



---

## PERAN MEDIA SOSIAL DAN “TEMAN AHOK” DALAM MENDORONG PERUBAHAN SOSIAL

Oleh

Eni Susanti<sup>1)</sup>, Septiawan Ardiputra<sup>2)</sup> & M. Tasbir Rais<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Sulawesi Barat

Jl. Prof. Dr. Baharuddin Lopa, S.H., Baurung, Banggae Timur, Baurung, Banggae Timur,  
Kabupaten Majene, Sulawesi Barat 91412

Email: [1enisusanti@unsulbar.ac.id](mailto:enisusanti@unsulbar.ac.id)

### Abstract

This research aims to describes and analyze the Ahok's Supporters that are called "Teman Ahok" (Ahok's Friends) as pioneers of young volunteers who use social media to campaign all the activities and performance of the Jakarta Governor Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) and for addressing the problems that occur during the nomination process to Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) in order to advance in election of Governor DKI Jakarta in 2017. This study is a qualitative research with descriptive design. The results of this study also show that the "Teman Ahok" is included in the category of pioneering. It is in line with indicators that belong to "Teman Ahok" in the definition of pioneering according to The Ministry of Youth and Sports (Kemenpora). The results of this study also show that social media has a significant role in a social movement to encourage a social change. Similar to this study that tries to see the use of social media which is used as a strategy in the social movements in the hope of encouraging the creation of social change. In the context of this study, the researcher tried to see the extent to which the use of social media by the "Friends Ahok" is a strategy to campaign all the activities and performance of the Jakarta Governor Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) to advance in the election of Governor and Vice Governor of the Jakarta in 2017.

**Keywords:** Jakarta Governor Election, Social Media, Social Movements & Teman Ahok

### PENDAHULUAN

Perkembangan penggunaan internet di Indonesia ditandai dengan jumlah pengguna yang bertambah dari tahun ke tahun secara signifikan. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengatakan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan pada tahun 2019- 2020 itu menemukan bahwa 196,71 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 266,91 juta orang. Jumlah ini bertambah sekitar 25,5 juta pengguna dibandingkan tahun lalu (Kompas, 2020)

Hasil survei juga mengatakan bahwa pengakses internet terbesar di Indonesia berdasarkan usia adalah di usia muda sekitar

25-34 tahun sebesar 75,8%, usia 10-24 tahun sebesar 75,5%, usia 35-44 tahun sebesar 54,7%, usia 45-54 tahun sebesar 17,2% dan usia 55 ke atas sebesar 2%. ([www.kompas.com](http://www.kompas.com),2016). Hasil survei lain juga mengatakan bahwa rata-rata pengakses internet di Indonesia menggunakan perangkat telepon genggam. 67,2 juta orang atau 50,7 persen mengakses melalui perangkat telepon genggam dan komputer, 63,1 juta orang atau 47,6 persen mengakses dari *smartphone*. 2,2 juta orang atau 1,7 persen mengakses hanya dari computer([www.kompas.com](http://www.kompas.com),2016).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini juga mendukung aplikasi media sosial yang dapat dipergunakan dalam alat komunikasi yang lebih *mobile*. Hal inilah yang dapat membantu para pengguna internet



untuk dapat mengakses media sosial dimanapun dan kapanpun. Kemudian perkembangan ini mendorong para tim sukses, relawan ataupun politisi untuk dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan kampanye politik. Fenomena yang disampaikan oleh dua buah situs pengamat percakapan di media sosial (salingsilang.com dan politicawave) tersebut mengindikasikan adanya keterkaitan antara media sosial dan politik.

Media sosial pada dewasa ini mempunyai banyak manfaat bagi perkembangan demokrasi dan meningkatkan partisipasi politik sebagaimana dikemukakan dalam penelitian Adianto (2012,hal.86) yang hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa terdapat tiga motivasi pengguna media sosial dalam memanfaatkan media tersebut untuk partisipasi politik, yaitu motivasi ekonomi, motivasi untuk menunaikan tugas warga negara, dan motivasi untuk merealisasikan kepedulian sosial. Media sosial juga menjadi instrumen demokrasi sebagaimana dalam penelitian Rahayuningtyas, (2014, hal. 111).

