masyarakat maya yang memiliki perhatian khusus terhadap lingkungan dan HAM. Komunikasikan atau khalayak pada akun ini juga datang dari kalangan masyarakat maya yang memiliki ikatan erat dengan Yogyakarta. Penulis menyebut komunikasikan/*follower* jenis ini dengan sebutan *follower* non aktivis.

Kecenderungan yang dilakukan oleh komunikan/follower sesama aktivis adalah memberikan *like*. Sedangkan kecenderungan yang dilakukan oleh komunikan/follower non aktivis adalah mengekspresikan apa yang mereka rasakan atas foto atau video yang dipublikasi oleh JDA pada akun Instagram @jogja_darurat_agraria. Biasanya mereka menuliskan keluh kesah, hujatan, protes, bahkan doa. Contohnya dapat dilihat pada Gambar 2.

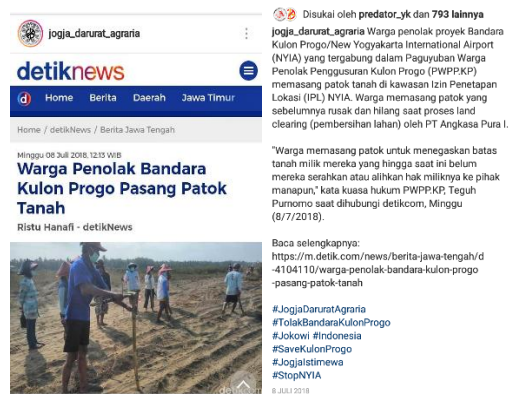


Gambar 2 Komentar follower akun @jogja_darurat_agraria

Pada gambar tersebut terdapat tangkapan layar yang berisi tanggapan follower dengan akun @haryanto807 yang memberikan doa dalam komentarnya pada salah satu publikasi @jogja_darurat_agraria tanggal 27 November 2018. Pada tanggal tersebut, JDA memublikasi mengenai peringatan setahun “bencana” penghancuran rumah dan perampasan lahan yang terjadi pada warga Kulon Progo terkait pembangunan NYIA. Akun @haryanto807 mendoakan agar petani dan warga yang tergusur diberikan ketabahan, kekuatan dan rezeki yang melimpah. Sedangkan doa yang ia berikan untuk penggusur adalah tidak memiliki tempat tinggal.

Pesan

Pesan merupakan sesuatu yang diucapkan atau diungkapkan oleh komunikator, baik secara verbal maupun non verbal. Pada akun @jogja_darurat_agraria pesan disampaikan melalui foto dan video. Instagram sendiri merupakan sosial media yang mengandalkan foto dan video. Namun foto dan video tentunya perlu dipertegas maknanya agar khalayak atau follower tidak salah tafsir atas foto atau video yang dipublikasi. Untuk itu perlu adanya judul foto atau dalam bahasa Instagram disebut *caption*. *Caption* umumnya merupakan keterangan dari sebuah gambar. Akun Instagram @jogja_darurat_agraria mengandalkan pesan verbal yang diketikkan pada *caption*.



Gambar 3 Salah satu publikasi akun @jogja_darurat_agraria yang diambil dari detiknews.com

Pesan (foto/video) yang dipublikasi oleh JDA pada akun Instagram @jogja_darurat_agraria merupakan foto/video dokumentasi JDA sendiri atau kiriman dari kontributor JDA. Selain itu foto dan video yang dipublikasi oleh JDA pada akun Instagramnya adalah foto atau tangkapan layar/capture berita dari media online, surat kabar dan berita televisi dengan menyantumkan sumber.

Seperti pada Gambar 3 yang merupakan salah satu publikasi yang dilakukan oleh @jogja_darurat_agraria pada 8 Juli 2018. Pada publikasi tersebut JDA menggunakan foto yang merupakan tangkapan gambar dari salah satu berita detik.com yang berjudul “Warga Penolak Bandara Kulon Progo Pasang Patok Tanah”. Pada bagian *caption*, JDA mengutip narasi berita tersebut sebanyak dua paragraf. Bagi pembaca yang ingin membaca berita tersebut secara lengkap, JDA menuliskan *link* berita tersebut pada paragraf ketiga.



