

Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan

Digital activism and the utilization of new media as community empowerment approach to environmental issues

Inda Rizky Putri^{1)*}

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Manajemen Wiyata Indonesia
¹⁾Jl. Masjid No.41-43, Gunungparang, Kec. Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43113

Naskah diserahkan 04 Maret 2022 / Disetujui 13 Juni 2022

ABSTRACT

Social movements are shifting and transforming into digital activism. The potential of new media in the development of digital activism encourages the volunteer community to raise environmental issues globally. This research aims to find out how Saling.id community utilizes new media in digital activism for environmental issues. This research is descriptive with a qualitative approach. Data collection methods used are interviews, observation, and documentation. The reality of the form of relationships and communication activities in the community is studied through CMC theory. Computer-mediated communication facilitates digital interaction spaces and forms relationships for society in the postmodern era. The results show that the activism initiated by Saling.id is a hybrid activism, which is a combination of collective action and connective action with the use of new media. This category of digital activism belongs to a social network typology that includes organizationally-enabled action. Utilization of new media is done by establishing an online-based interaction space through social media Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, and websites. The form of digital activism that is carried out is the use of hashtags to build networks. The use of social media is used to share educational content wrapped in a popular approach. Then, a campaign to increase public participation online or hybrid.

Keywords: *Digital activism, new media, community, environmental issues.*

ABSTRAK

Gerakan sosial mengalami pergeseran dan bertransformasi menjadi aktivisme digital. Potensi media baru dalam pengembangan aktivisme digital mendorong komunitas kesukarelawanan untuk mengangkat isu lingkungan secara global. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media baru oleh komunitas Saling.id dalam aktivisme digital terkait isu lingkungan. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Realitas mengenai bentuk hubungan dan aktivitas komunikasi pada komunitas Saling.id dilihat melalui teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Komunikasi yang dirmediasi komputer memfasilitasi ruang interaksi digital dan membentuk hubungan bagi masyarakat di era posmodern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivisme yang digagas Saling.id merupakan aktivisme hibrida yaitu perpaduan antara aksi kolektif dan aksi konektif dengan pemanfaatan media baru. Kategori aktivisme digital ini termasuk ke dalam tipologi jejaring sosial yang mencakup *organizationally-enabled action*. Pemanfaatan media baru dilakukan dengan membentuk ruang interaksi berbasis *online* melalui media sosial Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, dan website. Bentuk aktivisme digital yang dilakukan adalah penggunaan hastag untuk membangun jaringan. Penggunaan media sosial dimanfaatkan untuk membagikan konten edukasi yang dibalut dengan pendekatan populer. Kemudian, kampanye untuk meningkatkan partisipasi masyarakat luas secara *online* ataupun hibrid.

Kata Kunci: Aktivisme digital, media baru, komunitas, isu lingkungan.

*Korespondensi Penulis
Email: inda.rp27@gmail.com

PENDAHULUAN

Perubahan sosial yang terwujud atas dorongan teknologi digital memunculkan variasi bentuk interaksi dan gaya hidup masyarakat masa kini. Gambaran dari konsep *global village* atau desa global yang dicetuskan oleh McLuhan diyakini bahwa media memiliki potensi kuat untuk mempengaruhi secara drastis pola sistem sosial-budaya masyarakat (Purwasito, 2015). Hubungan antara masyarakat dengan media baru berkaitan pula dengan konsep *cybercommunity* atau masyarakat maya yaitu sebuah komunitas yang 'hidup' dalam ruang siber dan menciptakan realitas baru yaitu realitas virtual (Bungin, 2013). Kondisi tersebut menandakan masuknya masyarakat di era post-modernisme di mana hadirnya dunia yang disesaki informasi dalam balutan globalisasi sehingga tidak lagi dipermasalahkan oleh batas-batas geografis (Ilham, 2018).

Perkembangan teknologi digital dari masa transisi media lama ke media baru seperti saat ini memberikan ruang interaksi digital yang memungkinkan individu untuk membangun relasi dan berpartisipasi ke dalam sebuah komunitas maupun kelompok organisasi berbasis virtual atas dasar kesamaan minat, ketertarikan, maupun tujuan yang ingin dicapai termasuk gerakan sosial. Komunitas virtual adalah komunitas yang terbentuk di dunia siber oleh para pengguna karena adanya kesamaan, saling melakukan interaksi dan relasi yang difasilitasi oleh medium komputer terkoneksi internet (Nasrullah, 2013). Keadaan tersebut dimanfaatkan banyak kelompok membentuk komunitas virtual sebagai wadah menyuarakan gagasan-gagasannya agar mudah dipertukarkan, didiskusikan, mengajak sebuah gerakan, hingga kemudian menghasilkan opini publik dan terjadi perubahan sosial. Banyaknya komunitas virtual yang muncul merupakan suatu tren yang memungkinkan manusia berkegiatan di ruang digital bersama.

Realitas mengenai bentuk hubungan dan interaksi antar manusia yang dijembatani oleh teknologi digital dalam kaca mata ilmiah dapat dikaji melalui teori *Computer Mediated Communication* (CMC) atau komunikasi termediasi komputer. Secara sederhana, CMC adalah segala bentuk komunikasi yang dimediasi oleh teknologi digital (Littlejohn & Foss, 2009). Internet sebagai penopang bentuk CMC telah menjadi jembatan untuk individu berinteraksi sampai pada pelibatan emosi secara virtual (Nasrullah, 2015). Cakupan dari CMC itu sendiri termasuk sistem obrolan (*chatting*), *World Wide Web* (WWW), termasuk sistem tekstual, grafis, fotografi, *audio*, dan *video* disamping aspek-aspek *hyperlink*, CMC juga mencakup berbagi *video* seperti Youtube dan sistem jejaring sosial dan sistem pencarian pertemanan seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain sebagainya (Arnus, 2015).

Media baru merupakan integrasi atau penggabungan media dan jaringan sosial dan sebagai indikator komunikasi struktural (Dijk, 2006). Media baru menghasilkan jaringan internet dalam bentuk perangkat digital seperti *mobile phone* yang memudahkan manusia berkomunikasi, saling berinteraksi, bersosialisasi, dan melakukan aktivitas bisnis (Irfan, 2014). Terdapat tiga karakteristik utama pada media baru yaitu integrasi (lengkap), interaktif (komunikasi dua arah), dan digital (aneka lambang disederhanakan ke dalam *binary digits*) (Hapsari, 2014). Media baru menjadi saluran penyampaian pesan yang utama termasuk kegiatan komunikasi massa yang berhubungan dengan kegiatan manusia (Azeharie & Kusuma, 2014).

Berdasarkan hasil survey Hootsuite (*We are Social*): *Indonesian Digital Report 2021*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 170 juta atau 61,8% dari jumlah populasi di Indonesia (Hootsuite, 2021). Data tersebut menunjukkan bagaimana media baru kini telah menjadi ruang interaksi digital bagi masyarakat Indonesia secara luas. Boyd menegaskan bahwa kemunculan media sosial membuat setiap individu maupun komunitas dapat berkomunikasi, berkumpul, serta saling berkolaborasi (Akbar, 2016).