Teman Ahok bermula dari gerakan simpatik yang dinamakan Lawan Begal APBD dalam kisruh "Dana Siluman" di APBD DKI Jakarta. Gerakan ini berlangsung pada 1 Maret 2015 pada momen *Car Free Day*. Pada saat itu Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), sedang berseteru dengan DPRD DKI Jakarta yang melancarkan hak angket untuk melengserkan Ahok yang pada saat itu dalam kondisi tidak berpartai. Ternyata, Gerakan Lawan Begal APBD mendapat sambutan baik di masyarakat yang selama ini mendukung Ahok dan merasakan langsung kinerja Ahok. Gerakan ini juga berhasil mengarahkan perhatian masyarakat pada kondisi darurat begal APBD DKI Jakarta. Ditambah kenyataan bahwa Ahok yang tengah berjuang melawan begal di DPRD kala itu tidak memiliki dukungan politik yang kuat dari partai. Pada titik ini, para pemuda yang menginisiasi Gerakan Begal APBD mulai menyadari bahwa

Ahok butuh dukungan dalam melanjutkan perjuangannya. Butuh aksi yang lebih konkret dari sekedar gerakan simpatik untuk memastikan Ahok dapat menyelesaikan program-programnya dalam membangun Jakarta, meski dengan atau tanpa dukungan partai. "Teman ahok" bukan mendukung Ahok dalam artian pribadinya, melainkan mendukung niat Ahok yang ingin memerangi pembegalan di APBD. ([www.temanahok.com](http://www.temanahok.com)).

Bertemu rutin setelah aksi di *Car Free Day*, lima pemuda dari latar belakang yang berbeda yaitu Amalia, Singgih, Richard, Bowo dan Toni memutuskan untuk mendirikan Teman Ahok, sebuah perkumpulan relawan yang didirikan untuk membantu dan mendukung Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama dalam mewujudkan Jakarta Baru yang lebih bersih, maju, dan manusiawi. Disini juga disimpulkan bahwa Ahok harus didukung untuk menjadi Gubernur lagi, meski kondisi saat itu Ahok tidak didukung oleh satu-pun partai politik. Mengusung Ahok di jalur Independen jadi pilihan. Organisasi bernama "Perkumpulan Teman Ahok" resmi didaftarkan dan didirikan pada tanggal 16 Juni 2015. ([www.temanahok.com](http://www.temanahok.com)).

Pengumpulan KTP sebenarnya sudah mulai dilakukan sejak 15 Juni 2015, sebelum "teman ahok" mendapatkan akta. Selama bulan Juni sampai 15 Juli 2015, Teman Ahok hanya sanggup mengumpulkan 1.497 KTP. Padahal, target yang ingin dicapai adalah 15.000 KTP pada bulan pertama. Hasil ini, membuat "teman ahok" banyak berevaluasi sedikit demi sedikit kekuatan relawan "teman ahok" mulai terbangun. Dimulai dari informasi teman ke teman, jaringan ke jaringan, jumlah relawan yang bersedia membantu "teman ahok" semakin bertambah. "Teman ahok" memulai langkah konkretnya dalam pengumpulan KTP dengan hanya 32 Posko di 32 kelurahan di Jakarta. Melalui 32 Posko pertama inilah, perjuangan terberat dalam mengumpulkan 5.000 pertama dukungan KTP untuk Ahok mulai terasa. Rupanya memperoleh



kepercayaan masyarakat untuk menyerahkan identitas pribadinya guna mendukung seorang calon Gubernur Independen sama sekali tidak mudah. ([www.temanahok.com](http://www.temanahok.com)).

Dari latar belakang yang dijabarkan sebelumnya dapat diketahui beberapa permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini. Pertama, perkembangan penggunaan internet di Indonesia ditandai dengan jumlah pengguna yang bertambah dari tahun ke tahun secara signifikan. Kedua, media sosial memberikan pengaruh cukup besar dalam gerakan dan perubahan sosial, termasuk dalam bidang politik, baik untuk masyarakat secara umum maupun pemuda. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis peran “teman ahok” sebagai pelopor relawan muda dalam gerakan sosial yang memanfaatkan media sosial untuk mengampanyekan kegiatan dan kinerja Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dan menyikapi permasalahan pada masa pemilihan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2005, hal.1) dalam Irzal (2015, hal.80).

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan karena pendekatan ini dipandang lebih relevan dalam mengamati gejala-gejala sosial yang ada di masyarakat. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini penulis gunakan karena penelitian yang diangkat adalah tentang bagaimana teman ahok sebagai pelopor relawan muda memanfaatkan media sosial untuk mengampanyekan kegiatan dan kinerja Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama

(Ahok) dan menyikapi permasalahan pada masa pemilihan yang belum dikaji secara holistik.