Gambar 4 Salah satu publikasi akun Instagram @jogja_darurat_agraria yang merupakan repost atau regrann dari akun @predator_yk

Selain itu, JDA juga beberapa kali memublikasikan foto dari akun lain dengan mencantumkan sumber asli. Melakukan publikasi foto atau video dari sumber lain dalam Instagram disebut *repost* atau *regram*, atau memublikasi ulang. Salah satu *repost* atau *regram* yang dilakukan oleh JDA pada akun Instagramnya dapat dilihat pada Gambar 4.

Pada publikasi yang dilakukan pada 15 Mei 2018 tersebut, JDA memublikasi 9 foto yang juga merupakan publikasi dari akun Instagram @predator_yk pada tanggal yang sama. Narasi pada *caption* yang tertulis pada akun @jogja_darurat_agraria milik JDA pun sama persis dengan narasi pada *caption* milik @predator_yk.

Melakukan *repost* atau *regram* konten dalam Instagram merupakan hal yang wajar selagi tetap memperhatikan etika, yaitu menyantumkan sumber asli seperti yang dilakukan JDA pada akun Instagramnya. *Repost* atau *regram* konten ini menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh JDA untuk selalu konsisten menyajikan konten mengenai konflik agraria dan perjuangan petani.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, diketahui bahwa pesan yang disampaikan oleh JDA melalui akun Instagram @jogja_darurat_agraria merupakan pesan yang membangkitkan emosi (*emotional appeal*), yaitu metode pesan yang dirancang dengan cara menyentuh sisi emosi komunikan. Secara umum JDA mengangkat tema “diskriminasi terhadap petani”. Hal-hal yang berkaitan dengan “diskriminasi” seperti yang kita ketahui merupakan salah satu hal yang dapat membangkitkan emosi seseorang.

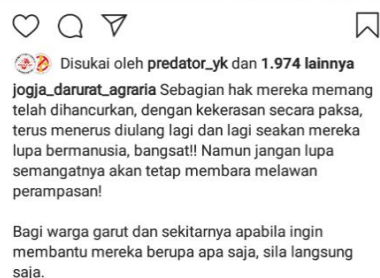
Pesan yang disampaikan oleh JDA pada akun Instagramnya bersifat informatif dan persuasif. JDA berupaya memberikan informasi kepada khalayaknya mengenai konflik agraria, khususnya mengenai pembangunan NYIA. Pada beberapa publikasinya, JDA menginformasikan bagaimana perjuangan yang dilakukan oleh petani Kulon Progo atas penggusuran yang mereka alami akibat pembangunan NYIA. Informasi yang dipublikasi biasanya berupa foto atau video yang menampilkan petani Kulon Progo yang sedang mempertahankan rumah milik mereka agar tidak dihancurkan oleh Polisi Pamong Praja.

Gambar 5 merupakan salah satu publikasi JDA pada akun Instagramnya tanggal 24 Juli 2018. Video tersebut menggambarkan kegigihan warga Temon dalam mempertahankan lahan, rumah dan aset milik mereka lainnya. Melalui video tersebut JDA ingin menyampaikan kepada khalayaknya bahwa walaupun

aset berharga masyarakat Temon sudah hancur luluh lantak, namun warga tetap semangat untuk berjuang dan melawan.



Gambar 5 Salah satu video dan *caption* pada publikasi akun Instagram @jogja_darurat_agraria



Gambar 6 Salah satu foto dan *caption* pada publikasi akun Instagram @jogja_darurat_agraria yang berisi ajakan untuk berdonasi

Pada Gambar 6 dapat kita lihat salah satu publikasi yang dilakukan oleh JDA pada akun @jogja_darurat_agraria tanggal 26 Juli 2018. Foto pada postingan tersebut merupakan fotongan realita yang diilustrasikan melalui gambar. Pada gambar tersebut terdapat seorang ibu yang mengenakan mukenah berwarna merah muda yang mengangkat tangan kanannya dengan jari tangan terkepal. Ibu tersebut dikelilingi oleh beberapa pria yang mengenakan baju berwarna campuran hijau tua dan cokelat. Pada postingan tersebut terdapat *caption* yang isinya adalah ajakan untuk memberikan bantuan untuk

warga Temon yang sedang kesusahan akibat penggusuran yang mereka alami. Pada publikasi tersebut JDA menggunakan kalimat persuasif atau ajakan. JDA berupaya mengajak komunikannya untuk berempati dan memberikan bantuan kepada warga Temon, Kulon Progo.

