

Gerakan #dirumahaja sebagai Aktivisme Digital pada Akun Media Sosial Najwa Shihab

Aidatul Chusna

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman; aidatul.chusna@unsoed.ac.id

Received: 5 Maret 2021; Accepted: 17 Maret 2021; Published: 30 April 2021

Abstract:

This paper discusses how the #dirumahaja movement initiated by Najwa Shihab in her various social media accounts becomes a form of digital activism in a network society. With a qualitative descriptive method, this study will look at how the phenomenon of the #dirumahaja movement is carried out and the extent of the impact of this digital activism. Therefore, posts in the form of information or videos uploaded to Najwa Shihab's social media accounts are the primary data in this analysis. The result of the discussion shows that through various social media platforms that she holds, Najwa Shihab carried out various forms of campaigns that invite people to do activities at home in various forms, such as sharing informative videos about the dangers of covid-19 and the importance of reducing activities outside the home and inviting public figures in various video content, as well as organizing charity music concerts.

Keywords: *digital activism, covid-19, #dirumahaja*

Abstrak:

Tulisan ini membahas bagaimana gerakan #dirumahaja yang diinisiasi Najwa Shihab dalam berbagai akun media sosialnya menjadi sebuah bentuk aktivisme digital dalam masyarakat jejaring. Dengan metode deskriptif kualitatif, studi ini akan melihat bagaimana fenomena gerakan #dirumahaja dilakukan serta sejauh mana dampak aktivisme digital ini. Oleh karena itu, postingan yang berupa informasi maupun video yang diupload dalam akun media sosial Najwa Shihab menjadi data primer dalam analisis ini. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa dalam berbagai platform media sosial yang digawangnya, Najwa Shihab melakukan berbagai bentuk kampanye yang mengajak masyarakat untuk beraktivitas di rumah, seperti membagikan video-video informatif tentang bahaya covid-19 dan pentingnya mengurangi aktifitas di luar rumah dan mengajak *public figure* dalam berbagai konten video tersebut, serta menyelenggarakan konser musik amal.

Kata Kunci: *aktivisme digital, covid-19, #dirumahaja*

1. Pendahuluan

Pada penghujung tahun 2019, dunia dikejutkan dengan munculnya wabah penyakit koronavirus (*Coronavirus Disease 2019* atau disingkat Covid-2019) yang menyebar secara luas dan cepat di berbagai negara di dunia. Penyebaran yang begitu cepat dan banyaknya jumlah orang yang terkena virus secara global membuat organisasi Kesehatan dunia (WHO) menetapkan kondisi ini sebagai pandemi pada 11 Maret 2020 (Putri, 2020). Setahun berlalu, kasus penyakit virus corona telah mencapai lebih dari 119 juta di seluruh dunia- dengan jumlah kematian melampaui angka 2 juta jiwa (WHO, n.d.). Pemerintah berbagai negara melakukan berbagai tindakan untuk menekan jumlah kasus virus corona dan mencegah

penyebaran yang lebih banyak lagi, diantaranya adalah penerapan *lockdown* (penutupan suatu wilayah/negara sehingga tidak ada orang yang keluar masuk wilayah tersebut), *social distancing* (mengurangi aktivitas di luar rumah dan interaksi dengan orang lain), pengadaan rumah sakit dan tempat-tempat perawatan khusus pasien Covid-19, pengadaan dan peningkatan jumlah alat-alat kesehatan yang dibutuhkan untuk merawat pasien covid-19, dan anjuran untuk tinggal di rumah (*stay at home*).

Pemerintah Indonesia pun melakukan tindakan yang kurang lebih sama. Pada konferensi pers pada tanggal 15 Maret 2020 Presiden Jokowi menghimbau masyarakat Indonesia untuk mengalihkan segala kegiatan-bekerja, belajar, dan beribadah, di rumah (Pratiwi, 2020). Sejak itu, perbincangan terkait dengan himbuan berkegiatan di rumah tersebut membanjiri di berbagai media sosial, bahkan #dirumahaja menjadi *trending topic* nomor 1 di twitter, dengan jumlah tweet mencapai 33,6 ribu (Hinggar, 2020).