Dibutuhkan penilaian yang cukup rumit untuk mendapatkan informasi dan menjawab pertanyaan penelitian, oleh karenanya dipilih pendekatan kualitatif yang menjadikan peneliti sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Selain itu penelitian kualitatif akan melihat secara dalam makna dari interaksi yang dilakukan selama pengumpulan data dilapangan. Data didekati dengan instrumen manusia yaitu peneliti sendiri dengan melihat pengalaman hidup, latar belakang, lokasi atau institusi dan mencatatkannya secara ilmiah sebagai temuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan 3 (tiga) cara, yaitu: Wawancara mendalam, Observasi, Studi Dokumen, Studi Pustaka. Adapun yang diwawancarai pada penelitian ini adalah teman ahok, yaitu Singgih Widiyastono dan Amalia Ayuningtyas selaku pendiri teman ahok, kemudian Edy Barus, Kezia Zavera serta Nurhayati selaku followers teman ahok. Sedangkan observasinya dilakukan pada media sosial dengan akun ‘teman ahok’.

Analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian dalam hal ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Maksudnya adalah seluruh data yang diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi, peneliti akan mendeskripsikan, menganalisis, menginterpretasikan dan memaparkan yang ada hubungannya dengan fokus penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

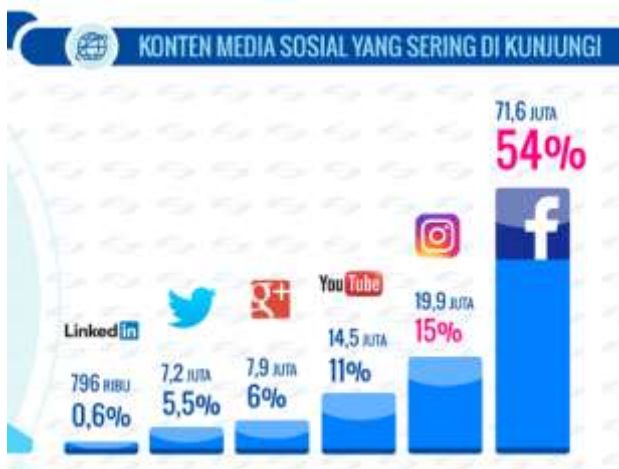
Konsep perubahan sosial selalu menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivisme sipil (Strobel, Osberg, dan McLaughlin, 2006) dalam Puspasari (2013, hal.37). Maka dari itu, ketika berbicara tentang keterlibatan pemuda dalam aktivisme sipil, maka peranan sebagai agen perubahan pun dilekatkan pada pemuda dalam konteks tersebut. Agen perubahan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pihak-pihak yang menghendaki perubahan sosial, baik berupa individu maupun sekelompok orang



yang mendapat kepercayaan sebagai pemimpin satu atau lebih lembaga-lembaga kemasyarakatan (Soekanto, 1992) dalam Puspasari (2013,hal.37). Upaya-upaya dalam melakukan perubahan sosial ini selalu ditandai oleh adanya sejumlah orang yang memelopori, menggerakkan, dan menyebarkan proses perubahan tersebut (Nasution, 2004) dalam Puspasari (2013,hal.37).

Media sosial adalah salah satu bentuk inovasi dalam perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Setelah kemunculan berbagai peramban web (*web browser*), seperti Mosaic, Explorer, dan Netscape, maka *World Wide Web* (*www*) mulai tumbuh pesat dan dapat diakses oleh siapa saja (Severin dan Tankard, Jr, 2007) dalam Puspasari (2013,hal.39). Perkembangan ini selanjutnya membawa teknologi tersebut pada era media sosial. Berdasarkan peringkat situs yang diakses pada tanggal 17 November 2016 diperoleh dari (<https://www.apjii.or.id/2016>) diketahui bahwa ada 6 jenis media sosial yang sering digunakan oleh pengguna internet di Indonesia tahun 2016.

**Figure 1. Peringkat Situs Indonesia**



Sumber: <https://www.apjii.or.id/2016>

Gambar 1 di atas menjelaskan situs 6 peringkat tertinggi yang sering diakses oleh pengguna internet di Indonesia. Diantara 10 peringkat tertinggi tersebut peringkat tertinggi

diwakili oleh Facebook sebanyak 54% atau sekitar 71,6 juta dan instagram sebanyak 15% atau sekitar 19,9 juta.

Pendapat yang pro dan kontra menilai keberadaan organisasi gerakan sosial membentuk pembedaan model organisasi. Krisei, Diani dan Donati, Rao et al dalam Porta dan Diani (2004) dalam Rahayuningtyas (2014,hal.30) memperkenalkan beberapa dari model organisasi tanpa aspirasi untuk menghasilkan tipologi sistematis.

### **Organisasi Gerakan Partisipatif**

Organisasi gerakan partisipatif memiliki beberapa jenis kelompok yang berbeda model. Secara khusus, organisasi gerakan partisipatif dapat dibedakan menjadi 2 yaitu organisasi protes massa dan organisasi akar rumput (Porta dan Diani, 2006,hal.147) dalam Rahayuningtyas (2014,hal.31).