Media

JDA memilih menggunakan media baru untuk mendistribusikan pesan ideologinya. Media baru yang digunakan adalah media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube dan Instagram. Penggunaan media baru memang membawa dampak positif, yaitu salah satunya fleksibilitas dalam proses produksi. Sebagaimana disampaikan sebelumnya bahwa pesan yang dipublikasi oleh JDA pada akun Instagramnya adalah foto atau video dokumentasi sendiri/kontributor dan foto atau video *repost/regram* dari akun lain dengan menyantumkan sumber asli. Berkaitan dengan hal ini, Marshall sebagaimana dikutip dari Arifianto (2018) menjelaskan bahwa teks pada media baru, dapat diperbanyak dan direproduksi dengan mudah secara terus menerus dengan berbagai variasi.



Gambar 7 Kegiatan tatap muka yang dilakukan oleh JDA

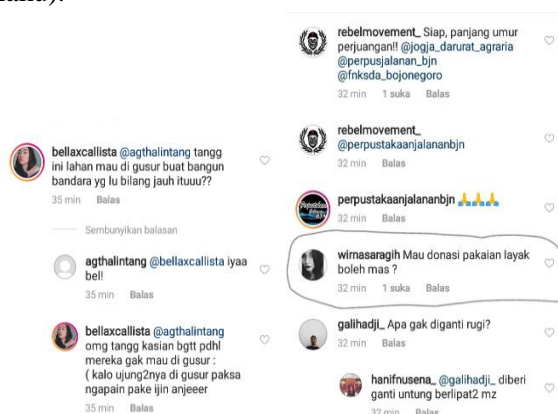
Walaupun aktivisme yang dilakukan oleh JDA adalah aktivisme *online*, yaitu aktivisme dengan menggunakan media baru, akan tetapi JDA masih menggunakan media tatap muka untuk menyampaikan ideologi dan berdiskusi dengan khalayaknya. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 7 yang merupakan foto pada saat berlangsungnya diskusi mengenai UU Nomor 2 mengenai dalih perampasan lahan dalam pembangunan infrastruktur yang diselenggarakan di Ruang Teatrikal Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Foto yang dipublikasi pada 27 April 2018

tersebut menampakkan audiens yang memadati ruangan untuk menyimak diksusi.

Klein sebagaimana dikutip dari Della Porta (2013) menjelaskan bahwa aktivisme yang dilakukan di sosial media layaknya jaring laba-laba. Individu-individu yang memiliki minat dan perhatian yang sama saling terhubung dan berteman di dunia maya. Sebagaimana kita ketahui bahwa akun @jogja_darurat_agraria terkoneksi dengan akun-akun lain yang juga memiliki minat dan perhatian yang sama. Persebaran informasi yang terjadi di sosial media pun hanya terjadi pada jaringan pertemanan maya saja. Dapat dikatakan bahwa yang menerima pesan adalah orang-orang yang benar-benar memiliki ketertarikan khusus pada informasi tersebut. Reproduksi pesan yang dilakukan oleh orang-orang yang tadi menerima pesan pun dilakukan hanya kepada jaringan pertemanannya saja. Jaringan itu pun biasanya berawal dari pertemanan di dunia nyata.

Efek

Mulyana (2012) menyatakan bahwa efek dalam komunikasi adalah hasil yang diterima komunikan setelah mendapatkan pesan dari komunikator. Efek yang diharapkan tentu saja sesuai keinginan komunikator. Pesan dikatakan efektif ketika komunikan menerima pesan sesuai harapan komunikator. Efek yang dapat diamati pada akun Instagram @jogja_darurat_agraria adalah “mulai dari tidak tahu menjadi tahu” (pengetahuan bertambah), “awalnya tidak setuju menjadi setuju” (perubahan keyakinan) dan “bersedia membantu” (perubahan perilaku).