Presenter Najwa Shihab pun menjadi salah satu yang ikut mengajak masyarakat untuk mengalihkan segala aktifitas di rumah melalui akun media sosialnya. Gerakan #dirumahaja ini mendapat respon yang sangat luar biasa, terbukti dengan jumlah postingan dari pengguna berbagai media sosial dengan menggunakan tagar (tanda pagar: #) yang sama. Gerakan #dirumahaja mencapai 27.900.000 *hit* pencarian melalui Google. Aktivisme digital ini pun kemudian diikuti dengan munculnya berbagai jenis kategori tagar (#) baru yang membatasi fokus diskusi dan pertukaran informasi yang disukai dan bisa diikuti oleh khalayak pengguna jejaring sosial, seperti: #dirumahajadulu, #dirumahajachallenge, #dirumahajatatapcantik, #dirumahajakeren, #dirumahajabisakeren, dan masih banyak lagi. Tulisan ini membahas bagaimana gerakan #dirumahaja yang diinisiasi oleh Najwa Shihab sebagai sebuah bentuk aktivisme digital, dengan melihat apakah media sosial sebagai struktur media baru benar-benar berperan dalam membentuk kesadaran dan aksi kolektif dalam masyarakat jejaring.

2. Tinjauan Pustaka: Aktivisme Digital dalam Berbagai Sudut Pandang

Aktivisme digital adalah penggunaan teknologi informasi elektronik seperti media sosial, email, podcast untuk berbagai bentuk kegiatan seperti kampanye atau gerakan yang bertujuan untuk perubahan sosial dan politik (Joyce, 2010, p. vii; Sivitanides & Shah, 2011, p. 1) sehingga memungkinkan komunikasi yang lebih cepat antar anggota gerakan dan penyebaran informasi untuk kalangan yang lebih luas (Pathak, 2014, p. 1). Aktivisme digital berkembang seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang memungkinkan adanya interaksi antar individu secara luas dan cepat melalui teknologi web 2.0. Karakter *many to many* memungkinkan setiap pengguna media digital berkreasi dan membagikannya dengan pengguna lain secara luas melalui jaringan individualnya. Karakter ini pulalah yang mempengaruhi maraknya aktivisme digital saat ini.

Fenomena aktivisme digital sering merujuk pada gerakan-gerakan yang bersifat sosial politik seperti gerakan Zapatista di Meksiko yang menggunakan teknologi telepon satelit dan internet untuk menjaring dukungan lokal dan internasional, kampanye yang dilakukan oleh Barack Obama melalui jejaring sosial facebook untuk memobilisasi sukarelawan yang kebanyakan berusia muda, atau perjuangan revolusi yang berhasil menggulingkan penguasa otoriter di negara-negara Arab yang kemudian dikenal sebagai *Arab Spring*. Ketiga fenomena tersebut dijadikan gambaran keberhasilan dari praktik aktivisme digital. Jaringan media sosial, menurut Castells (dalam Barassi, 2015), menciptakan sebuah ruang yang otonom untuk saling bertukar informasi dan berbagi ungkapan perasaan tentang kemarahan serta harapan secara kolektif. Oleh karena itu, teknologi digital dapat menjadi materi pendukung pada jenis partisipasi politik yang baru, yang berdasarkan pada jaringan yang bersifat horisontal, otonomi politik, dan organisasi kepemimpinan.

Namun, optimisme atas pengaruh penggunaan teknologi digital di balik kesuksesan sebuah aktivisme atau gerakan sosial-politik dianggap terlalu menyederhanakan atau mereduksi aktivisme digital pada kehebatan teknologi yang dipakai saja. Sebagaimana yang dikatakan oleh Treré, Jeppesen,