#### *Organisasi Protes Massa*

Model organisasi protes massa menggabungkan perhatian terhadap demokrasi partisipatif dengan tingkat formalisasi struktur organisasi. Dalam gerakan sosial dari tahun 1970-an, banyak organisasi politik seperti komunis K-Gruppen di Jerman, partai-partai Kiri Baru di Italia, Trotskysts di Perancis, telah mengadopsi struktur organisasi yang kaku dan hierarkis, dekat dengan model Partai Leninis (Porta, 1995 dan Lumley, 1990 dalam Porta dan Diani, 2006,hal.147) dalam Rahayuningtyas (2014,hal.31). Menurut Porta dan Diani, dalam bukunya yang berjudul *Social Movement: an Introduction (Second Edition)*, model ini lebih menekankan pada revolusioner yang profesional dan kurang mempedulikan demokrasi akar rumput. Porta dan Diani menambahkan bahwa demokrasi partisipatif mungkin dianggap mengurangi efisiensi pengambilan keputusan majelis dan membutuhkan waktu yang panjang, terlebih di parlemen nasional dan regional.

#### *Organisasi Akar Rumput*

Berbeda dengan model organisasi protes massa, model organisasi akar rumput menggabungkan orientasi partisipatif yang kuat





dengan tingkat strukturasi formal yang rendah (Porta dan diani, 2006,hal.149) dalam Rahayuningtyas (2014,hal.31). Porta dan Diani menjelaskan bahwa keberadaan organisasi akar rumput sangat bergantung pada kesediaan anggotanya (masyarakat akar rumput) untuk berpartisipasi dalam kegiatan organisasi. Partisipasi tersebut dapat didorong melalui berbagai kombinasi insentif ideologis dan solidaristik, sering kali hal ini terkait dengan loyalitas (Doherty 1999, Wall 1999, dan Drury et al 2003 dalam Porta dan Diani, 2006) dalam Rahayuningtyas (2014,hal.32).

Organisasi akar rumput tidak bisa bergantung pada profil ideologis yang kuat, mengingat heterogenitas peserta mereka, sebagai gantinya organisasi akar rumput menekankan keprihatinan dalam isu-isu tertentu sehingga membentuk komite untuk mencirikan aktivitas politik dalam demokrasi kontemporer (Porta, 2004 dalam Porta dan Diani, 2006) dalam Rahayuningtyas (2014,hal.32) atau masyarakat dengan isu tertentu yang membentuk asosiasi dan melakukan aksi bersama untuk keadilan lingkungan, misalnya (Taylor, 1995 dan Lichterman, 1995 dalam Portal dan Diani 2006) dalam Rahayuningtyas (2014,hal.32).

### **Teman Ahok**

Teman Ahok bermula dari gerakan simpatik yang dinamakan Lawan Begal APBD dalam kisruh "Dana Siluman" di APBD DKI Jakarta. Gerakan ini berlangsung pada 1 Maret 2015 pada momen Car Free Day. Pada saat itu Gubernur DKI Basuki T. Purnama alias Ahok, sedang berseteru dengan DPRD DKI yang melancarkan hak angket untuk melengserkan Ahok yang pada saat itu dalam kondisi tidak berpartai. Ternyata, Gerakan Lawan Begal APBD mendapat sambutan baik di masyarakat yang selama ini mendukung Ahok dan merasakan langsung kinerja Ahok.

Gerakan ini juga berhasil mengarahkan perhatian masyarakat pada kondisi darurat begal APBD DKI Jakarta. Ditambah kenyataan bahwa Ahok yang tengah berjuang melawan begal di DPRD kala itu tidak punya backing

politik yang kuat dari partai. Pada titik ini, para pemuda yang menginisiasi Gerakan Begal APBD mulai menyadari bahwa Ahok butuh teman dalam melanjutkan perjuangannya. Butuh aksi yang lebih konkret dari sekedar gerakan simpatik untuk memastikan Ahok dapat menyelesaikan program-programnya dalam membangun Jakarta, meski dengan atau tanpa dukungan partai. "Teman Ahok bukan mendukung Ahok dan artian pribadinya, melainkan mendukung niat Ahok yang ingin memerangi pembegalan di APBD. soal Kalau dukungan nanti Teman Ahok akan pikirkan lagi dalam Pilkada2017, apakah Teman Ahok akan memilih lagi atau tidak," menurut Koordinator Aksi "Teman Ahok", Aditya Yogi Prabowo.