Gambar 8 Efek komunikasi yang terdapat pada akun Instagram @jogja_darurat_agraria

Efek “mulai dari tidak tahu menjadi tahu” (pengetahuan bertambah) dan efek “awalnya tidak setuju menjadi setuju” (perubahan keyakinan) dapat dilihat pada Gambar 8 (kiri). Gambar 8 (kiri) merupakan tangkapan layar yang diambil dari salah

satu komentar yang diberikan oleh komunikan/follower @jogja_darurat_agraria atas publikasi yang dilakukan pada 30 Juni 2018. Komunikan/follower dengan akun @bellaxcallista memberikan tanggapan mengenai video yang dikutip dari KOMPASTV. Video yang publikasi JDA tersebut merupakan video mengenai kericuhan yang terjadi pada saat penggusuran lahan yang terjadi akibat rencana pembangunan NYIA.

Berdasarkan tanggapan yang diberikan oleh pemilik akun @bellaxcallista diketahui bahwa pada awalnya ia mengetahui mengenai penggusuran lahan akibat pembangunan bandara dari temannya. Kemudian ia melihat video yang dipublikasi oleh @jogja_darurat_agraria dan melihat realitas pada video tersebut. Ia pun merasa simpati atas apa yang dialami oleh warga Temon yang mengalami penggusuran paksa yang ia lihat pada video tersebut. Di sini dapat dilihat adanya perubahan sikap yang terjadi pada diri pemilik akun @bellaxcallista. Ia yang tadinya tidak tahu pasti informasi mengenai penggusuran lahan yang terjadi pada masyarakat Temon, Kulon Progo menjadi mengetahui dengan pasti setelah melihat publikasi dari akun @jogja_darurat_agraria. Ia yang tadinya merasa biasa-biasa saja sebelum melihat publikasi ini, berubah menjadi memiliki rasa simpati terhadap warga Temon, Kulon Progo.

Efek “bersedia membantu” (perubahan perilaku) dapat dilihat pada Gambar 8 (kanan). Pada gambar tersebut terdapat *feedback* atau umpan balik yang diberikan oleh komunikan/follower atas pesan yang disampaikan oleh JDA di akun Instagramnya pada tanggal 26 Juli 2018. Komunikan/follower yang memiliki akun @wirnasaragih tersebut menanggapi publikasi dari JDA mengenai ajakan mendonasikan barang untuk warga Temon, Kulon Progo yang mengalami penggusuran akibat pembangunan NYIA.

Gerakan perlawanan petani di media sosial, sebagaimana yang dilakukan akun @jogja_darurat_agraria, dapat dijadikan sebagai dasar penilaian bahwa ternyata masyarakat kita masih memiliki rasa kepedulian yang tinggi atas sebuah kejadian yang dialami oleh saudara kita. Kalaupun memang demikian realita yang terjadi, maka hal ini wajib dihargai. Terlebih jika gerakan yang dilakukan pada aras *online* ini memiliki pengaruh yang kuat seperti misalnya dapat mendorong masyarakat agar mengumpulkan donasi dan menyumbangkan sebagian harta mereka untuk petani yang menjadi korban

penggusuran atau bahkan dapat membuat pemerintah terkait menjadi lebih sadar dan perhatian terhadap kasus perampasan lahan yang dialami petani.

Hal yang penting lainnya adalah bahwa jika isu gerakan perlawanan petani tersebut menjadi viral di kalangan masyarakat maya sehingga melahirkan solidaritas sesama. Lebih-lebih jika isu gerakan perlawanan petani yang diinformasikan melalui media sosial ditayangkan di media massa *mainstream* seperti televisi, radio dan koran. Tentunya akan berdampak hebat.