dan Mattoni, aktivisme digital tidak bisa lepas dari nuansa ekonomi-politik yang melingkupi praktik penggunaan teknologi serta kompleksitas jaringan lokal dan global dalam sebuah gerakan. Begitu pula dengan peran aktor di balik pemakaian teknologi tersebut. Pandangan senada juga diungkapkan oleh Joyce (2010, p. 1), bahwa penggunaan teknologi bukanlah titik akhir, namun titik awal dari sebuah aktivisme digital. Konteks sosial, ekonomi dan politik tidak bisa dilepaskan dalam aktivisme digital. Pandangan skeptis juga dikemukakan oleh Malcom Gladwell (dalam Pathak, 2014, p. 5), bahwa media digital tidaklah selalu menjadi alat terbaik dalam menyatukan orang-orang yang berkomitmen dalam satu tujuan. Bahkan, teknologi media dianggap membahayakan bagi aktivis gerakan, sebagaimana diungkapkan oleh Evgeny Morozov (dalam Joyce, 2010, p. 12), bahwa teknologi digital menyediakan metode kontrol, pengawasan (*surveillance*), dan bahkan penganiayaan yang dapat digunakan oleh pemerintah represif dan memiliki kemampuan untuk memberdayakan individu yang destruktif seperti peretas atau teroris untuk mengkoordinasikan tindakan mereka dan menggunakan jaringan untuk menyerang target yang sebelumnya berada di luar jangkauan. Dalam konteks aktivisme digital, metode ini dapat digunakan oleh rezim penguasa memblokir akses ataupun konten dan mengawasi serta menelusuri jejak online warga.

Dua faktor penting yang harus diperhatikan dalam penggunaan teknologi digital, yaitu, pertama, medium dan pesan haruslah autentik dengan *brand* dan sesuai dengan narasi dari gerakan tersebut (Pathak, 2014). Hal ini dapat dilakukan dengan bahasa operatif yang masuk akal bagi pendukung lokal, namun juga menawarkan sesuatu yang bernilai, seperti informasi dari dalam, kedekatan, atau sekedar terhubung dengan kelompok yang belum dikenal sebelumnya. Faktor kedua adalah bahwa pengalaman digital sesuai dengan perilaku manusia saat ini, atau mengubah perilaku dengan menciptakan pengalaman yang berharga. Taktik digital yang cocok dengan kebiasaan pendukung sebelumnya – seperti *tweeting* acara harian – akan lebih banyak diambil dan dihargai oleh pendukung karena mereka tidak perlu mempelajari sistem baru, atau lebih buruk lagi, menggunakan platform atau alat tanpa strategi dan hanya karena orang lain menggunakannya. Taktik digital yang mempromosikan perubahan perilaku, misalnya menawarkan informasi pribadi di Facebook untuk dibagikan, sering kali makin memperkuat perilaku atau keinginan yang sudah ada sebelumnya.

3. Metode

Bagian ini menggambarkan bagaimana gerakan #dirumahaja merupakan bentuk aktivisme digital yang dilakukan oleh Najwa Shihab dalam berbagai akun media sosialnya. Dengan metode *descriptive qualitative*, tulisan ini menjelaskan bagaimana gerakan #dirumahaja menjadi sebuah fenomena dalam masyarakat jejaring, sehingga karakter gerakan yang muncul pun mengikuti logika media yang mewadahnya. Data primer diambil dari unggahan (berupa gambar, tulisan, maupun video) dalam akun media sosial Najwa Shihab yang berkaitan dengan gerakan #dirumahaja dan informasi terkait profil Najwa Shihab dan covid-19 sebagai data pendukung. Berbagai kajian tentang aktivisme digital menjadi kerangka teoretis dalam membahas unggahan gerakan #dirumahaja pada akun media sosial Najwa Shihab.

4. Hasil Penelitian

Sebagaimana disebutkan sebelumnya, gerakan #dirumahaja digaungkan melalui berbagai *platform* media sosial milik Najwa Shihab dan media *online* yang dibuat/kelolanya. Melalui unggahan video di akun Instagram, Najwa Shihab menginisiasi gerakan #dirumahaja dengan menuliskan *caption* sebagai berikut:

"Senin 16 Maret 2020. Hari ini saya dan teman-teman @narasi.tv mulai kerja dari rumah. Hanya untuk keperluan yang penting dan tidak bisa diwakilkan saja, baru kami beraktivitas di luar

rumah. Bagian dari upaya kita Bersama untuk mencegah penyebaran virus corona. Ini bukan tentang Kesehatan pribadi saja, ini tentang keselamatan kita semua. Lebay? Berlebihan? Jauh dari itu. Covid-19 adalah virus yang sangat baru, ada banyak hal yang belum kita tahu dari virus ini. Tapi yang pasti virus ini punya kemampuan menyebar dengan sangat cepat dan orang yang terinfeksi walaupun tanpa gejala bisa menularkan ke siapa saja. Jadi harus bagaimana? Jaga jarak, hindari keramaian, #dirumahaja. Saya tahu ini sulit untuk dilakukan semua orang, tidak semua dari kita punya pilihan untuk melakukan itu. Tapi kenyataannya memang Langkah itu adalah cara yang sudah terbukti efektif di negara lain. Hari ini, berperilaku soliter bisa menjadi Tindakan solider. Soliter adalah solidaritas. Jaga jarak, hindari keramaian, #dirumahaja." (sumber: akun instagram Najwa Shihab, 16 Maret 2020).

Video unggahan ini mendapat lebih dari 5 juta *view* dan lebih dari 10 ribu komen yang beragam dari pengguna Instagram. Respon terhadap gerakan #dirumahaja ini bahkan mencapai 9,9 juta postingan foto maupun video dari para pengguna Instagram. Hal ini membuktikan pengaruh media sosial dan tagar (#) dalam menyatukan individu-individu dalam masyarakat jejaring.

Berbeda dengan unggahannya di instagram, dalam akun twitternya Najwa Shihab menuliskan pesan pendek yang dikutip dari pidato Presiden Joko Widodo terkait himbauannya untuk mengalihkan kegiatan di rumah pada tanggal 15 Mei 2020 ("kerja dari rumah, belajar dari rumah, ibadah di rumah"). *Tweet* tentang gerakan ini pun mendapat 330 *reply*, 7500 *like* dan telah di *retweet* sebanyak 2500 kali (sumber: akun twitter @najwashihab). Najwa Shihab juga melakukan *tagging* pada akun resmi Presiden Joko Widodo (@jokowi) yang tentunya, dengan *tagging* tersebut, memberi notifikasi dan meningkatkan *exposure* (paparan) gerakan #dirumahaja melalui *retweet* yang dilakukan oleh penerimanya. Hal ini tidak semata memberi dampak pada visibilitas konten tersebut, namun juga mewakili keterhubungan seorang individu dan kelompok- dalam hal ini sosok Najwa Shihab beserta tim, dengan pihak pemerintah atau pengambil kebijakan. Sebagaimana diungkapkan oleh Hutchinson (Rahmawan et al., 2020, p. 136), bahwa popularitas konten dapat menunjukkan tidak hanya peningkatan visibilitas, tetapi juga kedekatan dengan kekuasaan; faktor ini menjadi penting bagi para pegiat sosial untuk menghubungkan dengan pihak-pihak yang berpengaruh.



Figur 2: Kutipan pidato Presiden Jokowi pada akun twitter Narasi

Mengutip unggahan dari akun orang nomor satu di Indonesia dan melakukan *tagging*, Najwa Shihab menunjukkan relasi kuasa yang sangat mempengaruhi konstruksi identitas dirinya di mata publik.

Popularitas dan visibilitas gerakan #dirumahaja yang digawangi Najwa Shihab juga bersifat *empowering* bagi aktivisme digital, sebagaimana Brighenti (Uldam, 2018) menjelaskan bahwa visibilitas

sebagai pengakuan terkait pembentukan identitas dan pengakuan dari masyarakat menjadi penting karena akan mempengaruhi visibilitas isu-isu sosial yang diperjuangkan. Komentar-komentar yang membanjiri tweet *#dirumahaja* menunjukkan menggambarkan bagaimana individu jejaring saling berkomunikasi dan saling terhubung, dengan membagikan pengalaman personal dan saling memberi respon terkait ajakan tersebut. Batasan ranah privat dan publik semakin terkaburkan.