Bertemu intens setelah aksi di Car Freeday, lima pemuda dari latar belakang yang berbeda yaitu Amalia, Singgih, Richard, Bowo dan Toni memutuskan untuk mendirikan Teman Ahok, sebuah perkumpulan relawan yang didirikan untuk membantu dan menemani Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama dalam mewujudkan Jakarta Baru yang lebih bersih, maju, dan manusiawi. Disini juga disimpulkan bahwa Ahok harus didukung untuk menjadi Gubernur lagi, meski kondisi saat itu Ahok tidak didukung oleh satu-pun partai politik. Mengusung Ahok di jalur Independen jadi pilihan. Organisasi bernama "Perkumpulan Teman Ahok" resmi didaftarkan dan didirikan pada tanggal 16 Juni 2015.

Pengumpulan KTP sudah mulai dilakukan sejak 15 Juni 2015, sebelum Teman Ahok mendapatkan akta. Selama bulan Juni sampai 15 Juli 2015, Teman Ahok hanya sanggup mengumpulkan 1.497 KTP. Padahal, target yang ingin dicapai adalah 15.000 KTP pada bulan pertama. Hasil ini, membuat Teman Ahok banyak berevaluasi Sedikit demi sedikit kekuatan relawan Teman Ahok mulai terbangun. Dimulai dari informasi teman ke teman, jaringan ke jaringan, jumlah relawan yang bersedia membantu Teman Ahok semakin bertambah. Teman Ahok memulai langkah konkretnya dalam pengumpulan KTP dengan hanya 32 Posko di 32 kelurahan di Jakarta.



Melalui 32 Posko pertama inilah, perjuangan terberat dalam mengumpulkan 5.000 pertama dukungan KTP untuk Ahok mulai terasa. Rupanya memperoleh kepercayaan masyarakat untuk menyerahkan identitas pribadinya guna mendukung seorang calon Gubernur Independen sama sekali tidak mudah.

Dalam situs resmi “teman ahok” di [www.temanahok.com](http://www.temanahok.com) dijelaskan bahwa Visi “teman ahok” yaitu menghimpun seluruh warga DKI yang punya keinginan menjadikan Jakarta lebih baik, tertata, manusiawi, dan bebas dari korupsi di masa depan dengan cara mengusung calon gubernur yang tepat. Sebagai perkumpulan warga DKI yang bisa memberikan penjelasan atas segala program Pemda DKI agar tidak disalahpahami oleh warga karena distorsi berita yang ada di media massa atau media sosial.

Sedangkan misinya adalah untuk menampung warga DKI yang bersedia memberikan dukungan terhadap Ahok untuk maju melalui jalur independen. Mengorganisir seluruh potensi dukungan terhadap Ahok agar tidak tercerai berai, memberikan pemahaman kepada publik agar tidak terpancing isu-isu primordial yang tidak ada kaitan sama sekali dengan kebijakan pembangunan. Mengumpulkan 1 juta KTP untuk Ahok, menjadi garda terdepan untuk meluruskan berita-berita yang tidak benar atau fitnah terhadap Ahok.

Keseriusan “teman ahok” dalam memanfaatkan media sosial dibuktikan dengan adanya Tim yang mengelola media sosial khusus, mereka menyebutnya Tim Digital yang bertugas khusus untuk mengurus media sosial. Amalia Ayuningtyas salah satu pendiri “Teman Ahok” juga mengatakan bahwa “teman ahok” memiliki 7 orang Tim digital yang mengelola media sosial “teman ahok”, tim digital tersebut bertugas melakukan media monitoring, membuat content, video dan animasi. Baik Singgih maupun Amalia mengatakan bahwa keberadaan media sosial bagi “teman ahok” sangatlah penting. Alasan

“teman ahok” memanfaatkan media sosial adalah karena penggunaannya yang murah dan mudah serta banyak dipakai oleh semua kalangan, baik kalangan atas maupun kalangan bawah, seperti yang dikatakan Singgih dalam wawancara dengan penulis, dan hal itu mendorong “teman ahok” menggunakan berbagai macam media sosial baik Whats app, Line, Twitter, Facebook dan Instagram. Hal serupa di iyaikan oleh Amalia yang menerangkan bahwa di banding radio yang mahal maka media sosial lebih tepat untuk “teman ahok” saat ini.

Kementerian Pemuda dan Olahraga dalam buku panduan program pemilihan pemuda pelopor (2019) juga mendefinisikan makna kepeloporan sebagai akumulasi semangat, sikap dan kesukarelawanan yang dilandasi kesadaran diri atas tanggung jawab sosial untuk menciptakan sesuatu dan atau mengubah gagasan menjadi suatu karya nyata yang dilaksanakan secara konsisten, gigih dan diaukui oleh masyarakat luas karena mampu memberikan nilai tambah pada sendi – sendi kehidupan masyarakat.