Media digital membentuk perubahan partisipasi dan aktivisme digital. Bennet dan Segerberg merumuskan kerangka konsep baru untuk memahami dinamika aktivisme dalam ruang digital. Konsep ini disebut aksi konektif (*connective action*) atau pola partisipasi individual berdasarkan konektivitas media digital. *Connective action* adalah sebuah konsep yang menjelaskan bahwa gerakan sosial di era sekarang mungkin saja tidak memiliki pemimpin, tidak memiliki struktur organisasi yang jelas, dan seorang anggota dapat dengan mudah bergabung atau meninggalkan sebuah aksi (Bennett &

Segerberg, 2012). Hal ini terjadi karena kehadiran media sosial berperan utama dalam menyediakan ruang publik baru untuk melakukan aksi dengan pola baru yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya (Iosifidis & Wheeler, 2016). Pada konsep *connective action* yang menjadi ikatan adalah kesamaan preferensi personal. Dalam ruang maya, aktivisme politik bersifat cair, fleksibel, dan tidak mengikat karena dilakukan secara personal, tetapi terkoneksi satu sama lain oleh kepedulian bersama akan isu tertentu.

Bentuk aktivisme atau gerakan sosial yang umum dikenal biasanya merupakan aksi langsung, seperti kampanye, protes, boikot, demonstrasi, ataupun membentuk komunitas, mempromosikan gagasan, menulis surat dan petisi (Foundation, 2017). Gerakan sosial marak terjadi di Indonesia, terlebih sejak era reformasi dan meluasnya penggunaan internet serta munculnya berbagai *platform* di media baru (Hapsari, 2014). Saat ini, telah terjadi pergeseran di mana aktivisme dalam membentuk gerakan sosial tidak lagi sepenuhnya dilakukan secara langsung atau dalam bentuk kegiatan fisik. Namun, ada peran media baru sebagai penggerak aktivisme tersebut hingga membentuk gerakan sosial.

Aktivisme digital di Indonesia terdahulu yang terbilang sukses yaitu kasus Cicak VS Buaya (kasus KPK) dan kasus Prita Mulyasari (Koin Untuk Prita). Kedua kasus tersebut menunjukkan peran jejaring sosial yang menguat untuk menjadi ruang publik (*public sphere*) bagi komunitas *virtual* (Heryanto, 2018). Tren aktivisme digital memang menghangat seiring dengan munculnya berbagai gerakan politik di berbagai belahan Negara dunia (Jati, 2016). Namun, aktivisme digital kemudian berkembang dan meluas, tidak hanya melingkupi gerakan politik namun juga pada isu-isu sosial. Saat ini banyak gerakan sosial yang menggunakan media baru untuk mengembangkan jaringannya, antara lain gerakan relawan bencana alam, gerakan kemanusiaan, gerakan lingkungan dan berbagai gerakan sosial lainnya (Hapsari, 2014).

Lim (2013) menguraikan adanya kondisi-kondisi tertentu yang membuat suatu aktivisme media sosial berhasil di Indonesia. Aktivisme media sosial lebih mungkin berhasil memobilisasi dukungan massa ketika narasinya sederhana, terkait tindakan berisiko rendah, dan sejalan dengan narasi dominan seperti nasionalisme dan religiustias (Lim, 2013). Maka dari itu, perspektif sosial dalam pemanfaatan teknologi digital di Indonesia menjadi penting untuk dipertimbangkan. Pemanfaatan teknologi digital tidak lagi hanya berfungsi untuk konsumsi masyarakat namun dapat digunakan untuk tujuan sosial meliputi pemberdayaan masyarakat, inovasi dalam konteks edukasi, mengatasi ketimpangan ekonomi, menyelesaikan isu hak asasi manusia, hingga gerakan-gerakan sosial lainnya secara luas (Rahmawan, Mahameruaji, & Janitra, 2020).

Berbagai kajian tentang gerakan sosial di ranah digital memiliki fokus yang berbeda-beda. Menurut Eriyanto (2019), secara umum fokus studi dapat dibagi menjadi dua kategori besar. Pertama, studi yang melihat teknologi digital sebagai perpanjangan tangan dari gerakan sosial *offline*. Kajian-kajian yang meneliti fokus ini melihat teknologi digital sebagai media yang dimanfaatkan oleh para pelaku gerakan sosial untuk menyebarkan ide dan mendapatkan dukungan dari publik. Menurut pandangan para peneliti dalam kajian tersebut yaitu aktivisme digital merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivisme di dunia nyata. Para pelaku gerakan sosial melihat dunia digital sebagai media untuk menciptakan mobilisasi dan dukungan bagi setiap gerakan sosial. Kedua, studi yang melihat gerakan sosial atau aktivisme digital sebagai bagian independen dan otonom dari setiap gerakan sosial *offline*. Kehadiran sosial yang nyata di dunia sosial (seperti demonstrasi, boikot untuk protes, pawai, dan sebagainya) bukanlah prasyarat dari aktivisme digital. Dengan kata lain, keberhasilan aktivisme digital tidak diukur dari apakah aktivisme digital memiliki pengaruh dalam membentuk gerakan *offline* (Eriyanto, 2019).

Sejalan dengan itu, beberapa literatur terkait media baru dan aktivisme digital telah dikaji dari berbagai sudut pandang. Penelitian seputar komunitas kesukarelawanan dan isu-isu sosial serta lingkungan menjadi salah fokus pada penelitian aktivisme digital di Indonesia. Aktivisme digital terkait isu lingkungan hidup terbukti efektif pada organisasi mahasiswa pecinta lingkungan (@KeSEMat) yang memanfaatkan Twitter dalam aktivismenya. Semakin tinggi frekuensi akses seseorang terhadap Twitter, semakin tinggi perubahan perilaku yang terjadi, sehingga semakin tinggi pula keterlibatan orang tersebut dalam kegiatan aktivisme sosial secara *offline* (Kapriani & Lubis,

2014). Lain halnya dengan komunitas mahasiswa pecinta alam di Universitas Sumatera Utara, hasil penelitian menunjukkan komunitas belum optimal dalam membangun kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan melalui instagram karena perencanaan hingga pelaksanaannya yang tidak maksimal (Nurbani & Ananda, 2019). Hal itu menunjukkan bahwa peran manusia sebagai *user* juga sangat penting dalam memaksimalkan pemanfaatan media sosial untuk menggerakkan suatu aktivisme.

Penelitian terhadap kaum muda Yogyakarta yang terhimpun dalam berbagai komunitas juga menunjukkan bahwa media sosial membentuk gerakan sosial yang sangat efektif dalam menarik perhatian publik baik di bidang pendidikan, lingkungan, dan sosial. Sebagai komunitas, mereka berhasil memanfaatkan media sosial sebagai penyeimbang, pengingat, dan suplemen gerakan baru komunitas kaum muda (Dewantara & Widhyharto, 2015). Melalui tinjauan terhadap beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hal sebaliknya dari keyakinan keyakinan bahwa era digital melemahkan gerakan kolektif karena ia membuat manusia jadi semakin individual (Nastiti, 2017). Beberapa penelitian di atas juga menunjukkan arah pemanfaatan media baru dalam upaya membangun kepedulian maupun kesadaran terhadap isu lingkungan sebagai kajian yang penting.

Seiring berkembangnya teknologi digital, pemanfaatan media baru juga menjadi semakin variatif. Sebagaimana organisasi nirlaba atau *Non-Governmental Organization* (NGO) Saling.id (Sahabat Lingkungan), yaitu sebuah lembaga swadaya masyarakat di kota Sukabumi yang dibentuk sejak 2018 dan memiliki fokus terhadap isu-isu lingkungan khususnya isu sampah. Saling.id utamanya melakukan sosialisasi melalui akun instagram. Namun, Saling.id juga melakukan pendekatan melalui *platform* lainnya dalam berbagai format seperti layanan *streaming* dan *video conference*. Pengenalan terhadap aktivisme digital pada komunitas Saling.id ditekankan dengan menggunakan *hashtag* yaitu #kitaduluaja dan *hashtag* lainnya yang disesuaikan dengan setiap momen. Saling.id berfokus pada investasi sumber daya manusia, sehingga sasaran khalayaknya yaitu menyentuh jenjang pendidikan dan milenial. Hal itu menarik untuk diamati dan diteliti lebih jauh guna mendapatkan suatu temuan sosial yang bermanfaat.