Saat ini ada semacam kecenderungan yang terjadi bahwa media konvensional bergantung dengan media *online*. Telah banyak acara-acara yang terdapat di media massa konvensional, utamanya televisi dan radio, yang menghimpun sumber dari media *online*. Seperti acara *On The Spot* dan Dunia Punya Cerita yang disiarkan oleh Trans. Kedua acara tersebut merupakan acara informatif yang gambarnya bersumber dari Youtube. Umumnya tema yang dibawa ke media massa konvensional adalah tema-tema yang bersifat informastif dan menghibur. Masyarakat kita dibuat terlena dengan keunikan, kekocakan atau kekonyolan yang ditampilkan di televisi. Padahal untuk sebagian orang tayangan itu telah ia tonton sebelumnya di sosial medianya. Masyarakat kita juga dibuat menjadi masyarakat yang selalu melihat “ke atas”, selalu dicekoki dengan tayangan artis sosial media yang memiliki rumah dan mobil mewah. Masyarakat kita dibuat tidak sadar bahwa di belahan Indonesia lain terdapat saudara kita yang sedang mengalami kesusahan akibat konflik yang dialami. Fenomena ini mematahkan tesis Lim (2014) yang menyatakan bahwa isu yang beredar di jejaring sosial Indonesia masih sangat terikat dengan isu yang disiarkan melalui televisi dan surat kabar.

Tercatat beberapa kegiatan pada sosial media yang ternyata tidak memiliki dampak untuk terjadinya suatu perubahan. Contohnya seperti dikutip dari nasional.kompas.com (DIM, 2017). Pada beberapa petisi yang digaungkan masyarakat melalui Change.org Indonesia periode Februari 2016 sampai dengan Februari 2017 hanya terdapat empat petisi saja yang mampu memberi dampak pada perubahan. Padahal total petisi pada periode tersebut adalah 1.521 petisi. Melalui hasil survei *Power, Welfare and Democracy* menemukan fakta bahwa media sosial di Indonesia mampu menggerakkan masyarakat, akan tetapi belum dapat mewakili atau mencerminkan sikap demokratis masyarakat (Savirani et.al, 2014). Isu-isu

yang diangkat di media sosial belum mampu menjadi tema yang dibahas elit politik. Khususnya untuk isu-isu yang berkaitan dengan diskriminasi, ketimpangan, HAM, kriminalisasi dan lain-lain sangat jarang kita temukan di media massa konvensional, apalagi untuk dibahas di aras pemerintahan.

Lim (2014) menyatakan bahwa gerakan atau aktivisme yang terjadi di ranah *online* lebih banyak menjadi wacana publik semata, tanpa adanya tindak lanjut menjadi aksi nyata. Kritikan yang dituliskan oleh masyarakat maya di dunia *online* tak lebih dari sebuah curahan hati, uneg-uneg, keluh-kesah yang ditujukan kepada elit yang berkuasa. Pada kenyataannya elit penguasa yang disentil pun nampak tenang-tenang saja. Tidak tahu atau bahkan pura-pura tidak tau, masa bodo alias cuek dengan ocehan masyarakat maya yang menyentilnya.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab mengapa aktivitas media *online* belum mampu menjadi nyata menurut Lim (2014). *Pertama*, informasi yang tersebar di masyarakat maya sangatlah cepat. Saking banyaknya informasi yang beredar di media *online* membuat masyarakat kita cepat lupa dengan isu atau berita sebelumnya. *Kedua*, terbatasnya akses teknologi pada masyarakat Indonesia. Hal ini menyebabkan pengguna media *online* didominasi oleh masyarakat kalangan menengah atas atau masyarakat yang tinggal di perkotaan.

Villanueva (2012) menambahkan bahwa aktivisme *online* tak akan pernah menjadi aktivisme nyata. Ia berpendapat bahwa aktivisme *online* dikonstruksi dengan fondasi yang lemah. Sedangkan aktivitas atau gerakan nyata harus dibangun dengan fondasi yang kuat. Terlebih untuk isu perlawanan yang dilakukan oleh petani terkait penggusuran dan diskriminasi yang mereka alami. Isu semacam ini harus dilakukan secara nyata. Aktivis *online* kita mungkin dapat mengekor apa yang telah dilakukan oleh aktivis-aktivis *online* di negara lain seperti Hongkong dan Mesir yang mengerahkan massa melalui media *online*.