Dari definisi akan konsep kepeloporan versi kemenpora tadi ada beberapa dimensi (indikator) yang harus dipenuhi untuk dapat dikatakan sebagai kepeloporan, yaitu :

#### *Akumulasi Semangat*

Selama proses wawancara dan observasi di media sosial, penulis melihat bahwa “teman ahok” memiliki akumulasi semangat yang cukup tinggi, terutama saat pengumpulan 1 juta KTP untuk ahok. Amalia menyadari bahwa pengumpulan fotokopi KTP dukungan terhadap Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) untuk bisa maju sebagai calon gubernur independen harus menyertakan nama calon wakil gubernur dalam formulir. Teman Ahok menyadari, kalau Teman Ahok jalannya menunggu wakil dari Pak Ahok akan memakan proses yang lebih lama. Padahal, jika ingin mengumpulkan fotokopi sejuta KTP harus memulai secepatnya. Teman Ahok lalu berinisiatif untuk mengumpulkan fotokopi KTP serta



formulirnya terlebih dahulu. Dalam formulir tersebut tercantum kolom nama calon gubernur, yaitu Basuki Tjahaja Purnama dan kolom untuk nama calon wakil gubernur. Namun, kolom cawagub itu masih dikosongkan.

Menurut Amalia, metodenya dapat dengan menggunakan cap atau cetak. Teman Ahok masih mencari metode pencetakan yang paling tepat pada saat itu. Polemik perihal nama wakil Gubernur di formulir yang diembuskan Yusril Ihza Mahendra berhasil membentuk opini di masyarakat bahwa sebanyak apa pun KTP yang dikumpulkan, hal itu tidak berlaku jika tidak menyertakan cawagub sebagai pasangan cagub, akhirnya pada tanggal 11 Maret 2016 dilakukan pengumpulan KTP ulang. Kemudian pengumpulan ulang dukungan KTP untuk Ahok-Heru dimulai dari nol, ternyata hal tersebut berhasil menyedot perhatian masyarakat yang juga terdiri dari anak-anak muda berkali lipat dibanding sebelumnya. Dalam satu bulan pengumpulan KTP sudah mencapai angka 500.000.

*Dilandasi kesadaran diri atas tanggung jawab sosial*

“Teman ahok” mengatakan bahwa mereka ingin masyarakat DKI Jakarta itu sadar bahwa untuk maju dalam pilgub DKI Jakarta itu tidak harus dengan membawa kendaraan partai politik ,tapi dengan jalur independen mereka juga bisa maju jika mereka punya kemampuan dan ada yang mendukung untuk menggerakkan itu, “teman ahok” ingin adanya pembaruan dalam sistem politik kita.

*Menciptakan sesuatu dan atau mengubah gagasan menjadi suatu karya nyata*

Dalam analisis penulis “teman ahok sudah menciptakan sesuatu yang baru artinya melakukan gerakan aksi dan pengumpulan 1 juta KTP melalui media sosial dan itu menjadi viral di media sosial, terbukti dengan hasil yang mereka capai yaitu berhasil mengumpulkan 1 juta KTP, keberhasilan tersebut tentu saja karena bantuan media sosial. Bukti keberhasilan “teman ahok” dalam pengumpulan 1 juta KTP

*Dilaksanakan secara konsisten, gigih dan diakui oleh masyarakat luas karena mampu memberikan nilai tambah pada sendi – sendi kehidupan masyarakat.*

Indikator yang ke-4 yaitu dilaksanakan secara konsisten, gigih dan diakui oleh masyarakat luas karena mampu memberikan nilai tambah pada sendi – sendi kehidupan masyarakat. Menurut hasil analisis penulis bahwa indikator tersebut juga dimiliki oleh “teman ahok”, mereka secara konsisten , dan gigih dalam memberikan pemutakhiran informasi mengenai kampanyenya mengumpulkan 1 juta KTP di media sosial, sehingga hasil yang dicapai mendapat pengakuan oleh masyarakat dan para followernya

### **Analisis Teori Gerakan sosial dan Perubahan Sosial**

“Teman ahok” merupakan gerakan sosial karena sesuai dengan definisi dari David Meyer dan Sydney Tarrow dalam karya mereka *Social Movement Society*(1998). Yang menjelaskan ciri – ciri yang sudah disebutkan diatas dan mengajukan sebuah definisi yang lebih inklusif tentang gerakan sosial, yaitu “Tantangan – tantangan bersama, yang didasarkan atas tujuan dan solidaritas bersama, dalam interaksi yang berkelanjutan dengan kelompok elite, saingan atau musuh dan pemegang otoritas” (1998:4). Kelompok elite di sini yang dimaksud adalah partai politik.