Mengglobalnya isu lingkungan hidup menjadikan isu ini penting dalam diskursus masyarakat postmodern. Sebagai dampak dari modernisme dengan spirit materialisme dan konsumerisme mengakibatkan rusaknya lingkungan hingga nilai-nilai masyarakatnya sendiri. Pada titik ini, post-modernisme mengkritik atas peran kapitalisme yang menyebabkan degradasi ekologi yang luar biasa (Muthmainnah, Mustansyir, & Tjahyadi, 2020).

Penelitian aktivisme digital terkait isu lingkungan ini dilakukan terhadap komunitas kesukarelawanan di Sukabumi yaitu Saling.id. Berdasarkan hasil survey *Research and Literacy Institute* (RLI) 2019 terkait perilaku remaja Sukabumi menunjukkan bahwa intensitas mereka mengakses internet cukup tinggi yaitu sebanyak 37,57% dengan durasi lebih dari enam jam sehari (Mulyawan, 2019). Namun, tingginya penetrasi penggunaan internet tersebut nampaknya tidak diiringi dengan kecakapan atau literasi media (Zaenudin, Affandi, Priandono, & Haryanegara, 2020).

Melihat fenomena tersebut, maka menjadi penting dan menarik untuk mengetahui bagaimana isu lingkungan diangkat dalam gerakan sosial secara *online* (*online social movement*) yang menjadi pilihan masyarakat kontemporer saat ini dalam melakukan aktivisme. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media baru dalam aktivisme digital terkait isu lingkungan hidup yang dilakukan oleh Saling.id. Fokus penelitian ini guna mengetahui dinamika aktivisme digital dalam komunitas atau organisasi hingga masyarakat yang lebih luas, serta potensinya dalam pemberdayaan masyarakat secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa teks yang berupaya untuk menangkap arti yang terdalam dari suatu gejala, fakta, atau realita (Raco, 2010). Penelitian dengan tipe deskriptif merupakan sebuah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Pada penelitian ini, metode kualitatif digunakan untuk

memahami proses dan dinamika hubungan secara terperinci yang terjadi dalam suatu organisasi atau komunitas.

Pengumpulan data diperoleh dari sumber data primer, yaitu sumber data utama berasal dari wawancara terhadap dua orang informan, yaitu Dede Ruslan sebagai *CEO* sekaligus *founder* Saling (Sahabat Lingkungan), dan Vina Oktaviani selaku *Social Media Manager* Saling (Sahabat Lingkungan). Kemudian, observasi yang menekankan pengamatan pada aktivitas Saling.id di Website serta media sosial yaitu akun Instagram @saling.id. Upaya tersebut dilakukan guna memperoleh gambaran aktivitas digital yang terekam dalam berbagai konten di *platform* yang tersedia. Pengumpulan data juga diperoleh dari data sekunder berupa dokumen atau literatur relevan yang mendukung penelitian.

Pada tahapan analisis data, peneliti melakukan pengumpulan data kemudian dikaji secara berulang untuk kemudian dilakukan reduksi data yaitu, proses pemilihan, fokus perhatian, dan identifikasi secara spesifik terhadap data-data yang penting, menarik, dan relevan dari para informan. Pada tahap akhir, peneliti membuat kesimpulan melalui upaya interpretasi dengan merujuk pada teori dan konsep yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Riset ini meneliti sebuah organisasi nirlaba yang melakukan gerakan sosial dengan memanfaatkan media baru sebagai ruang interaksinya yaitu Saling (Sahabat Lingkungan). Media sosial utama yang aktif digunakan komunitas Saling yaitu Instagram dengan nama akun Saling.id. Organisasi ini awalnya dibentuk pada tahun 2018 oleh tiga orang aktivis muda di gerakan 1000 Guru Sukabumi, di antaranya adalah Derus, Nevi, dan Wanto. Saling.id merupakan lembaga swadaya masyarakat yang fokus terhadap isu-isu lingkungan. Melalui berbagai *platform* di media sosial, Saling.id berupaya untuk membangun kesadaran (*awareness*) dan kepedulian masyarakat khususnya kalangan anak muda terhadap isu lingkungan terutama terkait kebersihan dan sampah.

Pemberdayaan Masyarakat dalam Isu Lingkungan Hidup

Salah satu cara agar menumbuhkan kepedulian dan meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap terbentuknya lingkungan hidup yang baik ialah melalui pemberdayaan masyarakat itu sendiri. Pemberdayaan masyarakat dapat dipahami sebagai proses pembangunan yang membuat masyarakat berinisiatif untuk memulai kegiatan sosial dalam memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri (Maryani & Nainggolan, 2019). Pada hal ini, lembaga swadaya masyarakat memiliki peran penting dalam memberikan stimulasi, inisiasi, sosialisasi, dan persuasi agar mampu meningkatkan kesadaran hingga partisipasi masyarakat dalam membangun lingkungan hidup yang nyaman dan aman.

Sahabat Lingkungan (Saling) merupakan lembaga swadaya masyarakat yang fokus pada isu lingkungan hidup khususnya pada isu kebersihan lingkungan dan sampah. Saling.id termasuk lembaga swadaya masyarakat yang resmi dan bermitra dengan Dinas Lingkungan Hidup (DLH). Sejak awal terbentuk, Saling mengalami banyak perkembangan dan penyesuaian. Pada mulanya, komunitas Saling menjadi inisiator penanaman seribu pohon di desa Gegerbitung, Sukabumi, hingga saat ini Saling fokus pada isu-isu sampah. Namun pada intinya, Saling bermuara pada keresahan yang sama yaitu terhadap isu lingkungan. Alasan mendasar komunitas Saling ini fokus pada isu sampah ialah karena isu tersebut sangat dekat dengan masyarakat.

“Karena sampah lebih berdekatan dengan masyarakat dibandingkan pohon. Karena tidak setiap hari orang menanam pohon, tapi setiap hari orang membuang sampah. Akhirnya kami terfokus pada isu sampah”. (Hasil wawancara).

Tujuan dibentuknya Saling.id adalah mengadakan gerakan-gerakan sosial yang mampu meningkatkan kesadaran (*awareness*) masyarakat dan menggerakkan partisipasi masyarakat dalam menjaga lingkungan senantiasa bersih dari sampah. Bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan Saling ialah dengan membuat program-program berupa kampanye hingga gerakan sosial yang

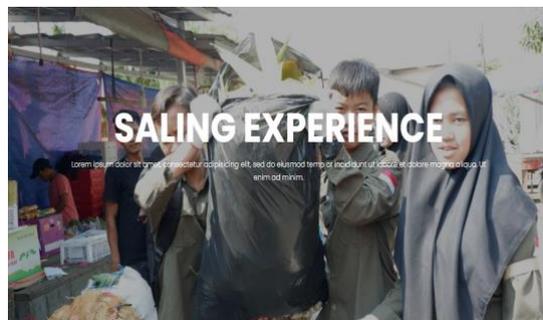
melibatkan masyarakat. Adapun target masyarakat yang disasar oleh Saling.id tersegmentasi pada kalangan anak muda. Anak muda dianggap sebagai sumber daya manusia potensial untuk membangun kesadaran terhadap isu kebersihan dan sampah. Hal itu yang dicita-citakan oleh Saling sebagaimana yang disampaikan Derus (*founder* Sahabat Lingkungan).

