

“Connective Action dan Collective Action”: Kajian Respons Warganet terhadap Gerakan #BupatiKlatenMemalukan dalam Pilkada Klaten 2020

Thomas Tatag Yana Kriswantoro¹

Diserahkan: 22 Mei 2022 | Diterima: 10 Juli 2023 | Diterbitkan: 28 Agustus 2023

Abstrak

Artikel ini membahas gerakan #BupatiKlatenMemalukan dalam konstelasi Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Klaten 2020. Tulisan ini berupaya melihat korelasi antara “connective action” di satu sisi dan “collective action” di sisi lain dalam memahami protes masyarakat dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Klaten di media sosial. Dalam mengambil data, artikel ini menerapkan metode wawancara dan dalam menganalisis masalah memakai metode analisis “big data”. Metode tersebut digunakan untuk mengidentifikasi dan memetakan polarisasi isu, substansi wacana, hingga aktor yang berperan sebagai opinion leader. Kajian dalam artikel ini menemukan bahwa pertama, gerakan media sosial tidak sepenuhnya efektif dalam dalam membingkai gerakan protes karena gerakan #BupatiKlatenMemalukan ini sebatas clicktivism, yaitu gerakan yang hanya sebatas “click” tanpa adanya gerakan fisik, yang cenderung tidak progresif; kedua, gerakan berbasis media membutuhkan penopang, yakni gerakan kolektif secara fisik (offline) dari masyarakat untuk mengubah suatu kebijakan; ketiga clicktivism #BupatiKlatenMemalukan secara garis besar tidak serta-merta mengubah preferensi politik seseorang.

Kata kunci: *Connective Action; Collective Action; Hastivism; Pilkada; Sikap; Big Data Analysis*

1 Departemen Politik dan Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Email: thomastatag00@mail.ugm.ac.id.

PENDAHULUAN

Salah satu perkembangan paling menarik dalam aktivisme digital dalam beberapa tahun terakhir adalah munculnya gerakan sosial menggunakan tagar atau *hashtag* (#), yang berarti protes diskursif di media sosial yang disatukan melalui kata, frasa, atau kalimat yang diberi tagar. Penggunaan *hashtag* yang semakin marak ini dikenal sebagai “*hashtag activism*” atau *hashtivism* (Dewey, 2014) yang berperan dalam menciptakan diskursus publik dan mengkanalisasi suatu topik atau agenda tertentu. Dalam konteks global, #BlackLivesMatters, #BringBackOurGirls, #MeTo, #YesAllWoman menjadi contoh bagaimana tagar dapat menjadi *powerful* dalam menggerakkan massa dan upaya membangun solidaritas kolektif. Dalam konteks lokal, gerakan berbasis *hashtag* adalah #RakyatBantuRakyat juga merupakan sebuah gerakan yang menyuarakan solidaritas pemenuhan kebutuhan pangan rakyat di masa krisis pandemi Covid-19, #GejayanMemanggil pada tahun 2019 yang hadir untuk mengkritisi kebijakan pemerintah terhadap isu Revisi Undang-Undang KPK, dan gerakan #SampahIstimewa yang diinisiasi oleh BEM KM UGM yang menyuarakan terkait problematika sampah di TPST Piyungan pada tanggal 14 Maret 2021–26 Maret 2021 yang lalu.

Seiring dengan naiknya *hashtag activism*, menjelang Pilkada 2020 di Kabupaten Klaten muncul gerakan yang diinisiasi oleh warganet yang disebut dengan #BupatiKlatenMemalukan. Gerakan ini dianggap sebagai bentuk kekecewaan warga Klaten terhadap kondisi politik lokal yang tidak banyak berubah dalam beberapa tahun terakhir. Puncak keresahan masyarakat Klaten ditandai dengan penempelan stiker wajah Bupati Klaten di kemasan *handsanitizer* yang merupakan bantuan sosial dari Kementerian Sosial. Bersamaan dengan itu, banyak kebijakan Bupati Klaten saat pandemi COVID-19 dianggap tidak perlu dilakukan, seperti membuat karangan bunga untuk puskesmas, mengumpulkan Orang Dalam Pengawasan (ODP) untuk memberikan sembako. Berbagai kegiatan yang dilakukan Bupati Klaten tersebut dianggap sebagai bentuk *personal branding* menjelang Pilkada 2020 untuk menaikkan elektabilitasnya.

Apa yang dilakukan oleh Bupati Klaten tersebut meresahkan masyarakat dan mendorong mereka untuk bersuara. Maka, lahirlah gerakan #BupatiKlatenMemalukan sebagai *chamber of voice* yang berisi kritik terhadap kebijakan pemerintah. Tajuk #BupatiKlatenMemalukan tercipta untuk menghimpun dan mengonsolidasikan berbagai keresahan masyarakat yang tersebar secara sporadis.

Tagar #BupatiKlatenMemalukan tergolong sebagai *indirect speech* atau kalimat tidak langsung dalam arena politik. Menurut Terkourafi (2011), *indirect speech* bukan hanya sebagai isyarat sosial politik melainkan juga sebagai sesuatu yang secara monoton diproduksi untuk memengaruhi interpretasi dan keputusan audiens/warga. Dalam hal ini, tagar diciptakan untuk mempermudah dan mempercepat masyarakat dalam membentuk *peer group* berdasarkan kesamaan minat maupun isu spesifik tertentu.

Kajian dalam artikel ini berusaha melihat apakah gerakan #BupatiKlatenMemalukan yang sempat menjadi *trending topic* di *Twitter* selama 3 hari (27–29 April 2020) dengan jumlah cuitan kurang lebih 38.000 menjadi arena politik alternatif dalam proses reproduksi wacana? Produksi wacana Bupati Klaten Memalukan yang massif di *Twitter* secara tidak langsung membentuk memori kolektif pada masyarakat, yang dapat memengaruhi perilaku masyarakat. Bersamaan dengan itu, hal tersebut juga turut membentuk wacana yang dapat memobilisasi massa untuk kepentingan tertentu.

Kajian ini penting untuk dilakukan karena rekam jejak politik lokal Klaten yang unik, sekaligus menemukan fenomena baru dalam pola protes masyarakat Klaten yang menggunakan teknologi digital, khususnya media sosial sebagai kanal aspirasi mereka. Politik lokal di Klaten dikenal

berciri sebagai dinasti politik. Sejak tahun 2000 hingga 2020, tonggak kekuasaan Kabupaten Klaten hanya berputar pada dua pasang suami istri, yaitu Haryanto Wibowo dan istrinya, Sri Hartini dan Sunarna dan istrinya, Sri Mulyani. Kelahiran gerakan sosial media tagar #BupatiKlatenMemalukan dapat dianggap sebagai bentuk akumulasi keresahan masyarakat Klaten sejak tahun 2000 yang jabatan politiknya didominasi oleh segelintir keluarga.

Pertanyaan yang akan dijawab di tulisan ini adalah bagaimana wacana #BupatiKlatenMemakan bekerja dalam konstelasi politik Pilkada Kabupaten Klaten 2020? Adakah korelasi antara gerakan #BupatiKlatenMemalukan berbasis media sosial secara *online* dengan gerakan kolektif di masyarakat secara *offline*? Dengan melihat dimensi *online* dan *offline*, artikel ini mengurai dampak dari sikap dan respons masyarakat terhadap gerakan #BupatiKlatenMemalukan. Selain itu, tulisan ini juga mengungkap kegagalan gerakan #BupatiKlatenMemalukan dalam mengubah status quo.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, metode *big data analysis* digunakan untuk menganalisis masalah dan dengan wawancara dalam proses mengumpulkan data primer. Dalam metode *big data analysis*, kata kunci yang digunakan adalah “Klaten”, “Bupati Klaten”, dan “Bupati Klaten Memalukan” yang diambil dari tanggal 1 April 2020–31 Mei 2020 dari

data *Twitter*. Analisis *big data* yang digunakan di sini antara lain, *social network analysis*, *wordcloud*, dan *sentiment analysis*. Wawancara dilakukan pada tanggal 13 Februari 2022–15 Maret 2022 kepada tiga inisiator dari gerakan #BupatiKlatenMemalukan dan lima masyarakat Klaten yang diambil secara acak.