Namun untuk memasukkannya ke dalam kategori gerakan sosial harus dilihat dari aspek lainnya. Dari segi kelompok sasaran, menurut Porta dan Diani sebuah gerakan sosial harus mampu melibatkan partisipasi seluruh stakeholder yang terkait. Dalam konteks Teman Ahok, mereka dibentuk oleh 5 orang anak muda yang berusia 23 – 26 tahun. Penentuan karakteristik usia pemuda menurut pendapat penulis, mereka adalah benar sekelompok dari bagian anak – muda Indonesia sesuai dengan definisi pemuda berdasarkan usia dalam UU No. 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, dijelaskan bahwa Pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting



pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun.

Jika dianalisis menggunakan model organisasi Krisei, Diani dan Donati, Rao et al dalam Rahayuningtyas (2014), terlihat bahwa bentuk organisasi “Teman Ahok” termasuk dalam kategori Organisasi Gerakan partisipatif. “Teman ahok “merupakan sebuah gerakan relawan muda yang berusaha untuk merangkul masyarakat DKI Jakarta untuk berpartisipasi dalam hal mencari dukungan untuk mengumpulkan 1 juta KTP. Namun ketika hendak mengelompokkan Teman Ahok ke dalam salah satu bentuk Organisasi Gerakan Partisipatif, Teman ahok tidak memenuhi syarat untuk disebut sebagai Organisasi Protes Massa atau Organisasi Akar Rumput.

Pada dasarnya gerakan “teman ahok” lebih mendekati ciri Organisasi Akar Rumput yang berusaha melibatkan masyarakat akar rumput, hal ini sesuai dengan tujuan awal Teman ahok yaitu menghimpun seluruh warga DKI Jakarta yang punya keinginan menjadikan Jakarta lebih baik, tertata, manusiawi, dan bebas dari korupsi di masa depan dengan cara mengusung calon gubernur yang tepat. Sebagai perkumpulan warga DKI Jakarta yang dapat memberikan penjelasan atas segala program Pemda DKI agar tidak disalah pahami oleh warga karena terdistorsi berita yang ada di media massa atau sosial media.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Media sosial memiliki peran yang cukup signifikan dalam sebuah gerakan sosial untuk mendorong perubahan sosial. Dalam hal ini “teman ahok” sebagai salah satu relawan muda yang melakukan gerakan sosial dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat instrumennya telah berhasil menciptakan suatu perubahan sosial terbukti dengan dengan dicapainya gerakan 1 juta KTP yang hanya menggunakan media sosial sebagai alat kampanye mereka. Selain itu “teman ahok juga banyak memiliki “followers” di semua saluran

media sosialnya baik itu di facebook, twitter ataupun instagram, itu berarti bahwa keberadaan “teman ahok” diakui oleh masyarakat.

Penelitian ini hanya memfokuskan pada pemanfaatan media sosial yang dilakukan “teman ahok”, gerakan dan perubahan sosialnya saja tetapi tidak mengukur tingkat keberhasilan hingga kemenangan politik. Oleh karena itu diperlukan penelitian lanjut yang menganalisa hasil, tepatnya pada pasca pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2017. Sebagai rekomendasi akademis, penelitian mendatang sejenis dapat diperkuat dengan analisis lebih mendalam dari pihak pemilih, terutama pembentukan perilaku memilih karena adanya proses pembentukan citra dan komunikasi politik di media sosial. Hal ini ditujukan agar dapat mengukur tingkat keberhasilan strategi. Penelitian lain bisa dilakukan dengan menggunakan metode yang berbeda, misalnya metode korelasional kuantitatif untuk meneliti hubungan yang terjalin di media sosial antara politisi dengan khalayaknya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2016). *APJII Internet Outlook 2016*.
- [2] Burnett,R & D. Marshall.(2003). *Web Theory: An Introduction*. New York: Roulledge.
- [3] Creswell, John W. (2011). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Edisi Ketiga*. (Achmad Fawaid, Penerjemah). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [4] Dahnia Rakhmasari 2015, “ Kampanye Politik di Media Sosial Dikalangan Pemilih Pemula dan Implikasinya Dalam Ketahanan Politik Wilayah DKI Jakarta (Studi Kasus Kemenangan Jokowi Dalam Pilkada DKI Jakarta Tahun 2012)”
- [5] Danasmoro Brahmantyo 2014, “Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan





