

***Cyberspace : RUANG PUBLIK BARU BAGI AKTIVITAS
POLITIK MUHAMMADIYAH
(Cyberspace: New Public Space for Muhammadiyah's
Political Activities)***

Ahmad Sholikin

Jurusan Ilmu Politik dan Pemerintahan Universitas Islam Darul ‘Ulum

akhmad.sholikin@gmail.com

Abstrak. Kemunculan media sosial saat ini seharusnya memunculkan adanya arena ruang publik baru bagi Muhammadiyah sebagai bagian dari kelompok kelas menengah yang ada di Indonesia. Konsep *cyberspace* memberikan tawaran yang baru terhadap gerakan sosial kemasyarakatan untuk melakukan sebuah aksi tanpa menghabiskan tenaga dan biaya yang sangat mahal. *Cyberspace* merupakan dorongan baru bagi adanya deliberasi terhadap nilai-nilai demokrasi yang baru seperti halnya partisipatorisme, voluntarisme, dan egalitarian. Beberapa nilai-nilai demokrasi inilah yang harus diejawantahkan dalam kehidupan sehari-hari setiap warga negara melalui media sosial yang ada saat ini. Diperlukan sebuah proses yang dialogis dan komunikatif antara setiap *civil society*, sehingga diharapkan kelas menengah di Indonesia menjadi kritis terhadap fenomena politis dan berbagai isu yang berkembang saat ini. Hadirnya berbagai gerakan politik akhir-akhir ini mengindikasikan adanya tampilan baru dalam kelas menengah Indonesia. Muhammadiyah dalam berbagai studi terdahulu selalu dikaitkan dengan kelas sosiologis kelas menengah Indonesia. Analisis tentang kelas menengah selalu ditempatkan sebagai “kelas santai” atau “kelas manja”. Namun demikian, dalam beberapa kasus akhir-akhir ini, kelas tersebut bertansformasi menjadi aktor kuat dari arena politik ekstra parlementer yang mampu mempengaruhi suksesi politik. Penggunaan media sosial kemudian menjadi penting dalam mendorong kesadaran politik kelas menengah menjadi kelas partisan yang efektif. Artikel ini menggunakan perspektif *cyberactivism* untuk mengelaborasi lebih dalam mengenai potensi aktivisme politik Muhammadiyah ditahun politik 2019.

Kata kunci: Muhammadiyah, Ruang Publik Baru, Aktivisme Politik

Abstract. *The emergence of social media today should create an arena for new public space for Muhammadiyah as part of the middle class group in Indonesia. The concept of cyberspace offers a new offer to the social movements to carry out an action without spending very much energy and costs. Cyberspace is a new impetus for the deliberation of new democratic values such as participatorism, voluntarism and egalitarianism. Some of these democratic values must be embodied in the daily lives of every citizen through the existing social media. A dialogue and communicative process is needed between every civil society, so that the middle class in Indonesia is expected to be critical of political phenomena and various issues that are developing at this time. The presence of various political movements lately indicates a new appearance in the Indonesian middle class. Muhammadiyah in various previous studies has always been associated with the sociological class of the Indonesian middle class. Analysis of the middle class is always placed as "relaxed class" or "spoiled class". However, in recent cases, the class has transformed itself into a strong actor from the extra-parliamentary political arena that is able to influence political succession. The use of social media then becomes important in encouraging middle class political awareness to be an effective partisan class. This article uses the perspective of cyberactivism to elaborate more deeply on the potential of Muhammadiyah's political activism in the 2019 political year.*

Keyword: Muhammadiyah, New Public Space, Political Activism

PENDAHULUAN

Teknologi memiliki peran yang sangat signifikan dalam mempercepat waktu, jarak dan ruang, sehingga setiap individu saling terhubung dengan yang lainnya dalam sebuah *space* bernama *cyberspace*. Setiap orang yang ada di dunia dengan lokasi lintas Negara dan benua bisa saling berinteraksi dan berdiskusi dengan yang lainnya didalam ruang publik tersebut. Keberadaan internet dalam kajian politik menjadi sumbangan baru dalam proses *democracy deepening* pada masyarakat, yang menjadikan *civil society* mampu menjadi *demos* secara utuh. Ruang siber (*cyberspace*) menjadi media penetrasi pada internet, hal ini telah menumbuhkan tumbuhnya proses deliberasi nilai-nilai yang ada dalam sebuah sistem demokrasi. Nilai-nilai demokrasi seperti halnya, praktik berjejaring (*networking*), kesamaan (*egalitarian*), dan kesukarelaan (*voluntarism*) dapat menjadi nilai baru yang menyebar dan dapat diterima secara damai oleh *civil society*. *Civil society* di era *cyberspace* dapat dengan mudah serta cepat dalam membentuk *peer group* yang didasari pada kesamaan isu maupun minat yang spesifik. Pada sisi yang lain, suara-suara dari kelompok minoritas yang selama ini tidak pernah terwakili dan terdengar dalam sistem demokrasi konvensional, menjadi mendapatkan tempat untuk mengartikulasikan identitas dan kepentingannya.

Ruang siber (*cyberspace*) menawarkan ruang baru yang bersifat

dinamis dan heterogen, sehingga membuat publik dan *netizen* menjadi ramai dalam dunia siber, baik secara aktif maupun pasif. Isu dan tema yang menjadi perbincangan dalam ruang siber terdiridari berbagai sumber baik internet ataupun *journal* menjadi sebuah pemicu yang kuat akan adanya kesadaran kritis pada masyarakat dalam memaknai dan memahami serta mengomentari sebuah isu tertentu dengan baik dan bijaksana. Dampak signifikan yang dimunculkan dari fenomena ini adalah terciptanya kelompok baru para kelas menengah yang terdidik dan memiliki kesadaran politik yang kritis. Relasi yang tercipta antara *cyberspace* dan demokrasi memiliki dua tujuan utama; yakni 1) preservasi dan 2) aktivisme. Makna preservasi dapat dilihat bahwa *cyberspace* merupakan ruang demokrasi, sedangkan aktivisme merujuk pada makna terbentuknya gerakan politik (Jati, 2016 : 26).