Faktor visibilitas dan popularitas tidak hanya terkait pada media yang digunakan, tapi juga profil penggunanya. Semakin populer seorang pengguna, visibilitas pesan/unggahannya semakin tinggi. Najwa Shihab merupakan seorang *public figure* yang banyak diminati dan diidolakan oleh banyak orang, sehingga tidak mengherankan apabila jumlah *follower* media sosialnya begitu banyak- akun Instagramnya mencapai 17,9 juta *follower*, sedangkan akun Twitter memiliki 6,9 juta *follower*. Najwa Shihab dikenal sebagai seorang presenter yang cerdas dan kritis dalam melihat isu-isu sosial maupun politik yang berkembang, seperti liputan pasca gempa dan Tsunami Aceh 2004 yang mendapat penghargaan dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) pada tahun 2005, dan setahun kemudian terpilih menjadi pembicara di hadapan jurnalis dari berbagai negara dalam kegiatan *Senior Journalist Seminar*. Pada tahun 2008 Najwa Shihab juga meraih beasiswa *Full Scholarship for Australian Leadership Awards* dan mendalami bidang hukum media. Sederet prestasi lain di antaranya adalah presenter terpopuler atau terfavorit pada *Panasonic Gobel Awards* (2015, 2017, dan 2019); *Highly Commended for the Best Current Affairs Presenter* pada *Asian Television Award* (2009 dan 2007), *Australian Alumni Award for Journalism and Media* (2009), *Young Global Leader* oleh *The World Economic Forum* (2011), *Most Progressive Figure* dari *Forbes Magazine* (2015), dan *The Influential Woman of The Year* dari *Elle Magazine* (2016) (Nugraha, 2019). Sederet prestasi ini membangun profil yang positif yang tentunya tidak bias dilepaskan dari popularitasnya di media sosial. Hal ini sangat mendukung tingkat visibilitas dan popularitas gerakan *#dirumahaja* yang digawangi.

Bergerak dalam media sosial, ajakan untuk berkegiatan di rumah ini tidak hanya berhenti pada meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menekan laju penyebaran virus Covid-19, namun juga diikuti dengan aksi sosial penggalangan dana melalui konser musik *#dirumahaja* yang disiarkan secara online melalui website narasi, sebagaimana terlihat pada figur 2 berikut:



Peduli Lawan Pandemi: Aksi Musisi Konser *#dirumahaja* (Part 5) | Mata Najwa

444,873 views · Mar 26, 2020

12K 127 SHARE SAVE ...

(sumber: akun Youtube Najwa Shihab, 26 Maret 2020)

Kegiatan ini merupakan bentuk kolaborasi dengan musisi, media platform, jaringan-jaringan kemanusiaan yang bergerak langsung di lapangan, serta penonton yang menyaksikan dan melakukan donasi. Penggalangan dana ini berhasil mengumpulkan dana lebih dari 11 milyar yang dikumpulkan dari 80 ribu lebih orang yang berdonasi (*Penyerahan Donasi Tahap 1 Konser Musik #dirumahaja*, 2020).

Gerakan *#dirumahaja* sebagai sebuah aktivisme digital juga ditandai dengan aspek kontinuitas yang dihadirkan melalui platform media sosial tersebut. Informasi terkait covid-19 terus menerus dihadirkan dalam berbagai video, *image*, atau tulisan/narasi untuk menjaga dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya aktivitas di rumah di tengah pandemi. Di *platform* media Youtube, misalnya, telah diunggah sebanyak 22 video yang menjadi bagian dari gerakan *#dirumahaja* ini hanya dalam kurun waktu sekitar 2 bulan. Media Youtube dengan karakter utama sebagai platform *video-sharing* dimanfaatkan dengan mengunggah dan membagikan video dengan tema yang cukup beragam, namun masih terkait dengan kondisi di tengah pandemi covid-19. Dari video yang berisi tentang informasi-informasi perkembangan virus corona, informasi kegiatan sosial penggalangan dana, tips menjaga kesehatan, tips terkait berbagai aktifitas selama pandemi, obrolan tentang agama, hingga obrolan santai aktifitas sehari-hari selebritis di rumah selama masa pandemi.