“Sekarang fokus Saling itu adalah investasi sumber daya manusia. Makanya konten kita lebih mengarah untuk anak-anak muda. Karena mereka generasi emas Indonesia, jika tidak dirangkul dari sekarang mau seperti apa nanti kan. Makanya kita bikin kegiatan yang anak muda banget” (Hasil wawancara).

Sejalan dengan salah satu tujuan dari pemberdayaan masyarakat yaitu tercapainya perbaikan lingkungan (*better environment*) (Mardikanto & Soebiato, 2015), Saling.id memosisikan isu sampah sebagai isu krusial di tengah-tengah masyarakat khususnya kalangan anak muda. Langkah dasar dalam hal pemberdayaan masyarakat yang dilakukan Saling.id ialah dengan membangun ekosistem yang kuat terlebih dahulu. Bagaimanapun, masyarakat sebagai bagian dari sebuah ekosistem akan memberi pengaruh terhadap lingkungannya, baik secara langsung maupun tidak langsung (Yazid & Alhidayatillah, 2017). Dalam hal ini, Saling.id melakukan pendekatan terhadap audiens sasaran Saling.id yaitu anak-anak muda sebagai ekosistemnya.

“Yang pertama, kita mau membangun ekosistemnya dulu. Biar ketika ekosistem sudah jalan, dukunganpun akan kuat. Kalau sekarang kita berpikir belum kuat untuk mengadvokasi, kita masuk keranah campaign, awareness, dan ranah ekosistem. Karena ketika ekosistemnya udah jalan, orang-orang di belakangpun juga akan ikut mendorong ekosistem yang berjalan”. (Hasil wawancara).

Upaya membangun dan memperkuat ekosistem membutuhkan partisipasi nyata dari masyarakat sebagai penunjang signifikan tercapainya tujuan pemberdayaan masyarakat. Partisipasi tersebut mencakup keterlibatan secara mental dan emosi yang muncul dalam bentuk kepedulian, rasa memiliki, aksi nyata, dan perilaku yang mendukung untuk membersihkan lingkungan. Individu yang mau terlibat dalam menjaga kondisi lingkungan akan membuat kegiatan dan terobosan-terobosan baru untuk menjaga lingkungan (Yazid & Alhidayatillah, 2017).

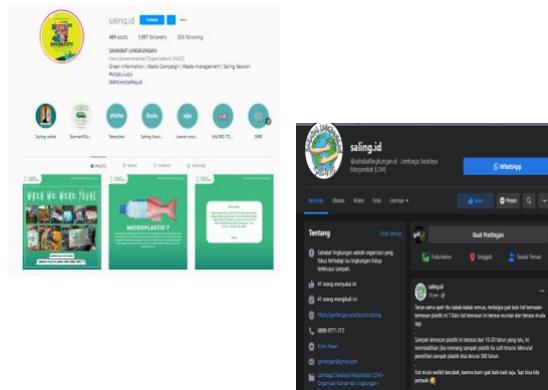


Gambar 1. Gerakan Sosial Saling.id Tahun 2020

Sumber: Website saling.id

Hal itu dilakukan Saling.id dalam bentuk program-program yang melibatkan partisipasi masyarakat secara langsung, khususnya kalangan anak muda. Salah satu programnya adalah *green action*, *running cleaning* yaitu kegiatan mengumpulkan sampah di area publik, *Ngeecobrick* yaitu kegiatan memadatkan limbah anorganik ke dalam AMDK untuk dijadikan meja, kursi, *backdrop*, atau pengganti bata, dan program-program pengelolaan limbah atau sampah menjadi produk yang memiliki fungsi dan guna lainnya.

Salah satu program unggulan pemberdayaan masyarakat oleh Saling.id yang menyasar anak muda program Saling Jagoan Sekolah. Program ini merupakan upaya Saling.id untuk menyiapkan investasi sumber daya manusia agar memiliki kepedulian terhadap kebersihan lingkungan dan isu sampah. Dengan menjadikan anak sekolah sebagai agen Saling.id, maka Saling.id juga menanamkan bibit untuk menumbuhkan sekolah tersebut menjadi sekolah adiwiyata yaitu sekolah yang peduli dan berbudaya lingkungan.



“Untuk program unggulan yang mau jalan seperti Saling Jagoan Sekolah, ini adalah program yang akan mengakomodir anak sekolah untuk jadi ambassador-nya Saling.id yang nantinya sekolah yang ada (ambassador) Saling.id-nya minimal menjadi sekolah adiwiyata”.

Sumber: Hasil wawancara

Upaya Saling.id dalam investasi sumber daya manusia pada program Saling Jagoan Sekolah tidak hanya pada sektor lingkungan dan isu sampah, namun juga memberikan edukasi pada *ambassador-ambassador* muda dengan beberapa *soft skill* sebagai bentuk pendidikan karakter.

“Ambassador ini juga tidak hanya diajarkan lingkungna saja, tetapi diajarkan komunikasi, manajemen, hukum, dan financial management, dan sebagainya. Karena intinya adalah Saling Jagoan Sekolah ini adalah pendidikan karakter agar ketika mereka keluar sekolah itu mereka sudah terarah mau kemana”.

Sumber: Hasil wawancara

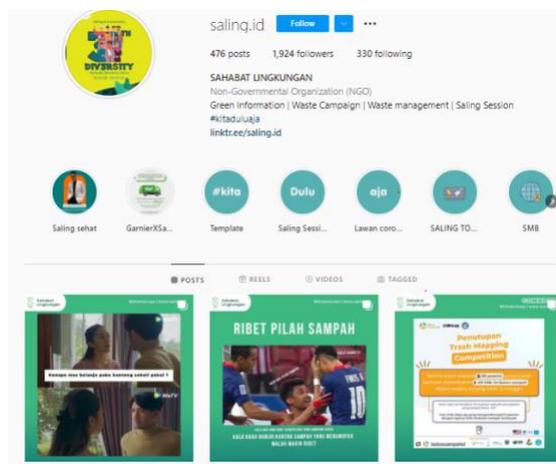
Aktivisme Digital Isu Lingkungan Hidup dalam Komunitas Saling

Teknologi digital dalam berbagai bentuknya dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan, menggalang dukungan, mengarahkan mobilisasi (pergerakan) massa, juga mengumpulkan tanda tangan, donasi, dan sebagainya. Singkatnya, aksi-aksi ini berawal atau menjadi perhatian di ranah *online*, namun tidak meninggalkan atau diikuti dengan aksi-aksi di ranah *offline* (Kemudi, 2017).

Aktivisme digital umumnya memanfaatkan media sosial. Komunitas yang diisi oleh kaum muda

Gambar 2. Akun Instagram dan Facebook Saling.id Tahun 2021

seperti Saling.id memiliki kesempatan yang sangat terbuka untuk menggunakan media sosial sebagai ruang untuk mengembangkan kegiatan mereka seperti, pemberdayaan masyarakat dan mengembangkan diri sebagai bagian dari masyarakat sipil. Dengan demikian, mereka mencoba untuk merespons permasalahan yang ada di masyarakat, mencari dukungan dan partisipasi masyarakat dalam mencapai tujuannya.



Gambar 3. Akun Instagram Saling Tahun 2021

Saling.id melakukan pendekatan terhadap kalangan anak muda dengan cara mengemas program-program yang atraktif dan kreatif melalui berbagai *platform* digital seperti media sosial, sehingga pesan dapat menyentuh minat dan keterkarikan lapisan anak muda. Media baru telah memfasilitasi ruang publik bagi kaum muda, didukung dengan semakin meningkatnya *digital native* yang membuat ruang publik media sosial menjadi sebuah *pop-culture* baru.