LITERATUR REVIEW

Kajian ini memfokuskan diri pada hubungan antara perilaku politik di ranah demokrasi elektoral dan peran media sosial, khususnya *Twitter* dalam membentuk gerakan berbasis tagar (*hashtag*). Kajian ini mencari tahu bagaimana wacana di *Twitter* bergerak di level masyarakat dan apakah wacana tersebut memengaruhi perilaku warga dan pada gilirannya mendorong pergeseran konstelasi elit pada Pemilihan Kepala Daerah Klaten pada 2020. Gerakan tagar (#) melibatkan berbagai kelompok orang yang memiliki akses internet dan mampu mendorong opini publik. Hal ini disebabkan oleh keuntungan dari peningkatan akses informasi politik oleh kelompok sosial yang berbeda (Carpini & Michael, 2000). Media sosial sebagai media alternatif untuk ekspresi dan partisipasi politik, memfasilitasi paparan informasi, diskusi politik, dan sebagai wadah masyarakat yang mempunyai keresahan yang sama.

Habermas² mengatakan bahwa ketika korporasi besar menguasai ruang publik (*public sphere*), maka terjadi perubahan ciri ruang publik dari area debat rasional menjadi salah satu konsumsi yang manipulatif dan sebuah kepasifan (Kellner, 1990). Meskipun demikian, banyak ahli yang berpendapat bahwa teknologi internet dapat menyumbangkan hal-hal positif bagi demokrasi (Noris, 2005). Media berbasis elektronik, melalui sifatnya yang komunikatif, mampu menampung suara dari tempat satu ke tempat yang lain tanpa melihat perbedaan (Farmanfarmaian, 2011). Rakyat memiliki kesamaan tempat untuk menyuarakan pendapatnya. Karenanya media sosial memfasilitasi proses deliberasi yang dapat dicapai apabila bentuk wadah dan arah percakapannya lebih sistematis.

Dalam mengkerangkai aktivisme media sosial, demokrasi berjalan beriringan dengan kebebasan berpendapat di muka publik. Diana Saco (2002) berpendapat bahwa para ahli demokrasi masa lampau belum bisa memenuhi syarat pola demokrasi di era digital. Menurut Saco, kesalahan teoritis demokrasi adalah kesalahpahaman mengenai sifat dasar ruang/*space*. Mereka cenderung menilai bahwa kondisi ruang politik itu pasif, statis, tidak organik, dan memperlakukan

2 Jürgen Habermas adalah seorang filsuf dan sosiolog asal Jerman yang lahir pada 18 Juni 1929 di Düsseldorf, Jerman. Dia adalah salah satu tokoh terkemuka dalam teori kritis, teori komunikasi, dan filsafat politik modern. Habermas telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai bidang, termasuk teori sosial, etika, dan filsafat politik.

masyarakat seolah-olah menempati dan memiliki akses di ruang tersebut. Ia juga melihat bahwa demokrasi adalah pemikiran atau pun tindakan mengenai keadaan manusia tetapi tidak semua orang memiliki akses yang sama.

Di sisi lain, demokrasi modern yang berwujud model representasi (*representative democracy*) menghadirkan dan mengartikulasikan kepentingan publik agar direalisasikan dalam bentuk kebijakan. Masyarakat dapat dianggap *absent but present* karena kehadiran masyarakat dapat diwakilkan oleh orang lain melalui proses elektoral. Namun, sering kali yang terjadi pada konteks sekarang ini, demokrasi representasi tidak berjalan maksimal karena posisi wakil rakyat yang menjadi saluran representasi publik antara ada dan tiada (*being present and yet not present*) (Suseno, 2013). Tidak berjalannya dengan baik ruang publik sebagai fondasi demokrasi, mendorong masyarakat membentuk saluran representasi lain maupun ruang publik baru. Keberadaan media sosial memfasilitasi pembentukan saluran alternatif ini.

Banyak ahli telah mengonseptualisasikan kaitan antara media sosial dengan demokrasi. Goubin Yang (2016) menjelaskan dalam gerakan #BlackLiveMatters bahwa *hashtag activism* terjadi ketika terdapat klaim atas fenomena sosial politik yang muncul di media sosial yang berupa kata,

frasa, kalimat, maupun gambar. Kavanaugh *et.al.* (2011) menyelidiki penggunaan media sosial di Iran, Tunisia, dan Mesir selama demonstrasi politik massal dan protes masing-masing pada bulan Juni 2009, Desember 2010–Januari 2011, dan Februari 2011, dan menemukan bahwa *Twitter* digunakan oleh para pengunjuk rasa untuk mengisi kesenjangan komunikasi selama demonstrasi. Demikian pula, Sandoval-Almazan dan Gil Garcia (2013) meneliti mengapa dan bagaimana gerakan politik yang mendukung media sosial ini muncul dan berkembang, dengan melihat penggunaan alat media sosial oleh siswa untuk mengomunikasikan keprihatinan mereka dan mengorganisir protes di seluruh negeri dalam konteks pemilihan presiden 2012 di Meksiko.

Gerakan berbasis media sosial seperti yang disebutkan di atas akan bermuara pada bentuk naratif dan agensi (Campbell, 2005). Yang (2016) menunjukkan bahwa agensi naratif dalam *hashtag activism* berasal dari bentuk naratifnya serta dari konten dan konteks sosialnya. *Narrative agency* dalam aktivisme digital khususnya tagar sebagai kapasitas membingkai cerita yang dilakukan secara kolektif dan diakui oleh publik. Publik disini diartikan netizen, orang yang aktif bermedia sosial. Menurutnya *narrative agency*, publik di media sosial bersifat komunal, unik, terampil, dan beragam.

Media sosial, khususnya *Twitter* menyediakan pola komunikasi yang interaktif dari para penggunanya (Bentifegna 2002). *Twitter* juga berpotensi berkontribusi pada percakapan politik. Proses ini dikenal sebagai “@replies”. Java *et.al.* (2007) menemukan bahwa sekitar seperdelapan dari semua *tweet* (cuitan) berisi percakapan. Honeycutt dan Herring (2009) menemukan bahwa sekitar 30% cuitan adalah @replies. Aspek lain dari *Twitter* yang dianggap interaktif adalah fitur *retweeting*. Boyd & Ellison (2007) berpendapat bahwa *retweet* adalah jenis percakapan yang baru. Meskipun *retweet* dapat dilihat sebagai tindakan menyalin dan menyiarkan ulang, praktik tersebut telah berkontribusi pada ekologi percakapan dimana percakapan terdiri dari interaksi publik suara yang menimbulkan rasa emosional dari konteks percakapan bersama. Boyd & Ellison (2007) berpendapat bahwa @replies dan *retweet*, merupakan bentuk dan kemampuan interaktif *Twitter*.

Beberapa kajian tersebut masih memandang bahwa media menjadi aktor utama dalam penyebaran wacana. Memang benar bahwa media memiliki sumber daya dalam mendorong publik untuk menjadi aktor utama dalam penyebaran wacana. Tetapi, mempertimbangkan celah pada penelitian Yang (2016), dimana tagar dipandang sebagai alat dan narasi untuk melihat permasalahan publik

sekaligus alat untuk memobilisasi dan mengonsolidasikan percakapan, dalam studi ini tagar akan dipandang sebagai ekspresi sekaligus bentuk gerakan sosial. Tulisan ini berupaya menunjukkan apakah wacana #BupatiKlatenMemalukan berpengaruh pada konstelasi politik lokal di Kabupaten Klaten.