- Brand Nonprofit (Studi Kasus Pada Akademi Berbagi)”
- [6] Dijk, Jan A.G.M van. (2006). *The Network Society: Social ASPECTS OF New Media 2<sup>nd</sup> Edition*. London: SAGE publications Ltd.
- [7] Dominick, J.R. (2009). *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age (10<sup>th</sup> ed)*. Athens: McGraw Hill.
- [8] Flew, Terry (2005). *New Media: An Introduction. 2nd Edition*. Oxford University Press: New York.
- [9] Fowler, J.H. dan Christakis, N.A (2008). *Estimating Peer Effects on Health in Social Networks*. Journal of Health Economics 27(5): 1386-1391
- [10] Gamble & Gamble. (2005). *Communication Works (8<sup>th</sup> ed)*. New York: McGrawHill.
- [11] Holmes, David (2005). *Communication Theory: Media, Technology and Society*. London: Sage.
- [12] <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.htm>
- [13] <http://news.detik.com/berita/d-3342269/survei-lsi-denny-ja-elektabilitas-ahok-djarot-merosot-kini-246> diunduh pada tanggal 16 November 2016
- [14] <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>. diunduh pada tanggal 17 November 2016
- [15] <http://temanahok.com/?l=id#ta-kenapa-ahok> , diunduh pada tanggal 10 November
- [16] <http://www.antaranews.com/berita/575509/maju-lewat-parpol-teman-ahok-mantap-dukung-ahok>. diunduh pada tanggal 17 November 2016.
- [17] <http://www.suara.com/news/2016/05/29/165236/kisah-di-balik-layar-terbentuknya-relawan-teman-ahok> diunduh pada tanggal 10 November 2016.
- [18] [http://www.thenewvernacular.com/projects/Facebook\\_and\\_political\\_communication.pdf](http://www.thenewvernacular.com/projects/Facebook_and_political_communication.pdf)
- [19] <https://fredcavazza.net/2015/06/03/social-media-landscape-2015/> diunduh pada tanggal 17 November 2016
- [20] <https://www.apjii.or.id/> hasil survei APJII 2016, diunduh pada tanggal 17 November 2016
- [21] <https://www.merdeka.com/peristiwa/jalan-panjang-kasus-penistaan-agama-hingga-ahok-jadi-tersangka.html> diunduh pada tanggal 16 November 2016
- [22] Imam Ardianto 2012 , “Penciptaan Publik dan Media Sosial: Narasi Ummat, Kebangsaan, dan Kebudayaan Populer bagi Gerakan #IndonesiatanpaJIL”
- [23] Imam Maliki 2013, “Pengaruh Kampanye Politik di Media Sosial Terhadap Opini Yang Terbentuk: Studi Kasus Pilkada DKI Jakarta 2012”
- [24] Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia (Kemenpora RI). 2019. Pedoman Pelaksanaan Pemeilihan Pemuda Pelopor Tingka Nasional Tahun 2019. Jakarta : KEMENPORA RI
- [25] Kompas. 2020. Penggunaan Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang. <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang> (diakses pada 26 Januari 2021)
- [26] Maya Elekrika Puspitasari 2012 “Analisis Strategi Komunikasi Politik Melalui Media Baru (Studi Kualitatif Komunikasi Politik Faisal Basri dan Biem Benjamin, Calon Independen Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta melalui Media Sosial”.
- [27] Mayfield, Anthony. (2008). *What is Social Media? An e-Book: ICrossing*.
- [28] Mc. Quail (1987). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga ---. (2000). *Mass Communication Theory (4th ed.)*. London: Sage Publication Moleong,
- [29] Meiftia Eka Puspasari 2013, “Wacana Subjek-Objek Dalam Mengkontruksikan Pemuda Indonesia Sebagai Agen Perubahan melalui Media Sosial: Analisis



- Wacana Kritis Terhadap Akun Twitter @ifutureleaders”.
- [30] Mike Westling (2007). *Expanding the Public Sphere: The Impact of Facebook on Political Communication*
- [31] Moleong, Lexy, J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [32] Murthy, Dhiraj. (2012). *Twitter: Social Communication in the Twitter Age*. London: Polity Press.
- [33] Nasution, 2006. *Metode Research*. Jakarta : Bumi Aksara.
- [34] Poster, Mark (1995). *The Second Media Age*, Cambridge: Polity.
- [35] Rahayuningtyas 2014, “Analisis Parlemen Muda Indonesia Sebagai Perwujudan Gerakan Perubahan Sosial (Analisis Berbasis Program dan pemanfaatan Media Sosial Periode Februari - Juni 2014”
- [36] Rossmann, Gretchen B. dan Rallis, Sharon F (2003). *Learning in the field: An introduction to Qualitative Research (2nd ed)*. Sage Publication.
- [37] Safko, Lon (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success*. Jon Wiley & Sones, Inc.
- [38] Sugiyono (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- [39] Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- [40] Sumarno & Suhandi (1993). *Pengantar Studi Komunikasi Politik*, Bandung: Orba Shakti.
- [41] Undang-Undang Kepemudaan No.40 Tahun 2009