

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media komunikasi saat ini sudah semakin berkembang khususnya pada *cybermedia*. sudah banyak situs, aplikasi dan media sosial yang telah diciptakan dengan harapan sosialisasi umat manusia yang semakin membaik karena adanya kepraktisan dalam melakukan komunikasi tanpa adanya batas ruang dan waktu. Pola kehidupan sehari-hari telah berubah sejak adanya teknologi internet, karena dengan adanya teknologi internet, bumi seakan menjadi desa kecil yang tidak pernah tidur, semua jenis kegiatan dapat difasilitasi oleh teknologi internet.¹

Perkembangan media sosial yang semakin hari semakin pesat terjadi, telah membawa manusia pada titik dimana tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi pun saat ini telah memberikan kemudahan bagi setiap manusia untuk tetap selalu terhubung kepada setiap orang di berbagai belahan dunia. Kemudahan dalam berkomunikasi saat ini semakin terasa kental di kalangan masyarakat. Instagram, twitter, Facebook, dan lain sebagainya seperti sudah menjadi trend tersendiri di kalangan masyarakat. Berbagai macam media sosial tersebut seolah tidak lagi bisa dipisahkan dari diri manusia itu sendiri

Keluarga merupakan lingkungan pertama dan utama yang memberikan banyak pengaruh terhadap perkembangan seseorang di dalam berbagai hal.

¹ Sutedjo Dharma Oetomo, Budi.. *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset 2007), h 11

Seseorang yang memiliki latar belakang ekonomi menengah ke atas dapat dengan mudah mengakses media sosial dengan menggunakan smartphone ataupun menggunakan fasilitas internet di rumah maupun warung internet yang saat ini banyak berdiri di berbagai daerah, bahkan di pedesaan. Saat ini setiap orang dapat dengan mudah menggunakan internet karena ketersediaan fasilitas yang semakin mendukung seseorang untuk menggunakan media sosial.

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman”. Istilah ini sejajar dengan apa yang diutarakan oleh Thomas L. Friedman 2007 sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber manapun. Juga sebagaimana diulas Richard Hunter 2002 dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka.

Indonesia memiliki jumlah penduduk lebih dari 250 juta masyarakat, di tahun 2000 pengguna internet di Indonesia hanya 2 juta orang dan melambung hingga +/- 40 juta orang di tahun 2014². Setiap tahunnya Indonesia dapat menaikkan angka pengguna media sosial. dikarenakan media sosial sudah menjadi kebutuhan untuk masyarakat luas, setiap orang berfikir kalau tidak menggunakan media sosial

² Feri Sulianta.. *Keajaiban Sosial Media Fantasi Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower.*(Jakarta : Elex Media Komputindo 2015) h.4

maka bukan orang-orang yang pintar dan modern. maka dari itu manusia sangat membutuhkan proses komunikasi melalui media sosial.

Tak mengherankan, kehadiran media sosial menjadi fenomenal. *Facebook, Twitter, YouTube, Path*, hingga *Instagram* adalah beberapa jenis dari media sosial yang diminati oleh banyak khalayak. Bahkan, ada sebuah fakta bahwa pengguna sebuah media sosial jauh lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk sebuah Negara. Media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data, seperti audio atau video

Pada sosial media memberi dan merespon adalah kebiasaan yang awam saat satu individu serta individu lainnya diikat melalui korelasi virtual tidak terdapat relasi yang terjadi diantara pengguna tersebut, selain sebagai saluran data informasi³. Kehadiran sosial media ini tentunya menjadi bentuk baru pada aktivitas sehari-hari manusia bisa berpartisipasi langsung dan sharing info dengan pihak-pihak yang mereka percaya seperti sahabat, keluarga atau siapapun yang mempunyai kesamaan identitas, baik itu identitas abstrak maupun bersifat geografis⁴ maka dari itu banyak manusia kini memanfaatkan dan bergantung dengan sosial

³ Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2015), h. 109

⁴ Hermin Indah Wahyuni. *Kebijakan (media Baru) di Indonesia (harapan , Dinamika dan Capaian) Kebijakan (Media Baru) (Yogyakarta: Gadjah Mada University press. 2013).h 72*

media kini sosial media menjadi tempat berbagi informasi kepada banyak khalayak tidak hanya untuk informasi pribadi

Beraneka macam sosial media yang muncul di kalangan masyarakat saat ini orang - orang kini memanfaatkan media sosial tersebut dalam membentuk opini publik dan membagikannya pada sosial media hingga menjadi viral. Pada era globalisasi saat ini komunikasi justru lebih simple dan praktis dengan adanya kemajuan teknologi ini pun semua kalangan dapat membagikan opini mereka terhadap suatu masalah sosial yang berkembang di kalangan masyarakat ⁵.

Opini publik ada ketika pesan yang disampaikan oleh sang komunikator dapat tersampaikan dengan baik dan dipahami oleh komunikan (khalayak) sehingga terjadi suatu diskusi antara komunikator dan komunikan tentunya diskusi ini memerlukan sebuah media yang menjadi tempat bagi para komunikator dan dibahas. Sehingga diantara opini publik dan sosial media kini dapat beriringan membuat suatu korelasi yang berkesinambungan dengan adanya media bagi para komunikator untuk menyampaikan pesan mereka kepada khalayak.