Gerakan *#dirumahaja* yang diinisiasi oleh Najwa Shihab melalui berbagai platform media sosial merupakan contoh peran media sosial dalam mengorganisir gerakan sosial maupun aktivitas politik lainnya dengan membuat berbagai individu saling terhubung, berkomunikasi dan bergerak melalui jaringan masing-masing, sebagaimana dikemukakan oleh Ellison dkk. (dalam Barassi, 2015) bahwa “platform media sosial telah secara positif mempengaruhi organisasi gerakan sosial dan proses politik lainnya karena mereka memungkinkan orang untuk terhubung, berkomunikasi, dan mengambil tindakan di tingkat akar rumput melalui jaringan individu” (*social media platforms have positively influenced the organization of social movements and other political processes because they allow people to connect, communicate, and take action at the grassroots level through individual networks*).

Namun, sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, praktik aktivisme digital tetap menyisakan berbagai persoalan. Dalam studinya, Dumitrica dan Felt mencatat kendala yang dihadapi aktivisme digital khususnya media sosial sebagai struktur media baru adalah ‘*surveillance*’ dan ‘*slacktivism*’ (Dumitrica & Felt, 2020). Aspek *surveillance* (pengawasan) terhadap media sosial merupakan strategi regime yang berkuasa untuk menghadapi/melawan aktivisme digital. Sedangkan *Slacktivism* (berasal dari kata *slacker* dan *activism*) merujuk pada dukungan sosial, partisipasi, atau aktivisme digital dengan biaya maupun resiko yang sangat rendah. Kegiatan-kegiatan semu digital seperti *re-tweet*, membubuhkan *like*, menandatangani petisi online merupakan bentuk-bentuk *slacktivism*. Aktivisme ini dianggap telah mencederai aksi sipil nyata seperti kegiatan amal, volunteerisme, ataupun protes, dan menggantikan tindakan nyata tersebut karena dorongan untuk mendukung dan berpartisipasi telah terpenuhi melalui aksi online semacam ini. Dalam konteks gerakan *#dirumahaja*, yang begitu banyak mendapatkan *like* dan di *re-tweet* beribu kali, apakah gerakan ini benar-benar menghadirkan kesadaran akan pentingnya ‘beraktivitas di rumah di masa pandemi’ sebagai salah satu tujuan dari gerakan ini? Kondisi ini menunjukkan kompleksitas dari praktik aktivisme digital. Sebagaimana dijelaskan di bagian sebelumnya, Joyce (2010, p. 2) mengingatkan bahwa penggunaan perangkat digital merupakan titik awal, bukan titik akhir, dari praktik aktivisme digital. Perbedaan faktor ekonomi, sosial dan politik mempengaruhi penggunaan teknologi digital ini. Oleh karena itu, konteks di luar praktik aktivisme digital penting untuk menjadi perhatian.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia (APJII) yang dilakukan pada periode Maret hingga April 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8 persen, yang berarti sebanyak 171,17 juta jiwa dari 264 juta jiwa total penduduk Indonesia (Pratomo, 2019), dengan mayoritas pengguna adalah kelas menengah muda (Rahmawan et al., 2020) dengan dominasi aktivitas yang berhubungan dengan *leisure and pleasure*, seperti bersosialisasi, mencari informasi, mengikuti perkembangan jaman, atau mencari tayangan yang bersifat hiburan (Jati, 2016). Berdasarkan data ini, dapat kita simpulkan bahwa aksesibilitas internet di Indonesia sudah cukup baik, sehingga visibilitas sebuah konten dalam jaringan media sosial juga dapat dikatakan cukup tinggi- hal ini juga didukung oleh jumlah *follower* maupun *like* yang didapat, tanpa harus meyakinkannya sebagai satu-satunya faktor penentu. Namun, apabila dilihat dari jenis pesan/*image*/video yang dikonsumsi oleh

pengguna media sosial, hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para aktivis untuk mengubah perilaku individu jejaring pada kesadaran sosial politik.