Aktivisme yang digerakkan Saling.id dilakukan secara *hybrid* yaitu perpaduan antara *collective actions* dengan *connective actions*. Saling.id memaksimalkan pemanfaatan media baru untuk menyebarluaskan pesan berupa konten-konten digital seperti kampanye ataupun acara kolaborasi. Adapun *platform* yang digunakan Saling.id yaitu Instagram sebagai *platform* utama, Website, YouTube, TikTok, dan Facebook. Di setiap *platform*, Saling.id menyajikan konten-konten digital beragam yang mengandung pesan dan seruan untuk peduli terhadap lingkungan.

“Sejak awal pergerakan saling sudah di offline dan online. Salah satu contoh gerakan offline ada program green action dan untuk program gerakan online kita lebih ke campaign seputar ramah lingkungan dan medianya itu ada Instagram, Tiktok, Facebook, dan Youtube”.(Hasil wawancara).

Aktivisme dengan jenis *organizationally-enabled action* merupakan aktivisme yang digerakkan oleh kelompok atau organisasi yang memiliki struktur yang formal dan jelas. Saling.id memiliki struktur formal yang mencakup *top level management* yaitu terdiri dari *Chief Executive Officer* (CEO), *Chief Operating Officer* (COO), dan *Chief Financial Officer* (CFO). Selanjutnya ada yang berperan sebagai *head department* yang membawahi *social media manager*, *volunteer coordinator*, *financial manager*, *admin*, *brand ambassador*, dan *staff research and development*.



Gambar 4. Poster *offline events* di Website Saling.id Tahun 2020-2021
Sumber: Website Saling.id

Meskipun strukturnya bersifat formal, keanggotaan dalam organisasi Saling.id bersifat terbuka yaitu mengikuti logika *hybrid* dalam konektivitas digital yang menghubungkan antara Saling.id dengan khalayak. Saling.id membuka partisipasi kesukarelawanan atau *volunteering* bagi yang ingin terlibat dalam program-program mereka. Oleh karena itu, dalam aktivismenya tidak terbatas untuk anggota yang resmi tergabung dalam struktural Saling.id. Peran Saling.id ialah menjadi koordinator atau lembaga penggerak aktivisme terkait isu-isu lingkungan dan sampah sebagaimana aktivisme dalam bentuk *organizationally-enabled action*. Adapun masyarakat yang terlibat adalah pihak yang mengikuti apa yang diagendakan.

Pemanfaatan Media Baru dalam Aktivisme Digital Isu Lingkungan Hidup

Bentuk aktivisme digital yang dilakukan Saling.id ialah penggunaan tagar atau *hashtag* pada setiap konten mengenai program-program aktivismenya di setiap *platform* yang ada. Saling.id menggunakan #kitaduluaja sebagai *tagline* yang menjadi ciri dari gerakan-gerakan yang diusung. Tidak hanya #kitaduluaja, penggunaan *hashtag* juga disesuaikan dengan tiap-tiap kegiatan sesuai dengan tema dan jenis program yang dilakukan. Beberapa *hashtag* lainnya yang dicantumkan pada konten-konten di berbagai *platform* Saling.id di antaranya #BisaTanpaPlastik, #JagaBumi, #PeduliLingkungan, #zeroaste, #saveearth, dan *hashtag* lainnya seputar isu lingkungan sesuai dengan *event* atau program yang diselenggarakan.

“Dari awal memang tagline Saling.id dan hashtag masih sama, yaitu #kitaduluaja. Kalau hastag yang lain lebih mengikuti untuk gerakan jika sedang berkolaborasi. Tapi untuk hastag originalnya #kitaduluaja”.(Hasil wawancara)

Menurut Yang (2016, dalam Eriyanto, 2019), penggunaan *hashtag* berperan penting dalam aktivisme digital. Beberapa ahli menjelaskan bagaimana *hashtag* dapat mendorong mobilisasi dalam aktivisme digital. Pertama, *hashtag* mampu menciptakan komunitas imajinatif, artinya pengguna media sosial dapat berbagi pendapat dan tergabung dalam diskusi tentang topik yang sama meskipun mereka mungkin tidak saling mengenal dan tanpa harus menjadi pengikut akun media sosial tertentu (Bruns & Burgess, 2012). Kedua, *hashtag* mampu memberikan struktur naratif ataupun cerita sehingga gerakan sosial yang digaungkan seolah menjadi masalah bagi masyarakat pengguna media sosial. Mereka seolah-olah menjadi bagian dari komunitas yang sama dan membicarakan orang serta peristiwa yang sama (Yang, 2016).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *hashtag* di setiap konten Saling.id telah memperluas jangkauan paparan konten kepada para pengguna media sosial di luar *followers* Saling.id itu sendiri. Saling.id mendapatkan undangan sebagai narasumber ataupun mitra dari berbagai pihak yang berasal dari luar Sukabumi. Hal itu menunjukkan bagaimana *hashtag* dapat mempertemukan individu maupun komunitas dan terkoneksi satu sama lain dengan Saling.id.

“Alhamdulillah exposure dan jangkauannya udah luas. Tidak dilihat dari insight yang ada di Instagram, tapi yang ngundang kita jadi narasumber dan media partner banyak banget dan bukan dari Sukabumi aja, hampir semuanya dari luar kota (Jakarta, Bandung, Semarang, Jogjakarta, Surabaya, Makassar). Entah dari hashtag atau dari mana yang jelas tiap hari kita memang ngonten. Intinya apapun kegiatannya pasti ada #kitaduluaja”.(Hasil wawancara).

Pemanfaatan media baru untuk aktivisme digital yang dilakukan Saling.id di antaranya kampanye seputar isu lingkungan, seminar dan *workshop online* seputar pemanfaatan limbah dan sampah, hingga rekrutmen *volunteer* untuk aksi bersih-bersih secara langsung, dalam hal ini aktivisme digital yang dilanjutkan dengan aksis sosial secara langsung atau konsep aktivisme *hybrid*..

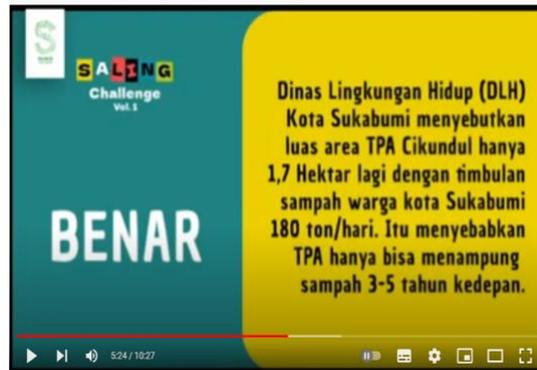
Salah satu aktivisme digital berupa kampanye *online* melalui akun Instagram Saling.id yaitu ajakan untuk memisahkan sampah organik dan non-organik. Kampanye ini tidak sekadar seruan saja namun juga melibatkan partisipasi nyata dari masyarakat yang terlibat yaitu dengan memotret dan merekam aksi partisipan yang sedang menyortir sampah, kemudian mengunggahnya di akun Instagram masing-masing dengan menyertai *hashtag* #OneGreenStepMatters.



Gambar 5. Kampanye #OneGreenStepMatters Tahun 2022
Sumber: Instagram Saling.id

Kampanye seperti ini memungkinkan untuk menggerakkan orang-orang terlibat dalam aksi peduli lingkungan secara nyata tanpa harus tergabung ke dalam komunitas ataupun datang sebagai kumpulan massa. Kampanye yang dilakukanpun akan berlanjut penyebarannya seperti pola *snowball* yaitu ketika seseorang mengikuti kampanye #OneGreenStepMatters di media sosial, secara praktiknya partisipan tersebut juga menyebarkan kampanye tersebut kepada *mutual friend* lainnya. Dengan demikian, penyebaran dan penggunaan *hashtag* dan isi pesan kampanye tersebut semakin meluas.

