



Opini Digital #PERMEDIKBUD30 pada Media Sosial Tiwitter

Rafli Ramadhan¹, Rian Andika², Wa Ode Sapnano Filanti³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Buton, Baubau, Indonesia

E-mail : raflyramadan021201@gmail.com¹, rianandika896@gmail.com², sapnanofilanty@gmail.com³

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui persepsi atau opini yang terbentuk di masyarakat pada hashtag #permendikbud30 di media social twitter. Metode penelitian yang digunakan yaitu mixed methods dengan menggabungkan metode kuantitatif untuk perhitungan statistik jaringan komunikasi dengan sampel 67 data tweet, 5 aktor dan 62 relasi menggunakan netlytic dan gephi, dengan metode kualitatif untuk menganalisis teks menggunakan Digital Movement of Opinion yang menggambarkan dan menjelaskan jaringan sosial beserta struktur jaringannya. Hasil penelitian ini menunjukkan #permendikbud30 mampu menciptakan pendapat warga net dalam satu jaringan komunikasi dengan di bantu peran @sumntra_14 aktor populer. Dalam temua lainnya bahwa dalam permendikbud no 30 tahun 2021 mempunyai dukungan. Warganet memberik hastag baru #dukungPermendikbud30.

Kata Kunci: Opini Digital; #permendikbud30; Jaringan Komunikasi

Abstract

This paper aims to determine the perception or opinion formed in the community on the hashtag #permendikbud30 on social media twitter. The research method used is mixed methods by combining quantitative methods for statistical calculation of communication networks with a sample of 67 tweet data, 5 actors and 62 relations using netlytic and gephi, with a qualitative method for analyzing text using Digital Movement of Opinion which describes and explains the network. social network and structure. The results of this study show that #permendikbud30 is able to create the ability of netizens' opinions in a communication network with the help of the role of @sumntra_14 popular actor. Another finding is that the Minister of Education and Culture No. 30 of 2021 has support. Warganet gives a new hashtag #supportPermendikbud30.

Keywords: Digital Opinion; #permendikbud30; Communication Network

PENDAHULUAN

Kementrian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi (Kemendikbudritek) menerbitkan Peraturan Menti Permendikbud No 30 tahun 2021 tentang Pencegahan dan Penganan Kekerasa Seksual (PPKS) di Lingkungan Perguruan Tinggi. Peremndikbud tersebut, memiliki tujuan di antaranya yaitu : pertama, sebagai salah satu upaya untuk memenuhi hak setiap Warga Negara Indonesia (WNI) atas pendidikan tinggi yang aman. Kedua, memberi kepastian hukum bagi pemimpin perguruan tinggi untuk mengambil langkah tegas. Ketiga, seluruh kampus di Indonesia menjadi makin teredukasi tentang isu dan hak korban kekerasan seksual. Keempat, semangat kolaboratif antara kementerian dan kampus-kampus dalam menciptakan budaya akademik yang sehat dan aman.

Melansir indonesiabaik.id, dalam Permendikbud 30 dijelaskan, kekerasan seksual mencakup tindakan yang dilakukan secara verbal, nonfisik, fisik, dan atau melalui teknologi informasi dan komunikasi. Adapun 21 tindakan yang masuk dalam kategori tindak kekerasan seksual bisa berupa:

- 1) menyampaikan ujaran yang mendiskriminasi atau melecehkan tampilan fisik, kondisi tubuh, dan/atau identitas gender Korban
- 2) memperlihatkan alat kelaminnya dengan sengaja tanpa persetujuan Korban
- 3) menyampaikan ucapan yang memuat rayuan, lelucon, dan/atau siulan yang bernuansa seksual pada Korban
- 4) menatap korban dengan nuansa seksual dan/atau tidak nyaman
- 5) mengirimkan pesan, lelucon, gambar, foto, audio, dan/atau video bernuansa seksual kepada Korban meskipun sudah dilarang Korban
- 6) mengambil, merekam, dan/atau mengedarkan foto dan/atau rekaman audio dan/atau visual Korban yang bernuansa seksual tanpa persetujuan Korban
- 7) mengunggah foto tubuh dan/atau informasi pribadi Korban yang bernuansa seksual tanpa persetujuan Korban
- 8) menyebarkan informasi terkait tubuh dan/atau pribadi Korban yang bernuansa seksual tanpa persetujuan Korban
- 9) mengintip atau dengan sengaja melihat Korban yang sedang melakukan kegiatan secara pribadi dan/atau pada ruang yang bersifat pribadi
- 10) membujuk, menjanjikan, menawarkan sesuatu, atau mengancam Korban untuk melakukan transaksi atau kegiatan seksual yang tidak disetujui oleh Korban
- 11) memberi hukuman atau sanksi yang bernuansa seksual
- 12) menyentuh, mengusap, meraba, memegang, memeluk, mencium dan/atau menggosokkan bagian tubuhnya pada tubuh Korban tanpa persetujuan Korban
- 13) membuka pakaian Korban tanpa persetujuan Korban
- 14) memaksa Korban untuk melakukan transaksi atau kegiatan seksual
- 15) mempraktikkan budaya komunitas Mahasiswa, Pendidik, dan Tenaga Kependidikan yang bernuansa Kekerasan Seksual
- 16) melakukan percobaan perkosaan, namun penetrasi tidak terjadi
- 17) melakukan perkosaan termasuk penetrasi dengan benda atau bagian tubuh selain alat kelamin
- 18) memaksa atau memperdayai Korban untuk melakukan aborsi
- 19) memaksa atau memperdayai Korban untuk hamil
- 20) membiarkan terjadinya Kekerasan Seksual dengan sengaja; dan/atau
- 21) melakukan perbuatan Kekerasan Seksual lainnya

Penyebab Permendikbud Ristek ini menuai kontroversi dari berbagai kalangan, karena di anggap bahwa Permendikbud Ristek melegalkan perzinahan terkait sejumlah frasa "tanpa persetujuan korban". Menanggapi hal tersebut, Mendikbud Ristek Nadiem Makarim menjelaskan bahwa secara yuridi, Pemerndikbud PPKS di rancang untuk mencegah, yaitu Kekerasan Seksual di perguruan tinggi. Opini pun terbentuk melalui hastag #Permendikbud 30 di plafom media sosial *Twitter* berbagai komentar kontroversi terjadi di platfom tersebut, baik yang menyetujui dan tidak menyetujui Permendikbud Retek yang akan menjadi aturan Perguruan Tinggi.

Penggunaan Media menunjukan sikapnya secara spontan, cara mengunggah apapun mereka Inginkan tanpa kendali dari aktor lain di dalamnya. Gerakan ini di sebut dengan *digital Movement of Opinion* (DMO) yang dimaknai sebagai sebuah gerakan untuk mengikuti perkembangan teknologi khususnya media baru berupa media sosial dengan menciptakan jaringan virtual antara pengguna satu dengan lainnya secara spontan dengan mengomentari sebuah permasalahan yang ada (Barisione & Ceron, 2017).

Berdasarkan Latar belakang tersebut, peneliti melakukan penelitian yang menjelaskan peran *hashtag* #Permendikbud30 dalam melihat mobilisasi dukungan opini digital terkait permasalahan peraturan menteri atau permendikbud no 30 Tahun 2021. Beberapa penelitian terkait *hashtag* dan gerakan sosial dengan melihat bagaimana *hashtag* berperan dalam gerakan sosial di ranah digital telah dilakukan sebelumnya. Salah satunya adalah penelitian dari Eriyanto (2019) yang menyatakan bahwa dapat menjadikan emosional, imajinasi naratif, dan memiliki frame yang jelas. Tjahyana (2019) menyatakan bahwa *hashtag* dapat memberikan perasaan emosi pada sebuah karakter berdasarkan lokasi dan budayanya. Airoidi et al. (2019) menyatakan bahwa *hashtag* juga didorong oleh elit media social yang kemudian cuitannya digaungkan oleh banyak pengguna yang terisolasi.