Aktivisme digital *#dirumahaja* yang dilakukan oleh Najwa Shihab beserta tim seakan menjawab permasalahan di atas. Melalui platform media Youtube misalnya, Najwa Shihab dan tim menunjukkan bagaimana gerakan tersebut dikelola dengan menggabungkan unsur hiburan, seperti dengan video obrolan santai bersama selebritis dan konser musik online yang menghadirkan musisi-musisi ternama di Indonesia. Tidak hanya hiburan saja, Najwa Shihab dan tim juga membagikan konten yang berisi informasi terkait covid-19. Kemasan aktivisme digital menjadi faktor penting yang harus dipikirkan untuk mendukung kesuksesan gerakan tersebut. Kemampuan Najwa Shihab dan kelompoknya dalam mengemas gerakan *#dirumahaja* dengan menggunakan aspek hiburan senada dengan pendapat Hutchinson dalam (Rahmawan et al., 2020), bahwa aktivisme digital seharusnya tidak mengabaikan aspek komersil, karena media sosial memang didesain sebagai media komersil, sebagai bentuk dari kapitalisme digital.

Praktik aktivisme digital mengikuti kerja kapitalisme ini. Barassi (2015, p. 107) menekankan pada temporalitas kedekatan, yang direproduksi melalui praktik komunikasi instan sehari-hari, menjadi faktor yang sangat penting bagi para aktivis. Kedekatan menyiratkan bahwa gambar dan informasi menyebar secara cepat menciptakan landasan bagi pembentukan jejaring solidaritas dan afinitas. Di sisi lain, perkembangan teknologi web 2.0 dan media sosial menimbulkan eskalasi dan kapitalisasi informasi. Teknologi ini mendorong informasi terus menerus diproduksi secara cepat. Pola kerja ini terlihat pada praktik aktivisme digital. Dalam konteks gerakan *#dirumahaja*, eskalasi dan kecepatan informasi mengenai covid-19 yang diunggah di berbagai media sosial akan meningkatkan kesadaran atas pentingnya mematuhi ajakan berkegiatan di rumah dan memantik khalayak untuk berdonasi. Kapitalisme digital bekerja melalui khalayak pengguna media sosial yang diperlakukan sebagai pelaku produksi dan konsumsi. Tanpa disadari, mereka sedang bekerja untuk pemilik modal. Konten-konten yang dihasilkan dan dipromosikan melalui Facebook, Twitter, Instagram atau Youtube akan mendatangkan iklan yang akan memberi keuntungan bagi pemilik modal. Khalayak menjadi buruh yang kerjanya dilakukan secara berulang-ulang untuk mengkapitalisasi modal. Khalayak tidak menyadari bahwa mereka sedang direpresi oleh pemilik modal yang mengeksploitasi kerja mereka. Teknologi media digital, web 2.0. dan media sosial menumbuhkan kesadaran palsu di kalangan masyarakat dengan menciptakan optimisme perkembangan teknologi yang meningkatkan kualitas kehidupan manusia, namun kenyataannya, kehadiran teknologi ini menjadi proses legitimasi atas kapitalisme itu sendiri (Akbar & Irwansyah, 2019). Uraian di atas menunjukkan paradoks aktivisme digital dalam genggamannya kapitalisme. Gerakan *#dirumahaja* menunjukkan pertautan antara sebuah aksi sosial dan praktik kapitalisme dalam aktivisme digital. Terlepas dari antagonisme ini, gerakan *#dirumahaja* merupakan sebuah aktivisme digital yang sangat penting dalam masa pandemi saat ini, dimana informasi-informasi terkait covid-19 yang dibagikan oleh Najwa Shihab beserta tim sangat memberi pengetahuan dan kesadaran atas pentingnya berjuang bersama-sama dan menjalani kehidupan di saat pandemi dengan baik.