KERANGKA TEORI

Teori yang digunakan dalam tulisan ini berupa dua set teori, yakni *collective action* dan *connective action* yang dikemukakan oleh Tarrow (1998) dan Bennet & Segerberg (2013) dan teori respons masyarakat secara interpersonal dan intrapersonal (Gerjidanus, *et.al.*, 2020). Kedua set teori tersebut digunakan untuk melihat pola gerakan #BupatiKlatenMemalukan dan memetakan respons publik dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Klaten 2020.

Collective Action

Tarrow (1998) menempatkan gerakan sosial sebagai politik perlawanan kolektif warga negara. Tarrow lebih menekankan bahwa gerakan sosial adalah bentuk tindakan kolektif masyarakat kecil dalam melawan penguasa. Johnston (2014) memodifikasi definisi *collective action* untuk melihat esensi dan substansi melalui dimensi yang lebih analitis.

Karakteristik gerakan sosial sebagai tindakan kolektif menurut Johnston (2014) menunjukkan bahwa gerakan tersebut terdiri dari jaringan hubungan informal dengan tiga ciri utama, (1) berlandaskan kepercayaan dan solidaritas bersama; (2) aktivitas yang dilakukan bersifat konfliktual; dan (3) membuat klaim sosial melalui protes publik.

Berdasarkan definisi para ahli tersebut, gerakan sosial di artikel ini didefinisikan sebagai suatu tindakan sosial yang dilakukan melalui interaksi formal dan informal yang dibangun di atas nilai perlawanan individu dan bersifat kolektif yang memiliki identitas bersama, memiliki relasi dengan aktor sosial politik lain untuk mengambil alih, berpartisipasi dalam atau mengubah hubungan kekuasaan atau tujuan-tujuan sosial yang ingin dicapai melalui mobilisasi sektor-sektor tertentu dalam masyarakat. Dalam analisis gerakan sosial sebagai agen perubahan sosial, nilai perlawanan harus menjadi fokus utama karena tanpa hal tersebut perubahan sosial mustahil terjadi.

Connective Action

Dalam tulisan ini, *collective action* berjalan bersamaan dengan *connective action*. Bennet dan Segerberg (2013) menjelaskan konsep *connective action* sebagai tindakan preferensi individu dalam mengakses informasi dan

menyebarkannya secara mandiri yang saling terkoneksi dalam ruang publik digital. *Connective action* berbicara tentang aktivitas publik yang berkontribusi pada *common goods* dalam bentuk ekspresi atau validasi diri yang dicapai dengan berbagi ide dan tindakan melalui media sosial. *Common goods* sebagai nilai yang diperjuangkan untuk mencapai kepentingan bersama berdasarkan keresahan ataupun empati terhadap suatu fenomena tertentu. *Connective action* sendiri berada dalam ruang publik digital dimana masyarakatnya terhubung atas suatu jaringan tertentu. Oleh karena itu, *connective action* bisa didefinisikan sebagai gerakan berbasis ruang publik digital dalam bentuk melalui konten yang berciri individual, personal yang dengan mudah dapat dibagikan melalui jaringan digital yang memungkinkan tindakan menjadi bentuk tindakan politik organisasi (Bennett & Segerberg, 2012).

Sama halnya dengan *collective action*, *connective action* berbicara mengenai relasi kuasa antara narasi dan individu. Bennet dan Segerberg (2013) beragumen bahwa *connective action* dapat tercipta dengan adanya *symbolic inclusiveness* dan *technology openness* dan dimana keduanya berusaha menciptakan pola *connective action* yang dapat berjalan dalam skala yang masif. Ini berarti bahwa kerangka ide

individu tidak menyebar secara otomatis melalui media sosial. Masyarakat luas harus terlibat dan saling menunjukkan bagaimana mereka menyesuaikan, membentuk, dan berbagi tema.

Connective action memiliki tiga karakteristik utama. **Pertama**, setiap individu tidak harus memiliki komitmen atas identitas tertentu, ia bersifat sangat cair dan partisipasi dari individu tidak memerlukan legitimasi apa pun dalam sebuah gerakan. **Kedua**, *connective action* mempunyai pola partisipasi yang unik dan pola partisipasinya lebih menekankan pada ekspresi personal daripada ekspresi kolektif. Hal ini dapat digambarkan melalui, tagar (*hashtag*), kata kunci (*keyword*), dan simbol berfungsi sebagai wadah untuk merangkum isu dan mengekspresikan isi pikiran mereka. **Ketiga**, pola komunikasi yang dibentuk dalam *connective action* berbasis pada pola jejaring. Jejaring komunikasi ini menjadi metode yang dinilai efektif dalam mengorganisir gerakan di media sosial. Selain itu, jejaring komunikasi yang hadir melalui ruang virtual dimana individu tidak perlu saling mengenal dan bertatap muka secara langsung.

SIKAP DAN PERILAKU MASYARAKAT DI MEDIA SOSIAL

Sara Lippert (2020) dalam artikelnya berjudul *Hashtag Activism: Is it Effective, Lazy, or Selfish?* mengatakan bahwa gerakan media sosial memungkinkan untuk menjadi efektif jikalau gerakan tersebut dapat menciptakan kesadaran publik yang berdampak nyata. Lippert menunjukkan bahwa kesuksesan gerakan tidak diukur dengan berapa kali tagar digunakan, tetapi seberapa besar itu benar-benar membantu situasi. Cara terbaik untuk membuat *hashtag activism* yang efektif adalah dengan memberikan ajakan untuk bertindak. Lippert mengatakan hal tersebut berangkat dari pengamatan sebagian besar gerakan media sosial yang hanya menjual simpati dan emosi tanpa memberikan hasil nyata. Dalam konteks ini, gerakan media sosial sewajarnya didukung oleh gerakan kolektif dalam dunia nyata. Maka dari itu, mempertemukan titik equilibrium dari dua media (*online* dan *offline*) dan tercipta gerakan yang efektif wajib dilakukan.

Gerijdanus dkk (2020) menyatakan bahwa aktivisme media sosial menciptakan efek intrapersonal dan efek interpersonal yang mendorong transisi gerakan. Efek intrapersonal dipandang sebagai rangsangan yang muncul dari individu mendorong transisi aktivisme *online*

menjadi gerakan *offline*. Di sisi lain, efek interpersonal terjadi ketika individu mulai berkoordinasi, mobilisasi, mengembangkan identitas sosial, berbagi informasi dan keresahan secara *online*, sebelum, selama, dan setelah awal kebangkitan gerakan.

Moise Kabera (Mbabazi & Mbabazi, 2018) mengatakan bahwa partisipasi dan respons masyarakat dalam aktivisme media sosial khususnya *hashtag activism* dapat dilatarbelakangi dari berbagai motif. Sebagian orang mempromosikan gerakan karena mereka bagian dari gerakan tersebut, sebagian orang mempromosikan karena mengikuti tren yang sedang viral. Perilaku itu disebut perilaku homofilik (Colleoni, Rozza, & Arvidsson, 2014). Pola perilaku homofilik dipengaruhi oleh pembentukan *echo chamber* dan *filter bubble* (Morozov, 2011), artinya pesan diulang secara masif dalam sistem atau kelompok tertutup. Akibatnya, perilaku homofilik masyarakat memfasilitasi pengungkapan komunitas politik dan atribut laten pengguna di *Twitter* (Bruns & Highfield, 2013).