LITERATUR REVIEW

Opini publik yang digambarkan Morrissan (2018) mengacu pada perasaan bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu yang sedang dihadapi. Dalam hal ini jika dikatakan peran media menjadi sangatlah penting untuk menjadi perantara informasi dan menentukan topik, masalah atau hal penting untuk menjadi perhatian masyarakat. Dengan sendirinya masyarakat akan terpengaruh dengan situasi (isu) yang dibentuk oleh media sehingga bermunculan opini-opini melalui jejaring sosial dengan adanya pendapat individu-individu yang mengutarakan terkait situasi yang diberitakan tersebut dengan sikap mendukung, menolak, ataupun tidak memihak. Opini publik memandang bahwa sikap atau perilaku yang harus dikemukakan seseorang di depan publik jika dia tidak ingin terisolasi dalam suatu kontroversi, seseorang dapat menyetujui ataupun menolak suatu pandangan (Morrissan, 2018)

Perkembangan teknologi dan komunikasi menjadikan kehadiran media baru semakin memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mengkonsumsi media. Media sosial atau jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Careless (2015) dalam (Rumata, 2017) berpendapat bahwa media baru mampu mendiseminasi wacana. Selain dikarenakan jangkauan media sosial sangat luas, media sosial juga tidak memiliki hirarki yang konstan dalam struktur medianya sehingga hal inilah yang memungkinkan penggunaan media sosial dapat memiliki fungsi kritis dalam hal mempertukarkan wacana, membangun kesadaran, hingga menciptakan inovasi.

Salah satu media sosial yang sering digunakan untuk mempertukarkan wacana adalah Twitter. Twitter dapat mendorong sentimen publik dan mengatur kemarahan publik, simpati, sukacita, dan ketakutan (Fortner & Fackler, 2014). Jack Dorse mendirikan Twitter pada tahun 2006. Tujuan pendirian Twitter adalah sebagai sarana kaum urban untuk saling memberikan update tentang aktivitas. Untuk memudahkan penggunaannya dalam mensortir topik atau aktivitas tertentu, terdapat fitur tagar "*hashtag* (#)" yang bisa diakses dan selalu terkini guna mengetahui cuitan terkait yang disampaikan oleh pengguna di seluruh dunia (Weller, et al., 2014).

METODOLOGI

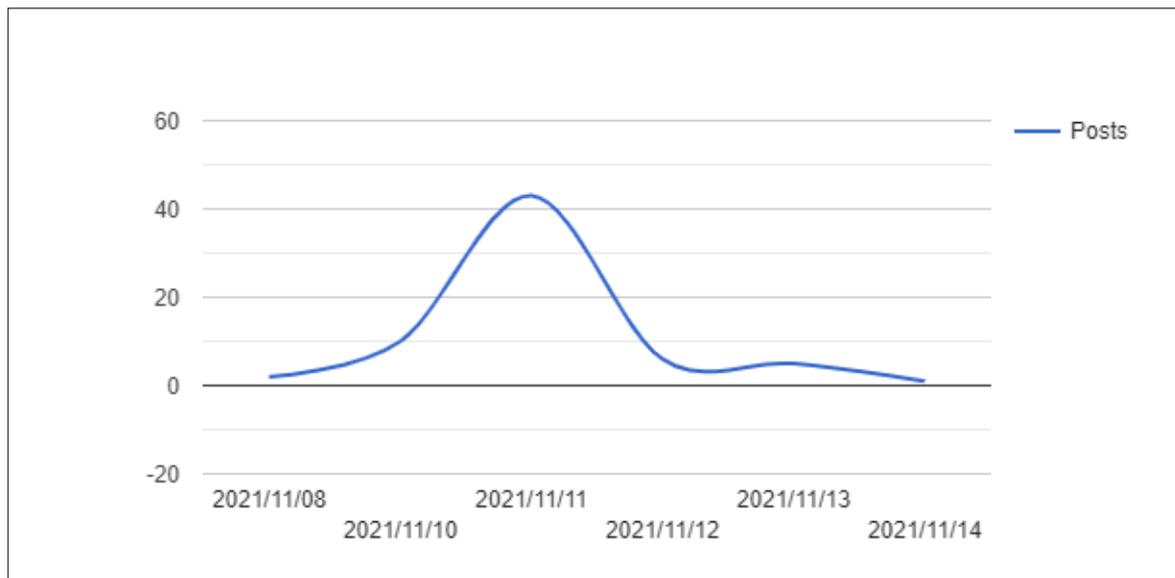
Penelitian ini menggunakan *mix method* yang menggabungkan dua metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian (Subagyo, 2020). Metode kuantitatif digunakan untuk menghitung fenomena dari sisi aktor dengan Social Network Analysis berdasarkan statistik nilai centrality yakni, degree, closeness, betweenness, eigenvector dan struktur jaringan yakni, modularity, centralization, diameter, density, dan reciprocity menggunakan netlytic.org yang kemudian divisualisasikan menggunakan gephi, sedangkan metode kualitatif digunakan untuk menganalisis teks menggunakan analisis wacana Van Dijk yang menekankan kepada Struktur Makro, pemaknaan secara luas, tematik gagasan inti,