5. Kesimpulan

Maraknya aktivisme digital memberi nuansa berbeda pada praktik gerakan sosial yang sebelumnya dilakukan secara langsung. Gerakan *#dirumahaja* yang diinisiasi oleh Najwa Shihab bersama komunitas narasi menunjukkan kompleksitas aktivisme digital dalam media sosial. Di satu sisi, kita bisa melihat bagaimana media sosial memberi pengaruh yang luar biasa sehingga menjadikan gerakan ini begitu populer di dunia maya. Kesuksesan *#dirumahaja* dipengaruhi oleh aksesibilitas media sosial yang tinggi di kalangan masyarakat Indonesia, popularitas dan visibilitas konten dan informasi yang diunggah ke dalam berbagai platform media sosial. Faktor lain yang tidak bisa dipisahkan dari aktivisme digital ini

adalah popularitas sosok Najwa Shihab sebagai *public figure*, serta pihak-pihak yang secara profesional membantu koordinasi gerakan ini. Di sisi lain, persoalan tentang dampak nyata dari sebuah aktivisme digital tetap membayangi kesuksesannya di dunia maya. Gerakan #dirumahaja terus menerus dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pentingnya membatasi kegiatan di luar rumah/tempat publik dan mengalihkannya di rumah dan menekan laju penularan covid-19. Sebuah gerakan, *online* maupun *offline*, memiliki tujuan yang sama, yaitu menciptakan kesadaran, solidaritas maupun aksi kolektif demi perubahan sosial atau politik. Namun, praktik aktivisme digital tidak bisa dilepaskan dari kekuatan kapitalisme, karena media sosial dimana aktivisme ini bekerja merupakan bagian dari proses melanggengkan kapitalisme.

Referensi

- Akbar, M. R., & Irwansyah. (2019). Kemudahan atau Kapitalisme berkedok Amal? Kajian Netnografi pada Website Amal Kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 108–118.
- Barassi, V. (2015). *Activism on the Web*. Routledge.
- Dumitricaa, D., & Felt, M. (2020). Mediated Grassroots Collective Action: Negotiating Barriers of Digital Activism. *Information, Communication & Society*, 23(13), 1821–1837. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1618891>
- Hinggar, H. (2020). *Hastag Dirumahaja Jadi Trending Topik No.1 Twitter, Ini Cara Efektif Bekerja di Rumah Selama Pandemi Virus Corona*. Star Grid. <https://star.grid.id/read/452063239/hastag-dirumahaja-jadi-trending-topik-no1-twitter-ini-cara-efektif-bekerja-di-rumah-selama-pandemi-virus-corona?page=all>
- Jati, W. R. (2016). Cyberspace, internet, dan ruang publik baru: aktivisme online politik kelas menengah Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 25–35.
- Joyce, M. (2010). The Problem with Digital Activism. In M. Joyce (Ed.), *Decoded, Digital Activism* (pp. vii–xi). International Debate Education Association.
- Nugraha, R. (2019, December 9). *Najwa Shihab dan Prestasi dalam Namanya*. GoodNews Indonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/12/09/najwa-prestasi-dalam-namanya>
- Pathak, J. P. (2014). Digital Activism through social media; its applicability in creating political awareness in India. *Journal of English Literature and Language*, 2(1), 1–17. https://www.researchgate.net/publication/304295011_Digital_Activism_through_social_media_its_applicability_in_creating_political_awareness_in_India
- Penyerahan Donasi Tahap 1 Konser Musik #dirumahaja*. (2020). Narasi.Tv. <https://www.narasi.tv/catatan-najwa/penyerahan-donasi-tahap-1-konser-musik-dirumahaja>
- Pratiwi, P. S. (2020). *Jokowi Imbau Masyarakat Bekerja dan Beribadah di Rumah*. Cnn Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200315141316-32-483586/jokowi-imbau-masyarakat-bekerja-dan-beribadah-di-rumah>
- Pratomo, Y. (2019). *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>

- Putri, G. S. (2020). *WHO Resmi Sebut Virus Corona Covid-19 sebagai Pandemi Global*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Janitra, P. A. (2020). Strategi aktivisme digital di Indonesia: aksesibilitas. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 123–144. <http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi>
- Sivitanides, M., & Shah, V. (2011). The era of digital activism. *Conference for Information Systems Applied Research*. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-era-of-digital-activism-Shah-Sivitanides/ebb238b876ccfaf461c3b829261936ef0f6fd33d>
- Uldam, J. (2018). Social media visibility: challenges to activism. *Media, Culture & Society*, 40(1), 41–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0163443717704997>
- WHO. (n.d.). *WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. Retrieved March 14, 2021, from <https://covid19.who.int/>



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>).