KONTEKS POLITIK KABUPATEN KLATEN (2000–2020)

Melihat beberapa tahun ke belakang, pola kekuasaan Kabupaten Klaten disebut sebagai politik dinasti atau politik kekerabatan (Azhar, 2020). Istilah politik kekerabatan ini muncul karena jabatan Bupati selalu diisi atas dasar keluarga. Hal ini dibuktikan dengan kursi Bupati Klaten yang hanya diisi oleh dua pasang suami istri. Periode 2000–2005 kursi Bupati Klaten dipegang oleh Alm. Haryanto Wibowo. Periode 2005–2010, jabatan Bupati Klaten dilanjutkan oleh Sunarna hingga periode kedua. Periode kedua tahun 2010–2015, Sunarno menggandeng Sri Hartini (istri dari Almarhum Haryanto Wibowo) sebagai wakil bupati. Pada Periode 2015–2020, Sri Hartini terpilih menjadi Bupati Klaten bersama Sri Mulyani (istri dari Sunarna) sebagai wakil Bupati. Pada Pilkada serentak tahun 2020 yang lalu, Sri Mulyani terpilih menjadi Bupati Klaten menggantikan Sri Hartini di periode sebelumnya. Melihat fenomena tersebut, tidak salah publik memberi label Politik Kekerabatan bagi Kabupaten Klaten.

Selain itu, setiap rezim yang berkuasa di Klaten, selalu ada praktik korupsi yang terjadi. Periode 2000–2005 masa jabatan Haryanto Wibowo terjerat kasus korupsi buku paket tahun 2003–2004 senilai 4.7 Milyar (Lumbanrau, 2016).

Pada masa kepemimpinan Sunarna 2005–2010, ia juga terjerat dari kasus korupsi. Ia diduga korupsi dana gempa 2006. Kursi kekuasaan Klaten berpindah ke Istri Haryanto Wibowo, Sri Hartini 2015–2020, ia tertangkap OTT KPK atas kasus suap promosi jabatan. Sejak tahun 2020, Sri Mulyani (istri dari Sunarna) duduk di singgasana kekuasaan Klaten. Ia pun terlibat dalam praktik penyalahgunaan kekuasaan dalam bentuk penempelan stiker wajahnya di paket bantuan sosial dari kementerian sosial dan bukan berasal dari dirinya sendiri.

PROSES MUNCULNYA #BUPATI KLATENMEMALUKAN

Proses terbentuknya #BupatiKlatenMemalukan tidak hadir secara tiba-tiba. Berbagai fenomena terkait politik dinasti, pandemi Covid-19, dan konteks menjelang Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Klaten menjadi latar belakang hadirnya #BupatiKlatenMemalukan. Namun di sini, artikel ini berupaya melihat proses munculnya #BupatiKlatenMemalukan di media sosial *Twitter* dan apa saja yang melatarbelakangi hadirnya tagar tersebut.

Dalam pengamatan di media sosial *Twitter* dari tanggal bulan April 2020, ada beberapa kejadian yang muncul sebelum hadirnya #BupatiKlatenMemalukan muncul.

Kejadian pertama adalah ketika Bupati Klaten mengumpulkan Orang Dalam Pengawasan (ODP) untuk memberikan bantuan sosial pada tanggal 9 April 2020. Kegiatan tersebut memunculkan banyak kritik dari masyarakat karena maraknya baliho dengan gambar wajah Sri Hartini sebagai Bupati Klaten dalam pemberian bantuan. Banyak informasi yang terdapat di baliho justru tertutup oleh wajah Sri Hartini. Kejadian yang menjadi titik puncak keresahan masyarakat Klaten adalah waktu Bupati Klaten menempelkan stiker yang berisikan wajah Bupati pada kemasan bantuan sosial dari Kementerian sosial pada tanggal 27 April 2020.

Berkaitan dengan fenomena beredarnya berbagai atribut dengan wajah Bupati Klaten, pada akhir tahun 2020 akan dilakukan pemilihan kepala daerah serentak. Hal ini menjadi masuk akal kalau beredarnya baliho dan bantuan sosial yang terdapat wajah Bupati Klaten (Sri Mulyani) mempunyai ambisi untuk memenangkan Pilkada Klaten 2020. Tujuannya ialah untuk mencari atensi masyarakat dan mengenalkan dirinya ke masyarakat.

Gambar 1. Contoh Cuitan Kritik kepada Bupati Klaten



Sumber: Twitter

Setelah beberapa kejadian tersebut pada tanggal 27 April 2020, akun @mahasiswayujiem membuat sebuah utas yang pertama kali mencuitkan #BupatiKlatenMemalukan. Akun @mahasiswayujiem merangkum semua kejadian yang selama pandemi ini dilakukan oleh Bupati Klaten. Utas tersebut mendapatkan banyak respons dari publik yang menghantarkan #BupatiKlatenMemalukan ke puncak *Trending Topic Twitter*. Peneliti mewawancarai pemilik akun @mahasiswayujiem dengan inisial ITK pada tanggal 25 Februari 2022, narasumber menyampaikan bahwa ia sudah mencoba beberapa kali menulis terkait masalah yang ada di Klaten, misalnya soal jalur evakuasi rusak karena

pertambangan pasir merapi. Tetapi, topik tersebut tidak viral dan tidak banyak dihiraukan oleh masyarakat. Dan, ketika akun @mahasiswayujiem menuliskan problematika Bupati Klaten dalam konteks pandemi yang notabene berdampak kepada seluruh lapisan masyarakat justru viral.

Viralnya BupatiKlatenMemalukan tidak lepas dari peran pengikut akun @mahasiswayujiem, yangmana pengikut @mahasiswayujiem yang berjumlah kurang lebih 33.000 akun dan turut menyebarkan konten akun ini akan memperlebar jangkauan penyebaran #BupatiKlatenMemalukan. Pengikut @mahasiswayujiem sebagian besar akan membentuk jaringan lain sesuai dengan pengikut akun pribadi masing-masing. Hal inilah yang menyebabkan viralnya #BupatiKlatenMemalukan.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pola Gerakan #BupatiKlatenMemalukan dalam Analisis *Big Data*

Selaras dengan logika *connective action* yang dikemukakan Bennet & Segerberg (2013) yang menyatakan bahwa ada dua elemen penting untuk mendorong komunikasi, penyebaran wacana, dan penggiringan opini publik, yaitu *symbolic inclusiveness* dan *technological openness*, tulisan ini menemukan hal yang sama dalam

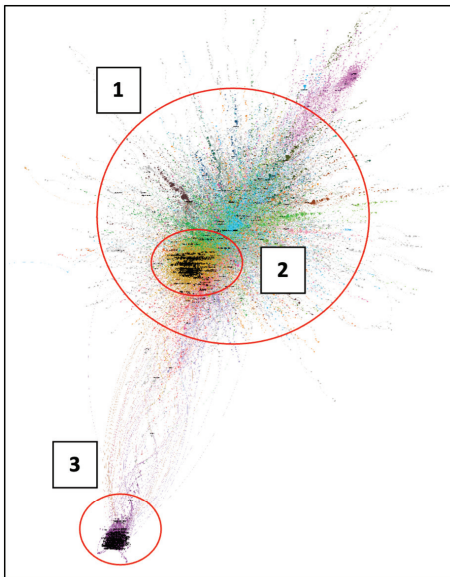
gerakan #BupatiKlatenMemalukan bahwa simbol menjadi kerangka dalam membentuk identitas kolektif yang berperan besar dalam proses distribusi dan mobilisasi ide. Dalam konteks gerakan #BupatiKlatenMemalukan, tagar (#) menjadi simbol yang menciptakan alasan, kerangka, dan cara untuk mempersuasi perbedaan keresahan atau pun isu terkait satu masalah umum. Selaras dengan Yang (2016), bahwa #BupatiKlatenMemalukan menjadi *narrative agency* yang mana tagar tersebut menjadi bingkai atas suatu keresahan kolektif publik. Melalui simbol tersebut, gerakan #BupatiKlatenMemalukan mendorong *personal action frame* (Bennet & Segerberg, 2013) bagi masyarakat dan membuka partisipasi untuk mengubah keresahan menjadi harapan. Ini berarti bahwa *personal action frame* tidak menyebar secara otomatis. Setiap orang harus menunjukkan satu sama lain bagaimana mereka menyesuaikan, membentuk, dan berbagi tema. Dalam proses personalisasi dan proses berbagi yang interaktif ini, jaringan komunikasi ditingkatkan dan distabilkan melalui keterbukaan teknologi digital (*technological openness*) yang digunakan orang untuk berbagi ide dan berhubungan dengan orang lain.