super struktur, adanya hubungan kerangka pada suatu teks secara utuh untuk mengamati skematik atau alur yang membentuk kesatuan arti dan struktur mikro bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar yang terdiri dari semantik, sintaktis, stilistik, dan retorik (Putri et al., 2019; Juditha, 2018).

Pengumpulan data dilakukan sejak tanggal 8-15 November 2021. Data yang digunakan sebagai sampel adalah 2.000 Tweet dengan 779 aktor dan 863 relasi. Setelah dilakukan analisis wacana disajikan dalam bentuk narasi deskriptif secara akurat, faktual, dan menitikberatkan terhadap populasi atau objek tertentu tanpa mengaitkannya dengan hubungan antarvariabel (Kriyantono, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

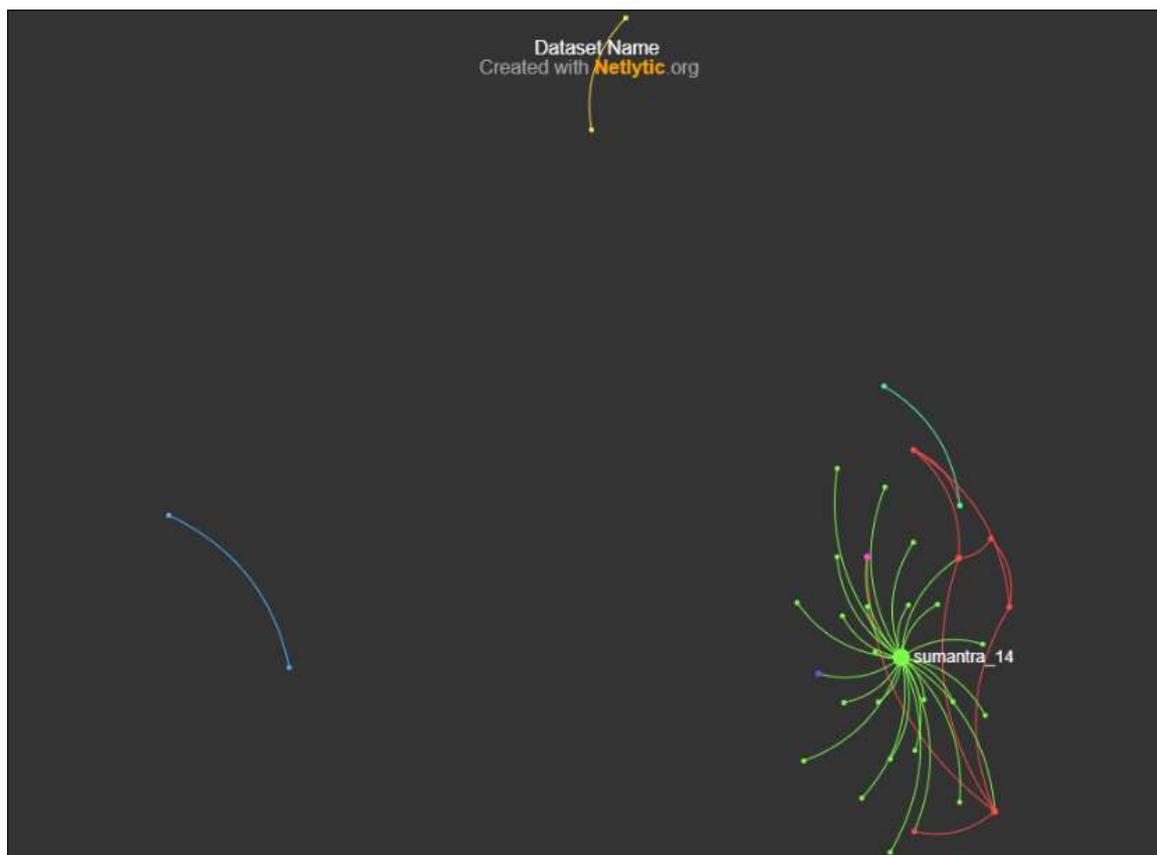
#Permendikbud30 menjadi salah satu topik hangat yang diperbincangkan di twitter pada tanggal 08 November 2021, ini sesuai dengan frekuensi berikut berikut:



Sumber : Hasil pengelolaan data dengan Netlytic.org

Gambar 1. Pergerakan #Peremndikbud30 pada 08-14 November

Data tersebut menunjukkan bahwa ada 77 Twit, sejak tanggal 11 November 2021 dan cuitan #peremndikbud30 mencapai 40 postingan. Sementara berdasarkan hasil data penelitian yang di peroleh dengan aplikasi Netlytic.org, data set dengan 5 aktor dan 62 relasi dilihat dari jaringan komunikasi hastagnya adalah:



Sumber: pengolahan data menggunakan nelytic.org, 2021

Gambar 2. Visualisasi Network pada #permendikbud30

Hastag #peremndikbud30 menyita perhatian para pengguna Twitter. Hal ini terbukti dari banyaknya pengguna Twitter yang memberikan pernyataan atau pendapatnya terhadap pemerintah dengan menggunakan hashtag tersebut.

Tabel 1. Struktur Jaringan

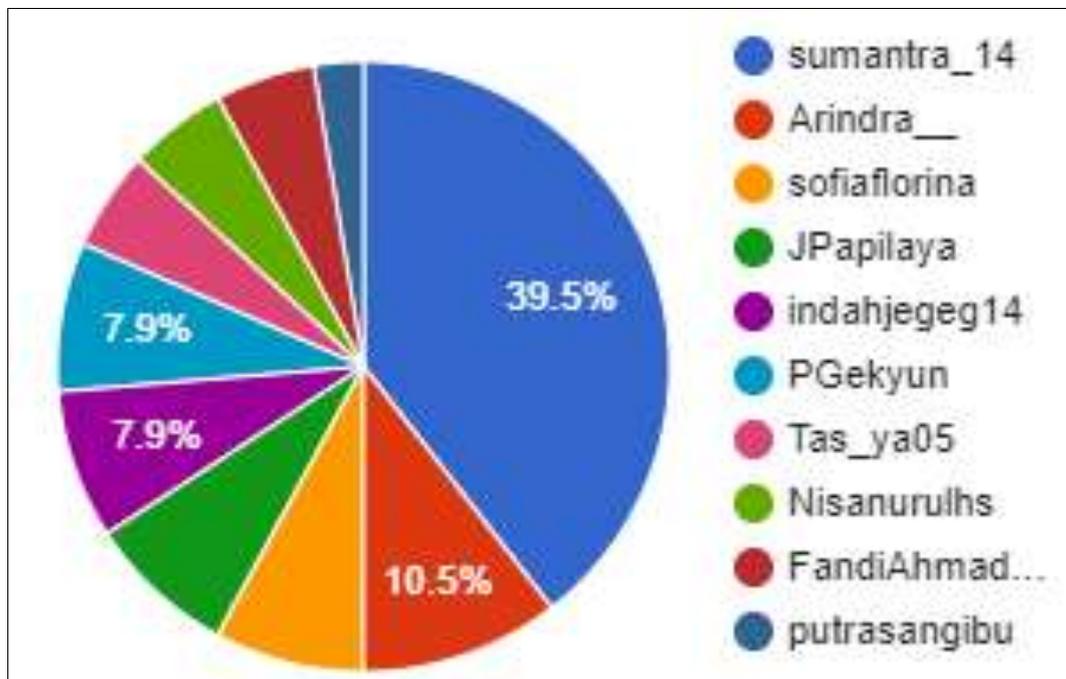
Analisis	Data
Diameter	2
Density	0.030780
Reciprocity	0.000000
Centralization	0.365500
Modularity	0.448300

Sumber : Hasil pengolahan data dengan Netlytic.org, (2021)