Aktivis *online* juga dapat melihat ForBALI yang mampu mengangkat isu publik menjadi agenda politik. Melalui Gerakan Bali Tolak Reklamasi, ForBALI mengajak masyarakat maya beraksi nyata. Tercatat beberapa aksi nyata yang telah dilakukan ForBALI, salah satunya adalah pernyataan tuntutan pembatalan Perpres No.51/Thn. 2014. Pada aksi tersebut ForBALI mengerahkan massa dengan menggunakan perahu, boat/jukung untuk mengelilingi Teluk Benoa (Galuh, 2016).

Aktivis *online* juga dapat menyontoh apa yang telah dilakukan oleh teman-teman di situs sedekahrombongan.com. Situs ini lahir untuk membangkitkan dunia *online* dan dunia nyata dengan kegiatan sosial kemanusiaan yang mereka tawarkan. Ruang virtual pada situs ini dipergunakan sebagai “jembatan penghubung” antara dunia *online* dan dunia nyata dengan fokus pada berbagai macam kegiatan sosial. Ruang virtual tersebut menjadi wadah yang mempertemukan relawan, khalayak dan para donatur. Adanya interaksi yang terjadi dalam ruang virtual tersebut menjadi penguat bagi para peserta (khususnya donatur) untuk berbagi (Santoso, 2014).

KESIMPULAN

Adanya gerakan perlawanan petani yang dilakukan di media *online* mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kepedulian terhadap nasib petani. Akan tetapi kepedulian ini hanya sampai di jari saja. Hanya segelintir masyarakat maya yang bersolidaritas nyata dengan memberikan bantuan kepada saudara mereka yang sedang mengalami kesulitan.

Strategi komunikasi adalah kombinasi kelima elemen komunikasi. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, JDA telah melakukan strategi komunikasi yang baik agar pesan ideologi mereka dapat diterima oleh masyarakat dan mengajak masyarakat untuk melakukan perubahan dengan memiliki komunikator yang memiliki kredibilitas. JDA juga merancang pesan dengan menggunakan teknik pesan yang menggugah emosi (*emotional appeal*) dengan jenis pesan informatif dan persuasif dengan perpaduan foto/video dan *caption*. Efek yang terjadi pun beragam, yaitu komunikan/*follower* yang mulanya tidak tahu menjadi tahu (pengetahuan bertambah), awalnya tidak setuju menjadi setuju (perubahan keyakinan) dan menjadi bersedia membantu (perubahan perilaku).

Walaupun aktivis gerakan petani *online* telah merancang strategi komunikasi dengan sebaik-baiknya, namun saat ini aktivisme *online* gerakan petani masih terkesan jalan di tempat. Masih dibutuhkan aktivitas nyata agar terjadi perubahan nyata pula pada petani yang sedang mengalami diskriminasi. Aktivisme *online* gerakan petani ini merupakan langkah awal untuk memobilisasi massa agar dapat bergerak secara nyata.