Media sosial kini yang paling umum digunakan dalam kegiatan diskusi maupun membagikan opini kepada para penggunanya adalah twitter. Twitter merupakan salah satu media sosial yang digunakan dalam aktivitas mempertukarkan ide, wacana, dan opini publik Media sosial tersebut dapat mengundang simpati publik, kemarahan, sara, sukacita dan ketakutan⁶. Platform

⁵ Fausi Sariel. *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik* (Analisa Wacana Twitter Sby), (Jurnal Komunikasi, Nomor 3 September 2017), vol 8, h 262

⁶ Bin Muhammad Alkatiri, et al., *Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter* (Bin Muhammad Alkatiri, 2020). (Coverage: Journal of Strategic Communication 2020), h.21

media informasi ini juga menawarkan berbagai kemudahan dalam menyebarkan informasi seperti dapat menyambungkan langsung dengan halaman website atau tautan berita melalui sebuah link dan dapat membagikan sebuah berita melalui fitur mention dan hastag.

Dari data diatas dapat kita lihat bagaimana perkembangan media sosial terjadi sangat pesat hal ini dapat menggambarkan bagaimana masyarakat memiliki minat yang amat besar terhadap media sosial. Selain itu, data yang dapat dilihat bagaimana sebuah media sosial dapat menjadi wadah untuk berbagi sebuah opini dan menjadi tempat diskusi bagi khalayak mengangkat isu sosial yang sedang berkembang melalui sebuah fitur hastag pada media sosial twitter seperti isu yang berkembang pada tahun 2021 dengan hastagnya yang populer di kalangan para pengguna twitter yakni *#SahkanRUUPKS* isu ini mengangkat masalah sosial yang berkaitan dengan undang-undang tentang kekerasan seksual yang belum disahkan oleh lembaga tinggi negara Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

Maka penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan analisis wacana penggunaan fitur tagar pada Tagar *#SahkanRUUPKS* sebagai sebuah gerakan sosial dalam menentukan opini publik pada media sosial Twitter sebagai media sosial yang menjadi platform yang dapat membagikan informasi kepada para penggunanya

Berdasarkan dengan hal-hal yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk meneliti hal- hal yang berkaitan dengan hal tersebut dengan judul **“ANALISIS PENGGUNAAN TAGAR SEBAGAI GERAKAN SOSIAL DALAM MENENTUKAN OPINI PUBLIK PADA MEDIA SOSIAL “TWITTER” (STUDI PADA HASTAG *#SahkanRUUPKS*)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Analisis wacana teks cuitan melalui tagar *#SahkanRUUPKS* pada layanan jejaring sosial Twitter dalam menentukan opini publik?
2. Bagaimana wacana teks cuitan melalui tagar *#SahkanRUUPKS* di layanan jejaring sosial Twitter dalam menentukan opini publik dilihat dari persepsi Kognisi sosial?
3. Bagaimana wacana berupa kicauan melalui tagar *#SahkanRUUPKS* di layanan jejaring sosial Twitter dalam menentukan opini publik dilihat dari persepsi konteks sosial?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, dilakukannya pembatasan terhadap masalah yang ada dan telah dirumuskan supaya terarah dan terkonsentrasi dalam melakukan penelitian. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas analisis wacana pada penggunaan Tagar *#SahkanRUUPKS* sebagai sebuah gerakan sosial dalam menentukan opini publik pada media sosial Twitter

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sesuai dengan rumusan masalah diatas yakni; Mengetahui bagaimana analisis wacana terhadap penggunaan Tagar

#SahkanRUUPKS sebagai sebuah gerakan sosial dalam menentukan opini publik pada media sosial Twitter ?

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu Jurnalistik dan Ilmu Komunikasi khususnya untuk bidang kajian komunikasi massa dan new media

2. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam membentuk sebuah gerakan sosial baru serta memberikan kontribusi yang berkaitan dengan pengembangan era new media terhadap media sosial agar dapat membuat gerakan sosial lainnya menjadi lebih efisien dan praktis.

F. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan ini dapat dibaca secara mudah dan dapat dipahami, maka kajian ini perlu disusun secara sistematis sehingga tidak terjadi kerancuan sistematis dalam penulisan ini terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN Bab ini membahas tentang pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI Bab ini membahas tentang landasan teori meliputi: kerangka teori, Pengertian analisis wacana, model analisis wacana Teun

A. Van Dijk, kerangka analisis Teun A. Van Dijk, dan penjelasan mengenai, mediasosial, gerakan sosial serta opini publik.

BAB III METODE PENELITIAN Bab ini membahas tentang mengenai metodologi penelitian, pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian lokasi dan waktu penelitian sumber data, teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Bab ini membahas tentang analisis dan pembahasan yang terdapat dalam rumusan masalah yaitu berisi pengaruh penggunaan Tagar *#SahkanRUUPKS* sebagai sebuah gerakan sosial dalam menentukan opini publik pada media sosial Twitter serta berisi Analisis wacana menggunakan skema Teun A. Van Dijk pada *Tagar #SahkanRUUPKS* pada media sosial *Twitter*, dan teori komunikasi yang terkandung dalam pembahasan

BAB V PENUTUP Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan implikasi penelitian. Kesimpulan ini berupa pernyataan singkat yang merupakan jawaban atas masalah yang telah dibahas pada masing-masing bab yang sudah dibahas. Serta pada bagian terakhir termuat daftar pustaka dan lampiran-lampiran.