Selain dari jumlah postingan, keberhasilan hashtag ini juga diamati dari struktur jaringan seperti terlihat pada Tabel 1. Diameter yang ditunjukkan adalah 2. Diameter merupakan sebuah jarak (distance) yang merupakan jarak terjauh aktor untuk berinteraksi dengan aktor lain. Density dan reciprocity menunjukkan sebuah kepadatan dan hubungan timbal balik pada kelompok dalam sebuah jaringan komunikasi. Jaringan #Permendikbud30 memiliki nilai density yang rendah, dapat diartikan bahwa interaksi sebagian besar pengguna akun Twitter pada hashtag #Permendikbud30 hanya sebatas aktivitas mention, retweet, dan

reply secara satu arah kepada aktor-aktor tertentu. Sedangkan aktor yang memiliki relasi banyak tidak melakukan reply atau mention sebagai respon dari interaksi yang diberikan.

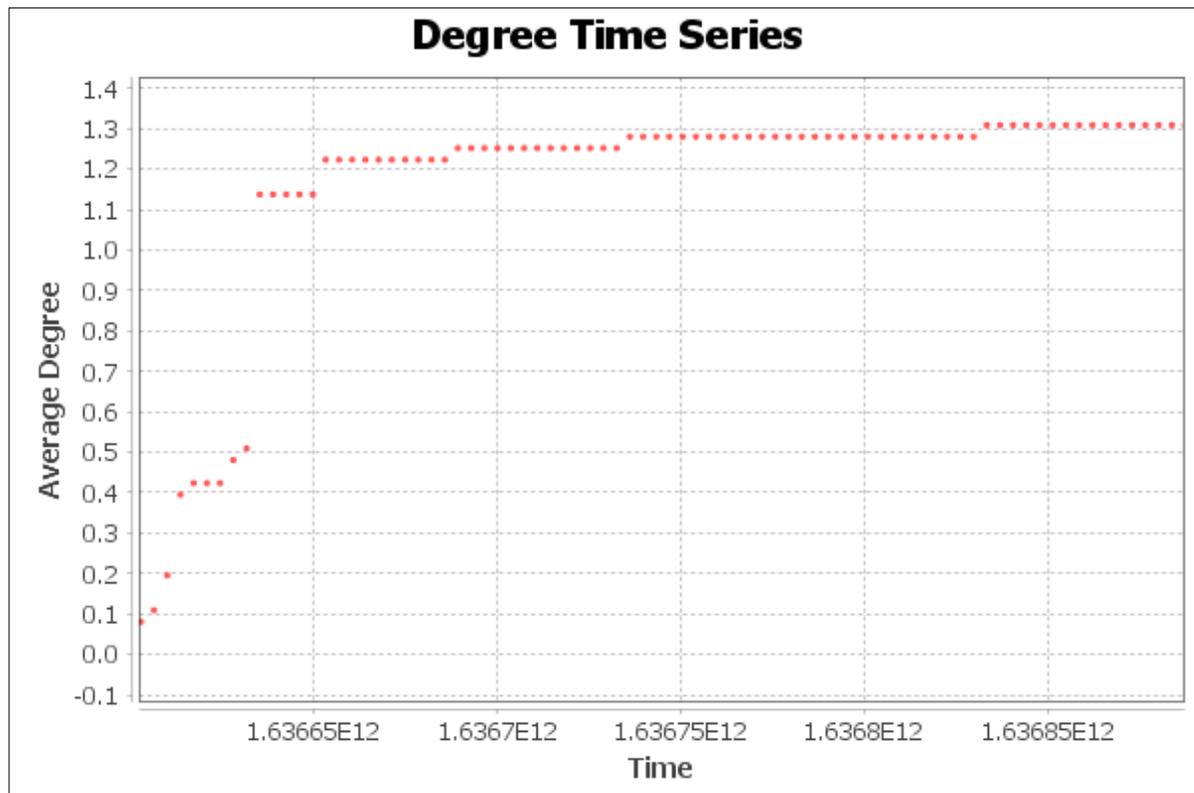
Hal tersebut menunjukkan bahwa gerakan opini digital pada #Permendikbud30 ditujukan hanya sebagai penyampaian sebuah pesan terkait penanganan Peraturan menteri. Density dapat ditingkatkan jika interaksi antaraktor semakin erat dengan ditandai adanya kegiatan menunjukkan saling interaksi seperti balas membalas pesan mention di Twitter sehingga komunikasinya terjalin dua arah.