Saling.id menyesuaikan konten-konten yang dibagikan di berbagai *platform* dengan tren yang sedang populer di media sosial agar lebih *relateable* dengan ketertarikan anak muda sehingga lebih mudah untuk saling terkoneksi. Namun, tanpa mengurangi esensi dari tujuan pesan yang disampaikan yaitu edukasi dan persuasi terkait kesadaran terhadap isu lingkungan. Salah satu contoh kontennya yaitu *video challenge* dengan konsep dasar tanya-jawab seputar isu-isu sampah dan lingkungan, namun dikemas dalam bentuk *video* parodi sebuah *series* populer yaitu *Squid Game*. Video tersebut ditayangkan di YouTube Saling.id dengan judul *Saling Game*.



Squid Game Ala-Ala | Saling Challenge Vol 1. Benar / Salah.

Gambar 6. Video Edukasi Kreatif di YouTube Saling.id Tahun 2021

Upaya Saling.id lainnya dalam membawa isu lingkungan agar lebih dekat dengan anak muda yaitu dengan berkolaborasi bersama para musisi. Sebuah kolaborasi yang bertajuk “Berkarya Untuk Bumi” merupakan sebuah program kolektif musisi lokal sukabumi untuk berkarya bersama membuat sebuah lagu yang bertemakan bumi yang diinisiasi oleh Saling.id. Melalui musik, Saling.id bertujuan untuk dapat merangkul anak muda agar lebih peduli terhadap lingkungan.

“Kita sedang berkolaborasi dengan musisi-musisi karena kita mau merangkul anak muda, karena mereka sering nonton (pertunjukan) musik. Nah, nanti musisi akan nyumbang empat bait lagi nanti digabungkan menjadi sebuah lagu tentang bumi”. (Hasil wawancara).



Gambar 7. Program Kolaborasi Saling.id dengan Musisi Tahun 2022

Potensi dari media baru memberikan kemudahan Saling.id atas ketercapaian tujuannya terkait pemberdayaan masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Berdasarkan hasil wawancara, di antara media baru yang dimanfaatkan Saling.id, Instagram memiliki tingkat efektivitas yang paling tinggi dalam menjangkau audiens (*exposure*).

“Untuk platform digital kami pakai semuanya. Kita memakai TikTok, dan baru mulai pakai YouTube untuk streaming, WEB. Tapi, untuk efektivitas, efektif banget Instagram karena di tengah keadaan pandemi yang prihatin ini, Saling.id Alhamdulillah tidak terlalu berdampak, malah banyak keuntungan karena mungkin kita sering ngonten”. (Hasil wawancara)

Efektivitas Instagram dalam pemanfaatan media oleh Saling.id tidak terlepas dari luasnya penggunaan Instagram di kalangan masyarakat Indonesia. Hasil survey *survey* Hootsuite (*We are Social*): *Indonesian Digital Report 2021* menunjukkan bahwa Instagram berada di peringkat ketiga dalam kategori *platform* media sosial yang paling banyak digunakan pengguna *internet* di Indonesia yaitu sebesar 86,6% (Hootsuite, 2021). Dalam hal ini, Saling.id mampu memanfaatkan media baru secara tepat dalam pemberdayaan masyarakat terkait isu-isu lingkungan dan sampah, khususnya yang menasar kalangan anak muda.

Realitas perubahan sosial di era *post-modern* ditandai oleh dominasi teknologi informasi yang melahirkan realitas semu, ruang publik di dunia maya yang dimanfaatkan bagi *digital native* sebagai media untuk menyalurkan aspirasi sosial politik sehingga diperkirakan dapat mendorong perkembangan demokrasi deliberatif (Maharani, 2019). Dalam konteks penelitian ini, komunitas Saling.id tidak hanya menjadi ruang komunikasi namun juga ruang publik (*public sphere*) khususnya bagi para *digital natives* dalam menyalurkan aspirasi khususnya terkait isu-isu kebersihan lingkungan.

Keunggulan *digital natives* ialah mampu menyesuaikan diri dalam beradaptasi dengan iklim komunikasi untuk mendukung pengembangan diri (*self-improvement*) mereka. *Digital natives* dari kalangan generasi Z memiliki interpretasi tersendiri mengenai komunikasi di dunia maya yang menunjukkan besarnya potensi komunikasi di dunia maya bagi pengembangan diri mereka. Sejalan dengan perspektif *post-modernisme*, generasi Z menginterpretasikan dan meyakini bahwa realitas maya (*online*) tidak lagi hanya sebagai pelengkap dari dunia nyata, namun secara pesat dapat beralih sebagai substitusi dari yang nyata. Batasan antara yang nyata dan yang maya menjadi semakin kabur (Purbaningrum & Sudarmanti, 2022).

Komunikasi yang termediasi komputer (*computer mediated communication*) menjadi basis dari bentuk interaksi yang dilakukan komunitas Saling.id. Untuk mencapai tujuannya, selain memanfaatkan CMC, Saling.id melakukan gerakan aktivisme secara *hybrid* yaitu perpaduan antara *collective actions* dengan *connective actions*. Bentuk interaksi pada kelompok Saling.id di media sosial merupakan interaksi termediasi di mana media sosial, dalam hal ini Instagram, menjadi wadah yang menjembatani interaksi antara anggota kelompok, para pengikut (*followers*), maupun para pengguna Instagram secara umum melalui fitur komentar maupun *direct message*. Melalui Instagram, komunitas Saling.id mampu menjangkau target audiens yang lebih luas dengan cara yang efisien. Ini merupakan salah satu karakteristik CMC yaitu bersifat *asynchronous* di mana keterbatasan ruang dan waktu tidak lagi menghalangi proses interaksi dalam CMC. Hanya saja, kekurangan pada CMC ialah menyusutnya sistem isyarat *nonverbal* lantaran kapasitas teknologi komunikasi dalam CMC atau yang disebut sebagai *cues-filtered out* yaitu situasi komunikasi yang mengurangi peluang seseorang untuk menangkap tanda-tanda komunikasi, termasuk sinyal *nonverbal* yang terlibat komunikasi dengannya (Berger, Roloff, & David, 2014).

Tujuan dibentuknya Saling.id adalah mengadakan gerakan-gerakan sosial yang mampu meningkatkan kesadaran (*awareness*) masyarakat terhadap kesadaran untuk menjaga lingkungan senantiasa bersih dari sampah. Bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan Saling ialah dengan membuat program-program berupa kampanye hingga gerakan sosial yang melibatkan masyarakat terutama kepada anak-anak muda yang akan menjadi generasi penerus bangsa. Sejalan dengan salah satu tujuan dari pemberdayaan masyarakat yaitu tercapainya perbaikan lingkungan (*better environment*) (Mardikanto & Soebiato, 2015), Saling.id memposisikan isu sampah sebagai isu krusial di tengah-tengah masyarakat khususnya kalangan anak muda.

Saling.id memaksimalkan pemanfaatan media baru untuk menyebarluaskan pesan berupa konten-konten digital seperti kampanye ataupun acara kolaborasi. Adapun *platform* yang digunakan Saling.id yaitu Instagram sebagai *platform* utama, Website, YouTube, TikTok, dan Facebook. Di setiap *platform*, Saling.id menyajikan konten-konten digital beragam yang mengandung pesan dan seruan untuk peduli terhadap lingkungan. Sebagai upaya meningkatkan *awareness* hingga upaya

pemasaran, pemanfaatan media sosial merupakan strategi yang tepat. Beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk mengimbangi tantangan post-modernisme yaitu dengan mengoptimalkan media sosial dengan unggahan yang membangkitkan emosi, konten interaktif, dan disertai penggunaan *hashtag* (Teguh & Ciawati, 2020). Upaya-upaya tersebut juga dilakukan Saling.id untuk membangun interaksi pada komunitas dan jaringan antara audiens pengguna Instagram.