Mengingat penulisan ini masih memiliki banyak kekurangan, dibutuhkan penulisan selanjutnya utamanya pada aspek nyata yang dilakukan oleh gerakan petani dari perspektif komunikasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada JDA (Jogja Darurat Agraria) yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengakses akun JDA. JDA sangat komunikatif dan solutif. Ucapan terimakasih pula penulis berikan kepada LPDP BUDI DN yang telah memberikan beasiswa kepada penulis selama menempuh studi S3 di IPB.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2012). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya. *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 13, No. 1, Juni 2011, 137-149.
- Arifiyanto, S. (2018). *Praktik Budaya Media Digital dan Penganruhnya*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chan, J., & Lee, F. (2014). Preliminary research on the new organizational forms of occupy movement. *MingPao Daily*, edisi 10 November 2014. Hal. A29.
- Della Porta, D. (2013). *Can democracy be saved? Participation, deliberation, and social movement*. Cambridge, UK: Polity Press.
- DIM. (2017). Advokasi Lewat Petisi Daring Belum Efektif. <https://nasional.kompas.com/read/2017/03/24/17170001/advokasi.lewat.petisi.daring.belum.efektif>. Diakses pada 28 Januari 2019.
- Effendy, Onong U. (2007). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Galuh, I. (2016). Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, volume 13, nomor 1, Juni 2016, 73-92.
- Hamid, U. (2014). *Dinamo (Digital Nation Movement)*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication Ltd.
- Kozinets, R.V. (2013). *Netnography Doing Ethnographic Research Online*. Washington, DC: Sage Publication Ltd.
- KPA. (2019). Catatan Akhir Tahun 2018 Konsorsium Pembaruan Agraria: Masa Depan Reforma Agraria Melampaui Tahun Politik. Jakarta: Konsorsium Pembaruan Agraria.
- Lee, P., et.al. (2015). Social media and Umbrella Movement: insurgent public sphere in formation. *Chinese Journal of Communication*. Vol. 8, 2015, 1-20.
- Lim, M. (2014). Seeing Spatially: People, network, and movements in digital and urban spaces. *International Development Planning Review*. Vol. 36 (1), 51-72.
- Lin, Z. X. (2017). Contextualized Transmedia Mobilization: Media Practices and Mobilizing Structures in the Umbrella Movement. *International Journal of Communication*, Vol. 11, 48-71.
- Miles, M.B., Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis, a methods sourcebook, 3rd Edition*. USA: Sage Publications.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar (Cetakan Kelimabelas)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prastika, AC. (2017). Gerakan Sosial Baru di Dunia Siber. *Etnografi Online Media Sosial dalam Akun Twitter dan Halaman Facebook Gerakan Yogya Darurat Agraria*. [Skripsi]. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Prismamudti, S.U. (2018). Strategi Komunikasi GNPf-MUI dalam Menggalang Massa Aksi 212. [Skripsi]. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Ruhlig, T. (2015). Hong Kong's umbrella movement in search of self-determination. *UIpaper*. No. 3, 1-22.
- Ramdloni, M. (2005). *Teologi Petani: Analisis Peran Islam dalam Radikalisme Gerakan Petani pada Forum Perjuangan Petani Nelayan Batang Pekalongan (FP2NB) di Kabupaten Batang dan Pekalongan*. [Tesis]. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Santoso, D.H. (2014). Mobilisasi Sosial dalam Ruang Virtual: Studi Etnografi Virtual pada Situs www.sedekahrombongan.com. *Jurnal Pekommas*, Vol. 17, No. 1.
- Sarwoprasodjo S. (2007). Penggunaan Ruang Publik Untuk Pemecahan Masalah Sosial Di Pedesaan. [Disertasi]. Depok: Universitas Indonesia.
- Sasongko, T. H. (2006). *Potret Petani: Basis Pembaruan Agraria*. Jakarta: AKATIGA.
- Savirani, A., et.al. (2014). Ringkasan eksekutif hasil survei demokrasi power, welfare and democracy. *Penelitian Power, Welfare, and Democracy*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Shirky, C. (2011). The political power of sosial media: Technology, the public sphere, and political change. *Foreign Affairs*, 90 (1), 28-41.
- Statista. (2019). Leading countries based on number of Instagram users as of January 2019 (in millions). <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>. Diakses 20 Februari 2019.
- Suharko. (2006). Gerakan Sosial baru di Indonesia: Repertoar Gerakan Petani. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10(1), 1-34.
- Tapscott, D. (2013). *Grown Up Digital: Yang Muda Yang Mengubah Dunia*. Penerjemah: Fajarianto. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Villanueva, M. J. (2012). Sosial media for sosial change. Dalam Simon Winkelmann (ed). *The Sosial Media (R)evolution?: Asian Perspective on New Media (175-182)*. Singapore: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Wijanarko, et. al. (2014). Komunikasi penyadaran kritis gerakan petani. *Makara Hubs-Asia*, 18 (1), 1-14.