Sumber : Hasil pengolahan Nelytic.org, (2021)

Gambar 3. Persentase Jaringan Aktor Degree

Terdapat empat indikator penilaian dalam menentukan sebuah aktor pada jaringan komunikasi, di antaranya adalah: (1) Sentralitas Tingkatan (Degree Centrality), (2) Sentralitas Kedekatan (Closeness Centrality), (3) Sentralitas Keperantaraan (Betweenness Centrality), (4) Sentralitas Eigenvektor (Eigenvector). Degree centrality memperlihatkan aktor-aktor dengan tingkat kepopulerannya dalam sebuah jaringan. Closeness centrality merupakan kedekatan yang terjadi antara para aktor yang terlibat dalam sebuah jaringan dengan menghubungi atau dihubungi oleh aktor lainnya. Betweenness centrality adalah penanda posisi aktor dengan aktor lainnya jika memiliki nilai tertinggi dalam sebuah jaringan komunikasi. Sementara itu, eigenvector centrality menggambarkan aktor-aktor penting atau populer dalam sebuah jaringan komunikasi yang ditandai dengan relasinya dengan actor lain.



Sumber : Hasil pengolahan Gephi Sofwere, (2021)

Gambar 4. Grafik Degree Time Series

Centralization merupakan sebuah penggambaran pemusatan dalam suatu jaringan komunikasi pada beberapa aktor. Pada jaringan #IndonesiaTerserah menarik dikarenakan hasil dari sentralisasi yang relatif rendah (0.365500) menunjukkan bahwa tidak danya aktor yang dominan di media sosial yang mengarahkan konten percakapan Twitter pada pengguna. Selain itu, gerakan opini digital cukup bebas tersebar pada jaringan komunikasi tanpa terpusat pada aktor-aktor tertentu.

Sementara itu, modularity yang tinggi dengan nilai 0.448300 menunjukkan bahwa banyaknya aktor yang penting yang tersebar dalam clusters. Pada data Tabel 1 menunjukkan bahwa #IndonesiaTerserah telah berhasil melakukan gerakan opini digital dari kalangan warganet Twitter yang mengutarakan pendapat mengenai kekecewaannya terkait peremndikbud 30

KESIMPULAN

#permendikbud30 terbentuk dari adanya gerakan opini digital warganet dalam menyampaikan pendapat mereka mengenai peraturan mentri pendidikan dan kebudayaan. Hasil penelitian menunjukan bahwa permendibud no 30 tahun 2021 di terima di kalangan warga net dan peneliti menumkan setujunya warga tentang permendikbud no 30 tahun 2021 dengan menggunakan hastag aru degan #DukungPermendikbud30, beberapa user di kalangan warga net menunjukan bahwa permendikbud no 30 tahun 2021 di kaji ulang.

REFERENSI

Barisione, M. & Ceron, A. (2017) Social Media and European Politics. Mauro Barisione & Asimina Michailidou (eds.). [Online]. London, Palgrave Macmillan UK. Available from:

doi:10.1057/978-1-137-59890-5.

- Eriyanto, E. (2020) Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on #BubarkanKPAI vs #KamiBersamaKPAI Hashtags. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. [Online] 8 (3). Available from: doi:10.7454/jki.v8i3.11591.
- Tjahyana, L.J. (2020) Gerakan Opini Digital #Truebeauty Pada Twitter Untuk Pemeran Film Adaptasi Komik Webtoon. Source : *Jurnal Ilmu Komunikasi*. [Online] 6 (1), 34. Available from: doi:10.35308/source.v6i1.1759.
- Morrison. (2018). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Edisi Ke 4. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rumata, V. M. (2017). Analisis Isi Kualitatif Twitter “#TaxAmnesy” dan “#AmnestiPajak”. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v18i1.840>
- Fortner, R. S. & Fackler, P. M. (2014). *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*. Volume 1. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc
- Putri, O.V., Ismawati, D., Alfani, C.L. & Wajinah, S. (2019) Analisis Wacana Kritis Penggunaan Homonimi Cuitan Humor Remaja pada Media Sosial Twitter. In: *The 10th University Research Colloqium 2019*. 2019 Gombong, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah. pp. 165–172.
- Kriyantono, R. (2016) *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Kencana.