Pola jaringan gerakan #BupatiKlatenMemalukan dapat dilihat dengan mencari siapa *opinion leader* di belakangnya. Tulisan ini menemukan bahwa aktor yang berperan besar

dalam penyebaran wacana #BupatiKlatenMemalukan, yaitu @mahasiswayujiem. Akun bernama @mahasiswayujiem menjadi *top engagement* dikarenakan ia menjadi pelopor #BupatiKlatenMemalukan muncul ke permukaan. Narasi yang tersebar dalam cuitan @mahasiswayujiem sebagian besar menunjukkan kritiknya pada penyalahgunaan wewenang Bupati Klaten dalam memberikan bantuan sosial.

Pada tanggal 25 Februari 2022, wawancara yang telah dilakukan adalah wawancara dengan pemilik akun @mahaiswayujiem yang berinisial ITK mengenai strategi penyebaran wacana #BupatiKlatenMemalukan. Pemilik akun @mahasiswayujiem mengatakan bahwa tagar #BupatiKlatenMemalukan tidak semata-mata hadir ke publik, ada proses diskusi yang terjadi antara ITK, TKJ, dan WIR (tiga inisiator gerakan) mengenai tagar yang akan diangkat. Dari diskusi tersebut terciptalah #BupatiKlatenMemalukan. Selanjutnya, strategi yang mereka gunakan hanya menyebarkan salinan utas dari akun @mahasiswayujiem ke grup di *platform* media sosial lainnya, seperti *Whatsapp*.

Gambar 2. Data Social Network Analysis Retweet



Jaringan (1) = Jaringan Publik

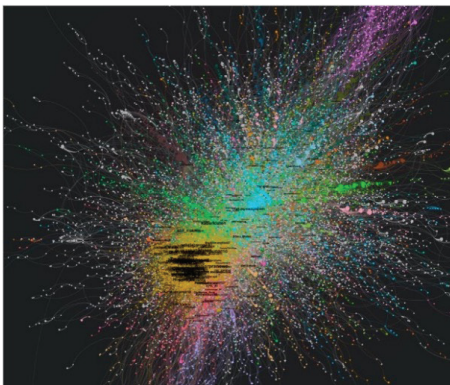
Dimana diskursus publik hadir di jaringan tersebut. dibuktikan dengan keberagaman warna yang ada.

Jaringan (2) = Jaringan Pemerintah

Jaringan tersebut didominasi jaringan pemerintah yang juga amsuk dalam diskursus publik

Jaringan (3) = Jaringan buzzer atau akun yang berusaha memanfaatkan isu untuk kepentingan pribadi

jaringan ini berada di luar jaringan utama.



Sumber: Hasil Analisis Big Data Penulis

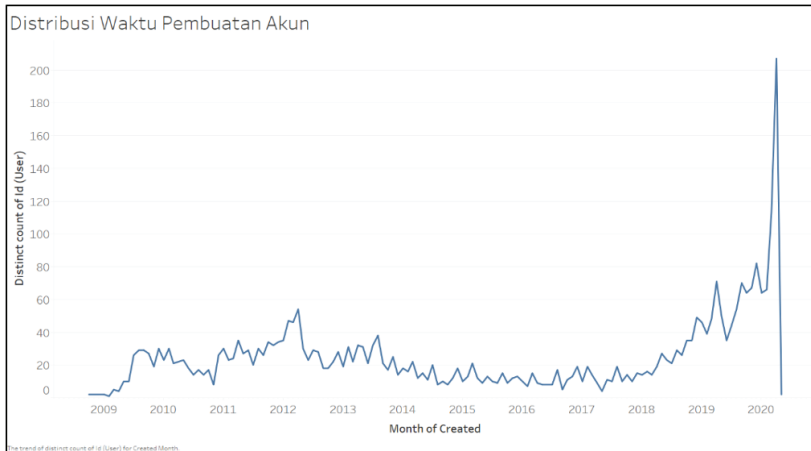
Dilihat dari pola *social network analysis* data *retweet* di atas, akun @mahasiswayujiem yang berada di warna biru muda, menjadi tokoh sentral dalam mengontrol opini publik. Dengan jumlah pengikut kurang lebih dari 33.000 akun, akun ini mampu memantik berbagai tokoh besar untuk bersuara, seperti @KilltheDj (seorang seniman yang bergerak di pemberdayaan masyarakat), @Kaesang (anak kandung Presiden Jokowi), @LaodeSyarif (Pegawai KPK), dan @Tirtahudi (Dr. Tirta). Perbedaan warna yang terdapat pada jaringan di SNA tersebut dapat diartikan sebagai kesamaan narasi dan latar belakang tipe akun. Warna kuning didominasi oleh akun pemerintah yang narasinya mayoritas narasinya menanggapi isu yang sedang beredar. Warna biru dan merah jambu merupakan akun pribadi yang dimiliki oleh masyarakat. Jaringan yang berwarna ungu dan hitam merupakan akun yang hanya memanfaatkan momentum viralnya #BupatiKlatenMemalukan.

Dari gambar tersebut, cuitan @mahasiswayujiem dan #BupatiKlatenMemalukan menciptakan efek intrapersonal yang mendorong orang lain merasakan keresahan terhadap Bupati Klaten, walaupun narasi kritiknya beragam. Akun-akun tersebut hanya memanfaatkan momentum dari #BupatiKlatenMemalukan untuk kepentingan mereka sendiri. Hal ini dibuktikan dengan ketidaksamaan narasi

yang dibawa dari akun-akun tersebut. Namun, dalam ruang publik media sosial, wacana Bupati Klaten tidak termobilisasi secara terstruktur tetapi secara organik hadir karena ada ketidakadilan dan ketidakpuasan terhadap kinerja pemerintah daerah. Pola mobilisasi organik dan tidak terstruktur terlihat dari keberagaman narasi dari setiap cuitan dan dinamika perkembangan cuitan (dapat dilihat di Gambar 5). Uniknya, tidak ada narasi tandingan terhadap #BupatiKlatenMemalukan.

Tulisan ini melihat bahwa relasi antara aktor yang terlibat dalam proses penyebaran wacana tersebut menjadi bentuk *connective action*. Secara tidak langsung publik sepakat dengan permasalahan yang ada dan bersama-sama memviralkan #BupatiKlatenMemalukan. Berkumpulnya orang-orang yang mempunyai keresahan bersama, menjadikan #BupatiKlatenMemalukan menjadi gerakan sosial dalam lingkup media sosial.

Gambar 3. Data Distribusi Waktu Pembuatan Akun



Sumber: Hasil Analisis Big Data Penulis

Tulisan ini juga menemukan hal unik lainnya, yakni data distribusi waktu pembuatan akun baru, tanggal 26 April 2020 yang meningkat secara drastis. Jika dilihat dari *social network analysis*, sebagian besar akun baru tidak memiliki keterkaitan dengan pihak manapun. Dari data tersebut, banyak pihak yang memanfaatkan viralnya #BupatiKlatenMemalukan untuk ajang promosi barang dan jasa untuk kepentingan bisnis pribadi.