Isu-isu yang diangkat dalam gerakan sosial umumnya seputar isu di bidang sosial dan politik. Merujuk pada Mongabay, sebuah situs Web tentang isu lingkungan yang populer dan berita konservasi sejak 1999, diskusi mengenai topik lingkungan hidup di Indonesia sangat beragam seperti perubahan iklim, perlindungan satwa, perkebunan, polusi, dan sebagainya. Di bidang sosial, isu lingkungan hidup saat ini menjadi misi bagi berbagai gerakan sosial secara global dengan tujuan untuk membawa perubahan sosial yang nyata, khususnya pada kesadaran terhadap isu lingkungan hidup. Pada konteks Indonesia, isu-isu lingkungan hidup tersebar ke beberapa isu yang lebih spesifik (Sanjaya, 2017). Sebagaimana pada komunitas Saling.id yang fokus dan secara spesifik memiliki konsentrasi pada isu kebersihan lingkungan dan sampah.

Bentuk aktivisme digital yang dilakukan Saling.id ialah penggunaan tagar atau *hashtag* pada setiap konten mengenai program-program aktivismenya di setiap *platform* yang ada. Saling.id menggunakan #kitaduluaja sebagai *tagline original* yang menjadi ciri dari gerakan-gerakan yang diusung. Terdapat temuan beberapa *hashtag* lainnya seputar isu lingkungan yang dicantumkan pada konten-konten di berbagai *platform* Saling.id tergantung dari event atau program yang diselenggarakan. Menurut Yang (2016, dalam Eriyanto, 2019), penggunaan *hashtag* berperan penting dalam aktivisme digital. Beberapa ahli menjelaskan bagaimana *hashtag* dapat mendorong mobilisasi dalam aktivisme digital.

Aktivisme berakar dari kata “aktif”, sebuah kata dengan makna yang sangat luas, mulai dari terlibat dalam aksi, partisipasi, sibuk, bergerak, sesuatu yang melibatkan usaha, sampai sesuatu yang menyebabkan perubahan atau berpengaruh (Kemudi, 2017). Pada umumnya, bentuk aktivisme yang biasa dikenal berupa gerakan sosial atau aksi langsung yang digerakkan oleh sekelompok orang melalui tindakan nyata atau fisik seperti aksi protes, demonstrasi, kampanye, dan lain sebagainya. Sejak kemunculan internet, banyak gerakan sosial maupun aksi sosial yang bertransformasi dalam wujud aktivisme digital.

Aktivisme adalah sebuah gerakan yang bertujuan membawa perubahan di masyarakat. Biasanya dilakukan oleh sekelompok individu ataupun aktivis sosial yang peduli tentang sebuah isu dan secara terorganisasi melakukan sebuah kegiatan untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan isu tersebut. Salah satu upaya dilaksanakannya kegiatan sosial aktivisme adalah memperkaya pengetahuan mengenai sebuah isu dan memanfaatkan teknologi digital (Nurbani & Ananda, 2019). Aktivisme digital adalah meluasnya penggunaan teknologi digital dalam kampanye untuk perubahan sosial dan politik (Joyce, 2010). Aktivisme digital juga dapat diartikan sebagai penggunaan media digital dalam usaha-usaha kolektif untuk menciptakan perubahan sosial dan politik (Kemudi, 2017). Secara sederhana, aktivisme digital merupakan gerakan atau aksi sosial yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat atau sarana untuk mencapai tujuan gerakan sosial tersebut.

Van Laer dan Aelist menggambarkan dua kategori dari aktivisme digital. Pertama, aktivisme dengan dukungan *internet* yaitu kegiatan ‘fisik’ atau bentuk aktivisme tradisional, namun difasilitasi oleh internet. Kedua, aktivisme berbasis *internet* yaitu kegiatan ‘virtual’ yang lebih baru dibandingkan dengan bentuk “aktivisme dengan dukungan *internet*” di mana aktivisme ini bermula secara *online* (Zahira & Hermanadi, 2021). Sejalan dengan yang dikutip oleh Kristanto esensi dari *connective action* yang membedakannya dari aksi kolektif tradisional adalah jika pada *connective action* teknologi digunakan sebagai konteks gerakan (*technology-as-context*) sedangkan pada aksi kolektif tradisional menggunakan teknologi sebagai alat atau instrumen (*technology-as-instrument*).

Tipologi aktivisme digital juga dikemukakan oleh Bennet dan Segerberg (2013) yang membagi aktivisme digital ke dalam tiga kategori. Pertama, *crowd-enabled action* yang dihasilkan murni dari ekspresi personal individu yang saling menarik berbagai aksi personal lainnya. Dalam tipe ini, media digital menjadi struktur sekaligus agen organisasi. Kedua, *organizationally-enabled action*,

yaitu perpaduan antara logika *hybrid collective* dan *connective action* di mana tetap ada struktur formal yang dikoordinasi oleh suatu badan organisasi, tetapi lewat media digital, lalu organisasi membuka partisipasi individu lewat berbagai kampanye. Ketiga, *organizationally-brokered action* yaitu aksi yang terpusat oleh kontrol organisasi tertentu di mana media digital hanya digunakan sebagai perangkat atau corong untuk menyebarkan gagasan. Anggota dan personel organisasi tetap menjadi aktor inti dalam mobilisasi (Nastiti, 2017).

Agenda dalam aktivisme digital banyak diinisiasi oleh komunitas atau organisasi yang juga berwujud *virtual*. Artinya, organisasi yang dalam proses interaksi dan komunikasi antar anggotanya terkoneksi melalui jaringan *internet* dan teknologi digital. Komunitas *virtual* memiliki karakteristik tersendiri yang menjadikannya berbeda dengan komunitas tradisional pada umumnya. Pertama, agregasi sosial yaitu komunitas *virtual* lebih dekat dengan kategori konektivitas di mana para anggota memungkinkan untuk tidak terikat secara formal. Kedua, keberadaan komunitas *virtual* muncul dari jaringan *internet*. Ketiga, adanya diskusi atau komunikasi melalui saluran atau *platform* yang ditunjang jaringan *internet*. Keempat, diskusi yang terjadi bersifat publik. Terakhir, komunitas *virtual* terdiri dari sejumlah orang dengan adanya kesamaan rasa, bertahan cukup lama, dan bertujuan untuk membentuk jaringan hubungan personal (Kozinets, 2012).

KESIMPULAN

Peran teknologi *internet* melahirkan bauran antara gerakan sosial dengan konektivitas digital. Potensi teknologi *internet* tersebut dimanfaatkan oleh Saling.id sebagai pendekatan untuk melakukan pemberdayaan masyarakat khususnya kalangan anak muda terkait kesadaran terhadap isu-isu lingkungan. Saling.id mempraktikkan bentuk aktivisme yang *hybrid* yaitu perpaduan antara *connective actions* berupa pemanfaatan media sosial dan *collective actions* berupa aksi kolektif secara nyata.