Viralnya #BupatiKlatenMemalukan dapat menjadi indikator bahwa gerakan #BupatiKlatenMemalukan berhasil memengaruhi banyak orang. Namun, ketika melihat linimasi cuitan, gerakan ini sebatas gerakan reaksioner yang hanya berisi cacian, makian, dan ejekan.

Gambar 4. Meme dan Cuitan dari #BupatiKlatenMemalukan

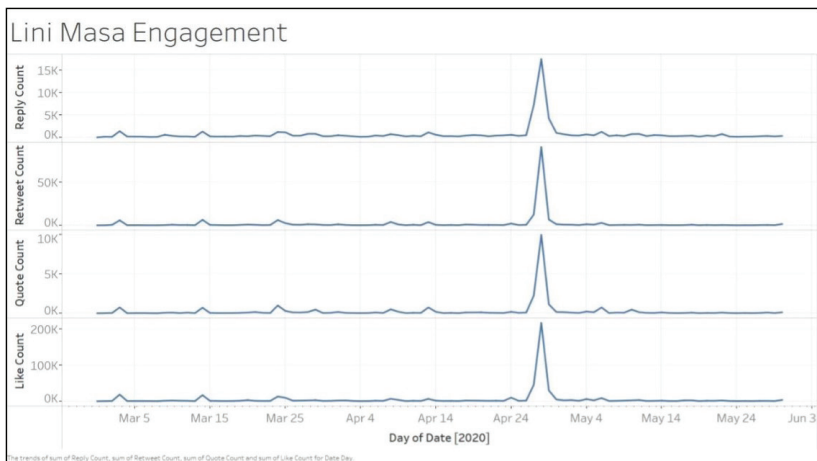


Sumber: Twitter

Produksi konten seperti di atas membuktikan bahwa produksi pengetahuan dan proses dialektis tidak terjadi. Viralnya #BupatiKlatenMemalukan tidak memantik diskusi publik terkait sosialisasi politik dan pendidikan politik. Justru yang terjadi hanya kebisingan non substansial di media sosial. Naiknya atensi publik terhadap #BupatiKlatenMemalukan

terlihat dari lini masa *engagement*. Dari data tersebut, atensi publik naik drastis pada tanggal 24–26 April 2020, tetapi atensi publik juga turun dengan cepat dari tanggal 26–30 April 2020 dan setelah itu tidak ada lonjakan topik mengenai #BupatiKlatenMemalukan lagi.

Gambar 5. Data Lini Masa *Engagement*



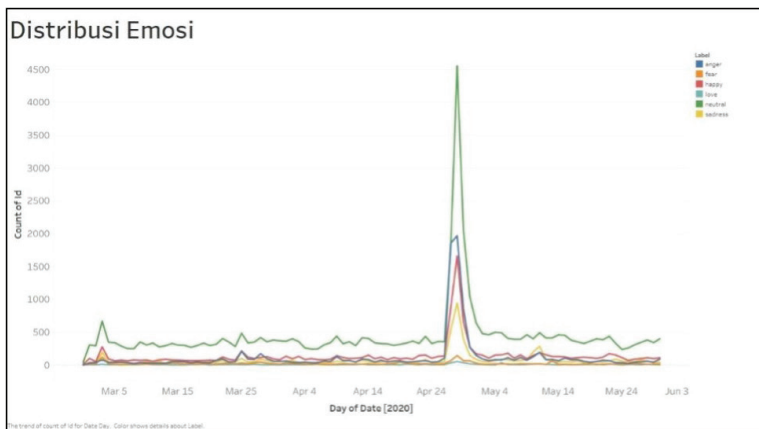
Sumber: Hasil Analisis Big Data Penulis

Inkonsistensi memproduksi narasi menafikan efek intrapersonal dimana masyarakat akan memobilisasi dirinya, bersolidaritas, hingga tercipta identitas baru. Namun, munculnya “meme” yang memperlihatkan wajah Bupati di berbagai tempat, berdampak pada konsistensi narasi. Sebagai *opinion leader*, @mahasiswayujiem tidak

“Klaten”, “Bupati”, “Foto”, “Bantu”, menjadi arus narasi dominan yang terproduksi dalam #BupatiKlatenMemalukan. Narasi minor mengenai “Pilih”, “Kampanye”, “Dinasti”, “Demokrasi” “Pilkada”, “Orang Klaten” juga hadir walaupun sedikit orang yang membicarakannya. Narasi seperti “Dinasti” dan “Orang Klaten” merupakan contoh isu baru yang hadir dalam #BupatiKlatenMemalukan.

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa reproduksi narasi dalam wacana #BupatiKlatenMemalukan cenderung dangkal karena hanya sebatas apa yang terlihat secara fisik oleh publik. Narasi terkait Pemilihan Kepala Daerah yang dilaksanakan di akhir tahun tidak menjadi fokus utama perbincangan publik.

Gambar 7. Grafik Distribusi Emosi dan Sentimen



Sumber: Hasil Analisis Big Data Penulis

#BupatiKlatenMemalukan menghadirkan berbagai sentimen emosi dari mulai “*anger*”, “*fear*”, “*happy*”, “*love*”, “*netral*”, dan “*sadness*”. Terlihat dari diagram di atas bahwa sentimen netral mendominasi dari pada sentimen lainnya. Sentimen “*anger*” hadir dari berbagai cuitan yang murni memprotes kebijakan Bupati Klaten, tetapi frekuensi cuitannya tidak terlalu besar. Dari distribusi sentimen di atas dapat disimpulkan bahwa respons publik terhadap #BupatiKlatenMemalukan cenderung netral, hal ini disebabkan produksi konten cenderung mengarah ke “*meme*” atau gambar yang berisi lelucon. Gambar ataupun lelucon terkait #BupatiKlatenMemalukan saling beririsan dengan sentimen “*happy*” karena konten yang disajikan ringan dan bersifat komedi.

Data lokasi akun hanya dapat dilihat jika pengguna akun tersebut mengaktifkan fitur lokasi di *Twitter* mereka. Dari hasil analisis *big data*, ditemukan bahwa dalam #BupatiKlatenMemalukan, masyarakat Klaten cukup interaktif dengan fenomena tersebut. Hal ini dibuktikan dengan data lokasi cuitan yang mayoritas berada di Klaten. Kecamatan Klaten Tengah menempati urutan pertama dengan 262 akun yang menyuarakan #BupatiKlatenMemalukan, disusul

Kecamatan Klaten Utara dengan 194 akun, dan Kecamatan Klaten Selatan sejumlah 189 akun. Lokasi di luar Kabupaten Klaten yang mencuitkan #BupatiKlatenMemalukan, antara lain Bekasi Selatan, Pasar Minggu, Ungaran, dan Grogol.

Dari seluruh analisis *big data* di atas, penulis melihat bahwa pola gerakan #BupatiKlatenMemalukan mengadaptasi pola *connective action*. Aktor penggerak sekaligus aktor utama berusaha meresonasi keresahan dengan dukungan pengikut yang banyak. Dari banyaknya pengikut, narasi akan terus berkembang selaras dengan efek yang disebabkan oleh *echo chamber*. Respons dan sentimen publik yang berbeda-beda banyak dipengaruhi oleh produksi konten yang beragam. Keberagaman narasi dan konten menyebabkan inkonsistensi gerakan, yang awalnya mengkritik kebijakan penanganan pandemi menjadi *scum* atas sosok Bupati Klaten. Dengan demikian, gerakan #BupatiKlatenMemalukan menjadi tidak fokus pada suatu isu strategis, tetapi justru menjadi bahan guyonan semata. Ketika melihat dari aspek produksi wacana, wacana minor justru lebih banyak dari pada produksi dan dialektika kritik yang terjadi.

Respons dan Sentimen Masyarakat Terhadap #BupatiKlatenMemalukan

Sara Lippert (2020) mengatakan bahwa gerakan media sosial memungkinkan untuk menjadi efektif jikalau gerakan tersebut dapat menciptakan kesadaran publik yang berdampak nyata. Lippert menunjukkan bahwa kesuksesan gerakan tidak diukur dengan berapa kali tagar digunakan, tetapi seberapa besar gerakan dapat membantu dan mengatasi situasi. Cara terbaik untuk membuat *hashtag activism* efektif adalah dengan memberikan ajakan untuk bertindak secara kolektif sehingga kolaborasi tersebut akan mempertemukan titik equilibrium dari dua media (*online* dan *offline*) dan tercipta gerakan yang efektif wajib dilakukan.

Pada kesempatan ini, wawancara berhasil dilakukan bersama dengan tiga orang inisiator dengan inisial ITK (25 Februari 2022), TKJ (12 Maret 2022), WIR (15 Maret 2022) dari gerakan #BupatiKlatenMemalukan. Mereka berkontribusi dalam pembentukan *tagline*, narasi, hingga strategi penyebaran wacana #BupatiKlatenMemalukan. Ketiga orang tersebut mempunyai latar belakang yang berbeda, tetapi status pendidikan mereka sebagai mahasiswa menyatukan mereka. Dapat dilihat bahwa gerakan #BupatiKlatenMemalukan diinisiasi oleh orang-

orang terpelajar dan berpendidikan. Dari wawancara tersebut, penulis mendapatkan beberapa hal yang dapat memperdalam analisis kajian ini. **Pertama**, terkait motivasi mereka memantik gerakan #BupatiKlatenMemalukan, mereka mengatakan bahwasanya identitas sebagai warga Klaten yang menggerakkan mereka.

“Saya sebagai warga Klaten merasa perlu untuk memberitahu publik bahwa Klaten sedang tidak baik-baik saja di masa pandemi.” (WIR, salah satu inisiaor gerakan #BupatiKlatenMemalukan” 12 Maret 2022)

Beberapa hal yang menjadi poin kritis mengenai #BupatiKlatenMemalukan antara lain, kebijakan pemerintah daerah dalam penanganan pandemi, narsisme Bupati Klaten, dan keresahan mengenai politik kekerabatan. **Kedua**, gerakan #BupatiKlatenMemalukan memobilisasi anak-anak muda Klaten. Strategi untuk menggerakkan anak-anak muda Klaten adalah menggunakan organisasi mahasiswa daerah Klaten dari berbagai universitas di seluruh Indonesia untuk mengkampanyekan #BupatiKlatenMemalukan.

“Saya memberitahu teman teman saya dari berbagai universitas, dan kebetulan mereka adalah ketua organisasi mahasiswa daerah Klaten untuk ikut membagikan keresahan yang ada dengan cara retweet atau like begitu.” (TKJ, inisiator #BupatiKlatenMemalukan, 15 Maret 2022)

Ketiga, tujuan dari gerakan #BupatiKlatenMemalukan adalah mendorong diskursus dan memantik nalar kritis warga Klaten. Tujuan selanjutnya adalah mendelegitimasi *power* dari pemegang kekuasaan saat itu. Hal ini kembali lagi bahwa masyarakat Klaten sudah bosan dengan pola demokrasi dan kekuasaan yang terjadi di Klaten. Karenanya, #BupatiKlatenMemalukan berusaha menggiring opini publik untuk kepentingan Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Klaten 2020.

Pertanyaan selanjutnya, apakah keberhasilan sudah didapatkan? Dari analisis *big data*, dapat dilihat bahwa narasi yang dibangun tidak terlalu substantial dan tidak terdistribusi secara merata sehingga gerakan #BupatiKlatenMemalukan tidak bertahan lama. Melalui keterangan inisiator gerakan, mereka menyadari bahwa gerakan #BupatiKlatenMemalukan belum tersebar secara merata ke berbagai lapisan masyarakat.

“Sebenarnya walaupun trending di Twitter, #BupatiKlatenMemalukan tidak akan mengubah apa apa. Ya karena saya lihat banyak masyarakat yang tidak peduli, malah banyak masyarakat yang tidak pegang hape. Khususnya orang yang sudah berumur. Beda dengan anak muda.” (TKJ, inisiator #BupatiKlatenMemalukan 15 Maret 2022)

Karena gerakan ini hanya berada di media sosial, orang-orang yang tidak menggunakan media sosial, khususnya *Twitter* tidak mendapatkan informasi yang sama. Penulis menyimpulkan bahwa akses dan keterjangkauan atas informasi menjadi penghambat distribusi wacana dan nilai. Berbeda dengan gerakan yang ada di luar negeri seperti #BlackLivesMatter, yang berada di dua ruang publik yang berbeda. #BupatiKlatenMemalukan justru tidak memengaruhi solidaritas kolektif masyarakat di level akar rumput.

Dari keterangan insiator gerakan, #BupatiKlatenMemalukan dianggap sudah berhasil untuk menciptakan diskursus yang besar di media sosial. Diskursus tersebut hadir dan berkembang hingga menjadikan #BupatiKlatenMemalukan menjadi “trending topik” di *Twitter* selama beberapa hari. Untuk memengaruhi konstelasi politik di Klaten, #BupatiKlatenMemalukan tidak terlalu terlihat secara signifikan. Tetapi, untuk memantik nalar kritis masyarakat Klaten, #BupatiKlatenMemalukan sudah dianggap berhasil.

Berdasarkan keterangan saat observasi di lapangan dilakukan dari tanggal 15 Februari–29 Februari 2022. Perbincangan #BupatiKlatenMemalukan sering kali dibicarakan di tempat-tempat informal,

misalnya di angkringan, pos ronda, dan tongkrongan. Isu #BupatiKlatenMemalukan layaknya gosip yang dibicarakan dari mulut ke mulut. Hal ini membuktikan bahwa narasi #BupatiKlatenMemalukan menjadi perbincangan hangat di level akar rumput, tetapi tidak menghasilkan suatu gerakan kolektif untuk mengubah suatu kebijakan maupun status quo.

Dalam konteks Pilkada Kabupaten Klaten 2020, dampak #BupatiKlatenMemalukan tidak membuat beberapa kelompok orang mengganti preferensi politiknya. Hal ini disebabkan banyak faktor yang memengaruhi, seperti loyalitas terhadap suatu partai, strategi kampanye calon, kekuatan partai pengusung, dan tingkat pendidikan politik masyarakat.

“Nek mboten PDI, mboten Mas”, artinya “Kalau tidak PDI, tidak mas. Ya karena sudah dari dulu saya memilih PDI”, (Pak Dul tukang becak 19 Februari 2022)

“Saya tau ada viral tentang Bupati Klaten, tapi kalau untuk saya, saya bodo amat sih mas dengan pilkada mau yang menang mana. Yang penting ada uangnya hahaha” (Pak DJ, penjual angkringan 20 Februari 2022)

Berdasarkan hasil wawancara, empat dari lima narasumber mengatakan bahwa mereka cenderung tidak terlalu memperhatikan pola maupun rekam jejak seseorang. Justru, contoh nyata seperti kampanye politik uang menjadi alasan mereka untuk memilih salah satu calon. Temuan lain yang ditemukan dalam kajian ini, di antaranya masyarakat Klaten memiliki kebanggaan tersendiri terhadap salah satu partai, khususnya Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP).