Aktivisme digital yang digerakkan Saling.id merupakan aktivisme dengan dukungan *internet* sebagaimana menurut kategori Joyce (2010) atau *organizationally-enabled action* menurut tipologi Bennet dan Segerberg (2013). Artinya, Saling.id melakukan aktivisme hibrida yaitu pencampuran dari gerakan sosial secara fisik yang didukung oleh perangkat dan teknologi *internet* melalui media sosial. Aktivisme hibrida yang dilakukan oleh Saling.id di antaranya kampanye kolaborasi seputar isu lingkungan, *Talks Show* ke berbagai tempat, seminar, dan *workshop online* seputar pemanfaatan limbah, isu sampah, *open volunteer* untuk kegiatan tertentu, dan isu lingkungan yang dilakukan secara *hybrid*.

Saling.id memanfaatkan media baru untuk menyempurnakan kegiatan hibrida dengan pemanfaatan media sosial Instagram, Website, TikTok, aplikasi ZOOM Meeting, GMEET yang mendukung untuk kegiatan yang akan dilaksanakan, dan media yang memudahkan dan memperluas untuk penyebaran informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. F. (2016). Strategi Komunikasi Media Sosial Dalam Program One Day One Juz. [Online] UIN Syarif Hidayatullah.
- Ananda, N. d. (2019). Aktivisme Sosial Mengenai Isu Lingkungan Hidup Di Instagram (Studi. TALENTA Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts, 6. doi:10.32734/lwsa.v3i1.803
- Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication: Pola Baru Berkomunikasi. Al-Munzir, 8(2), 275-289.
- Azharie, S., & Kusuma, O. (2014). Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis di Jakarta. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara, 6 (02) 83-98.

- Bennett, W. L. (2013). *The Logic of Connective Action*. Cambridge University Press: Cambridge, Britania Raya doi: doi.org/10.1017/CBO9781139198752 retrieved from <https://www.cambridge.org/core/books/logic-of-connective-action/6B54DBBEAD1625C2778F8D80A17D58E1#>
- Berger, C. R., Roloff, M. E., & David, R. R. (2014). *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusa Media.
- Bungin, B. (2013). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Dewantara, R. W., & Widhyarto, D. S. (2015). Aktivisme dan Kesukarelawanan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(1), 40-52.
- Dijk, J. A. (2006). *The Network Society* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Eriyanto. (2019). Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on #BubarkanKPAI vs #KamiBersamaKPAI Hashtags. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, VIII(3), 167-178.
- Foundation, T. (2017, Juni 9). Anak Muda dan Aktivisme Digital. Retrieved Oktober 14, 2021, from Issuu: https://issuu.com/tifaoundation/docs/anak_muda_dan_aktivisme_digital
- Hapsari, D. R. (2014). Peran Media Baru dalam Perkembangan Gerakan Sosial. In R. F. Boer, *Demokrasi dalam Ruang Virtual* (pp. 223-242). Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSod.
- Hootsuite. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Hootsuite.
- Ilham, I. (2018). Paradigma Postmodernisme; Solusi Untuk Kehidupan Sosial? (Sebuah Pandangan Teoritis dan Analitis terhadap Paradigma Postmodernisme. *Jurnal Sosiologi USK*, 12(1), 1-22.
- Iosifidis, P. &. (2016). *Social Media Public Sphere and Democracy*. In *Public Spheres and Mediated Social Networks in the Western Context and Beyond*. Palgrave Macmillan UK.
- Jati, W. R. (2016, Januari). Cyberspace, Internet, dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 25-35.
- Joyce, M. (2010). *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. New York: International Debate Education Association.
- Jungherr, A. (2015). Twitter as Political Communication Space: Publics, Prominent Users, and Politicians. In: *Analyzing Political Communication with Digital Trace Data*. Contributions to Political Science. Springer, Cham. 69-106 https://doi.org/10.1007/978-3-319-20319-5_4.
- Kapriani, D. R., & Lubis, D. P. (2014). Efektivitas Media Sosial untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2 (03) 160-170.
- Kemudi. (2017, Juni 9). Anak Muda dan Aktivisme Digital, Kelas Muda Digital. pp. 1-24.
- Kozinets, R. V. (2012). *Nethnography: Doing Ethnographic Research Online*. California: Sage Publications.
- Kristianto, A. B. (n.d.). Media Sosial dan Connective Action: Studi Kasus Penggunaan Twitter. *Journal of Social Development Studies, Development Studies*, 2(1), 2021, 1-13. doi:<https://doi.org/10.22146/jsds.1037>
- Lim, M. (2013). Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43 (04) 1-19.

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. London: Sage.
- Maharani, I. A. (2019). Masyarakat dalam Perkembangan Teknologi Informasi dan Realitas Perubahan Sosial di Era Postmodern. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, 14(2), 29-36.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2015). *Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Alfabeta.
- Maryani, D., & Nainggolan, R. R. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mulyawan. (2019, Maret 6). Tantangan Literasi Media Sosial. Retrieved Juni 5, 2022, from Sukabumiupdate.com: <https://sukabumiupdate.com/posts/52446/tantangan-literasi-media-sosial>
- Muthmainnah, L., Mustansyir, R., & Tjahyadi, S. (2020). Meninjau Ulang Sustainable Development: Kajian Filosofis atas Dilema Pengelolaan Lingkungan Hidup di Era Post Modern. *Jurnal Filsafat*, 30(1), 23-45.
- Nasrullah, R. (2013). *Cyber Media*. Yogyakarta: Idea Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nastiti, A. (2017, Agustus 29). Gerakan Sosial dalam Konektivitas Digital. Retrieved from Remotivi: <https://www.remotivi.or.id/kupas/408/gerakan-sosial-dalam-konektivitas-digital>
- Nurbani, & Ananda, S. T. (2019). Aktivisme Sosial Mengenai Isu Lingkungan Hidup di Instagram: Studi Kasus pada Mahasiswa Komunitas Pecinta Alam di Medan. *Talenta*, 2(03) 4-9.
- Purbaningrum, D., & Sudarmanti, R. (2022). Supportive Communication Climate in The Self-Development of Generazion Z. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(1), 29-40.
- Purwasito, A. (2015). *Komunikasi Multikultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo.
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Janitra, A. P. (2020). Strategi Aktivisme Digital di Indonesia: Aksesibilitas, Visibilitas, Popularitas, dan Ekosistem Aktivisme. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 123-244.
- Sanjaya, A. R. (2017). Wacana Lingkungan dalam Gerakan Sosial Digital. *IPTEK-KOM*, 19(2), 133-148.
- Septiawan, A. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Founder@Tausiyahku_). *Fakultas Sosial dan Humaniora*. UIN Sunan Kalijaga: Yogyakarta.
- Tanty Dewi Permassanty, M. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual Dalam Mempromosikan Tengerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(02) 173-186.
- Teguh, M., & Ciawati, S. T. (2020). Perancangan Strategi Digital Marketing Communication Bagi Industri Perhotelan Dalam Menjawab Tantangan Era Posmoderen. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 51-64.
- Yazid, Y., & Alhidayatillah, N. (2017). Partisipasi Masyarakat dalam Pemberdayaan Lingkungan. *Jurnal Risalah*, 28(1), 1-9.
- Zaenudin, H. N., Affandi, A. F., Priandono, T. E., & Haryanegara, M. E. (2020). Tingkat Literasi Digital Siswa SMP di Kota Sukabumi. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(2), 167-180.

- Zahira, D., & Hermanadi, H. (2021, Januari 28). Case Study Series #23. Memetakan Aliran Aktivisme Digital: Sebuah Pergerakan Sosial, pp. 1-14. Retrieved Juni 5, 2022, from <https://cfds.fisipol.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1423/2021/01/23-CfDS-Case-Study-Memetakan-Aliran-Aktivisme-Digital-Sebuah-Pergerakan-Sosial.pdf>
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi dalam Komunikasi. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83-90.