KESIMPULAN

Kajian ini berupaya menjawab dua pertanyaan utama, yakni (1) bagaimana wacana #BupatiKlatenMemalukan bekerja dalam konstelasi politik Pilkada Kabupaten Klaten 2020? dan (2) Adakah korelasi antara gerakan #BupatiKlatenMemalukan berbasis media sosial secara *online* dengan gerakan kolektif di masyarakat secara *offline*? Penulis menemukan bahwa gerakan media sosial tidak sepenuhnya efektif dalam membingkai gerakan protes karena gerakan #BupatiKlatenMemalukan ini sebatas *clicktivism*, yaitu gerakan yang hanya sebatas “*click*” tanpa adanya gerakan fisik, yang cenderung tidak progresif. Selain itu, gerakan berbasis media membutuhkan penopang, yakni gerakan kolektif secara fisik (*offline*) dari masyarakat untuk mengubah

suatu kebijakan. Selain itu, #BupatiKlatenMemalukan secara garis besar tidak serta-merta mengubah preferensi politik seseorang dari pemaparan di atas dapat disimpulkan ke dalam empat hal berikut.

Pertama, dalam konteks #BupatiKlatenMemalukan ada beberapa faktor yang melemahkan substansi kritik yang berdampak pada ketidakhadiran solidaritas kolektif masyarakat akar rumput. Seperti, pemanfaatan oleh pihak yang membelokkan substansi dari pesan tagar, inkonsistensi narasi kritik, dan ketiadaan *vocal point* di jaringan masyarakat. Terlebih lagi, ketiadaan sosok yang dianggap sebagai pemimpin (@mahasiswayujiem hanya dianggap sebagai *opinion leader* di media sosial), turut mengakibatkan tidak dapat meluasnya gerakan yang kritis.

Kedua, dalam #BupatiKlatenMemalukan terjadi pembelokan isu dari kritik atas kebijakan penanganan Covid-19 menjadi gerakan hujatan atas perilaku Bupati Klaten. Hal ini berimplikasi pada dangkalnya narasi kritik hingga bermunculan “meme” yang bersifat lelucon dari isu yang ada. Pembelokan isu sendiri merupakan dampak dari inkonsistensi reproduksi narasi dari inisiator.

Ketiga, #BupatiKlatenMemalukan tidak signifikan mengubah preferensi pemilih dalam Pilkada Klaten 2020. Hal ini disebabkan #BupatiKlatenMemalukan belum memiliki efek interpersonal dan efek intrapersonal yang kuat dan bekerja pada ranah *offline*. Justru #BupatiKlatenMemalukan di level akar rumput tercipta gosip dari pada keresahan kolektif. Ditambah dengan terciptanya momentum yang jauh dari Pilkada tidak signifikan mengubah preferensi pemilih dalam pilkada Klaten 2020. Pada akhirnya, keviralan suatu wacana tidak berpengaruh besar pada preferensi pemilih dalam konteks ini adalah demokrasi elektoral sehingga perlu menciptakan gaung pada level akar rumput.

Keempat, *connective action* tidak tersambung ke *collective action*. Ketika *connective action* meningkat tidak terjadi mobilisasi dan konsolidasi massa yang masif di level akar rumput. Artinya, aktivitas di sosial media saja tidak cukup efektif untuk mencapai tujuan dari suatu Gerakan. Dalam hal ini, untuk mencapai tujuan dari suatu gerakan, maka aksi di media sosial perlu dibarengi dengan aksi kolektif di akar rumput.

REFERENSI

- Andrea Kavanaugh, et.all. (2011). Between a Rock and a Cell Phone: Social Media Use during Mass Protests in Iran, Tunisia and Egypt. *Proceedings of the 9th International ISCRAM Conference*, 1–10.
- Azhar, D. A. (2020). Politik Kekerabatan di Kabupaten Klaten Tahun 2000–2020. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Universitas Gadjah Mada).
- Bennet, L. & Segerberg. (2013). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bentifegna. (2002). Politics and the new media. *In The Handbook of New Media* (Sage Publications), 50–61.
- Bruns, A., & Highfield, T. (2013). Political Networks on Twitter: Tweeting the Queensland state election. *Information, Communication and Society*, 16 (5), 667–691.
- Campbell, K. (2005). Agency: Promiscuous and Protean. *Cultural Studies*, 2 (1), 1–19.
- Carpini, D. & Michael. (2000). Gen.com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Enviroment. *Journal Political Communication*, 341–150.

- Colleoni, E., Rozza, A., & Arvidsson, A. (2014). Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data. *Journal of Communication*, 317–332. doi:<https://doi.org/10.1111/jcom.12084>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design*. California: Sage Publications.
- Dewey, C. (2014). *#Bringbackourgirls, #Kony2012, and the Complete, Divisive History of “Hashtag Activism”*. Retrieved September 28, 2020, from <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/05/08/bringbackourgirls-kony2012-and-the-complete-divisive-history-of-hashtag-activism/>.
- Ellison, D. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1), 210–230.
- Farmanfarmaian, M. N. (2011). From Spectacle to Spectacular: How Physical Space, Social Media and Mainstream Broadcast Amplified the Public Sphere in Egypt’s “Revolution”. *The Journal of North African Studies* 16 (4), 573–603.
- Gerjidanus, H., et.all. (2020). The Psychology of Online Activism and Social Movements: Relations Between Online and Offline Collective Action. *Current Opinion in Psychology*, 35, 49–54. Doi:<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>.

- Gil-Garcia, R. S. (2013). Cyberactivism through Social Media: Twitter, YouTube, and the Mexican Political Movement “I’m Number 132”. *Conference: System Sciences (HICSS), 2013 46th Hawaii International Conference on*.
- Haryatmoko. (2017). *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis): Landasan, Teori, Metodologi dan Penerapan*. Depok: Rajawali Pers.
- Honeycutt, C & Herring, S. C. (2009). Beyond Microblogging: Conversation and Collaboration via Twitter. *in Proceedings of the Forty-Second Hawai’i International Conference on System Sciences*, 1–10.
- Java, F. S. (2007). Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities. *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 Workshop on Web Mining and Social Network Analysis*, 56–65.
- Johnston, H. (2014). *What is a Social Movement?* (1st ed.). Wiley. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/1535872/what-is-a-social-movement-pdf> (Original work published 2014)
- Kellner, D. (1990). Critical Theory and the Crisis of Social Theory. *Journal Indexing and Matrics*, 33(1), 11–33. Doi:<https://doi.org/10.2307/1388975>.
- Lippert, S. (2020). *Hashtag Activism: Is it Effective, Lazy, or Selfish?* Retrieved from Titan Digital: Hashtag Activism: Is it Effective, Lazy, or Selfish?

- Lumbanrau, R. E. (2016). *Ditangkap KPK, Bupati Klaten Punya Puluhan Ribu Meter Tanah*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20161230140053-12-183118/ditangkap-kpk-bupati-klaten-punya-puluhan-ribu-meter-tanah>.
- Mbabazi , D. & Mbabazi, J. (2018). *Hashtag activism: Powerful or pointless?* Retrieved from The New Times: <https://www.newtimes.co.rw/society/hashtag-activism-powerful-or-pointless>.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: the dark side of Internet freedom*. New York, NY, PublicAffairs.
- Noris, P. (2005). The Impact of the Internet on Political Activism: Evidence from Europe. *Int. J. Electron. Gov. Res*, 1 (1), 19–39. Doi:10.4018/978-1-60566-104-9.ch007.
- Saco, D. (2002). *Cybering Democracy: Public Space and the Internet*. Minneapolis: University of Minnesota .
- Suseno, N. (2013). *Representasi Politik: Perkembangan dari Akjektiva ke Teori*. Depok: Puskapol UI.
- Terkourafi, M. (2011). The Puzzle of Indirect Speech. *Journal of Pragmatics* 43(11), Pages 2861–2865. doi:<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2011.05.003>.
- Yang, G. (2016). Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #BlackLivesMatter. *Cogitatio Media and Communication*, 4 (4), 13–17.