Kelas menengah di Indonesia menjadi pangsa pasar terbesar sebagai pengguna aktif dari internet. Hal ini bisa terjadi karena kelompok ini selalu memiliki kecenderungan ingin tersambung dengan berbagai macam media sosial yang ada, baik *whats'up*, *instagram*, *facebook*, *line*, *twitter*, *path*, dll (*over-connected*). Perilaku tersebut memiliki implikasi yang simetris dalam membentuk sebuah preferensi publik dalam melihat dan menilai sebuah realitas. Media sosial menjadi sebuah ruang yang sangat efektif dalam mempengaruhi preferensi dan orientasi publik. Menguasai ruang siber menjadi lebih penting dan terasa efeknya dibandingkan dengan sosialisasi pada media konvensional seperti koran,

majalah, pamflet, poster, spanduk, radio dan televisi. Media sosial menjadi media yang sangat efektif karena dapat menampilkan proses penyampaian pesan secara egaliter, langsung, dan dialogis daripada media konvensional yang ada saat ini. Mengambil contoh dari kasus yang menjadi awal mulanya kajian politik di Indonesia diinfiltrasi oleh kajian media dan politik terlihat dalam fenomena Relawan Pilpres 2014, Pilkada Jakarta 2016 dan berentetan Aksi Bela Islam I, II dan III tidak dapat dilepaskan oleh adanya pengaruh berkembangnya pengguna media social di Indonesia (Sholikin, 2018b). Media sosial menjadikan publik dapat secara leluasa untuk membangun jejaring berdasarkan isu dan berbagi ide (*sharing*) yang kemudian terkoneksi menjadi aksi nyata setelah menjadi *viral* (Sholikin, 2018a).

Kemunculan media sosial sebagai alat kampanye sudah mulai menggeliat sejak pemilu pada tahun 2009. Tahun 2009 menjadi penanda adanya kampanye secara masif melalui media dan digerakkan oleh media sosial yang sebagian besar penggunaannya adalah kalangan kelas menengah. Sehingga kejadian tersebut berlanjut pada tahun 2014, media sosial menjadi alat utama dalam kampanye politik pemilukada jakarta yang mempertemukan secara *head to head* antara Ahok dan Anies. Para elite politik yang ada dalam kontestasi pemilukada jakarta menggunakan komunikasi media sosial dengan sangat permisif, otoritatif, formalistik dan berlangsung satu arah merupakan indikasi kuat bahwa peran media sosial sangat signifikan. Namun disisi lain hal

tersebut memunculkan kejenuhan dari kelas menengah terdidik yang menginginkan adanya perubahan dan kebaruan dalam politik dan pemerintahan. Sehingga kelas menengah tersebut kemudian menjadikan sosial media yang mereka miliki sebagai media informasi tandingan yang sangat kritis dan menjadi basis preferensi utama dalam menentukan sikap politiknya.

Sesuai dengan pendapat Profesor Geery van Klinken bahwa Muhammadiyah dalam perjalanan sejarahnya memiliki pengalaman yang sangat kuat dalam berdakwah pada kelas menengah yang terdiri dari para pedagang, kerah putih dan pegawai negeri. Sehingga untuk menunjukkan eksistensinya Muhammadiyah perlu untuk memiliki formula dalam melaksanakan dakwah pada kelas menengah tersebut. Tampaknya dakwah kelas menengah inilah yang menjadi tantangan terbesar Muhammadiyah pada abad kedua ini. Muhammadiyah di abad kedua harus berhadapan dengan fenomena sosial kemasyarakatan yang dipenuhi oleh kemajuan pesat dari teknologi informasi serta serba moder yang berkembang dengan sangat cepat (Sholikin & Abdul Gaffar Karim, 2015). Pada era saat ini masyarakat Indonesia lebih banyak memegang Handphone dan *smartphone* jika dibandingkan dengan bersosialisasi secara tatap muka langsung. Masyarakat era sekarang memiliki kecenderungan suka berteman dengan banyak grup di jejaring social baik whats'up, instagram, facebook, line, twitter, path, daripada membangun komunikasi secara langsung. Selain itu para netizen juga seringkali

memperoleh informasi terkait pemahaman agama dari grup youtube, whats'up, instagram, facebook, line, twitter, path dibandingkan dari guru agama yang memiliki tradisi keilmuan yang kuat serta dari buku atau kitab yang sah. Dengan berbagai kondisi potret sangat beragamnya pemahaman yang mengisi konten-konten media sosial tersebut, maka Muhammadiyah, yang kini telah berusia lebih dari satu abad memiliki tanggungjawab yang sangat besar. Usia Muhammadiyah yang sudah lebih dari satu abad inilah yang mengharuskan Muhammadiyah untuk dapat melahirkan gagasan baru dan *tajdid* (pembaharuan) di era digital ini.

Potensi inilah yang akan menjadi fokus dalam studi ini, lebih lanjut studi ini akan mengelaborasi mengenai potensi aktivisme politik Muhammadiyah (Kelas Menengah) dengan media sosial dalam ruang publik baru *cyberspace*. Tulisan ini menggunakan cara pandang *cyber-activism* dalam melakukan analisis utama dalam memahami permasalahan yang terjadi pada kelas menengah tersebut, serta digunakan untuk melihat pengaruh media sosial; youtube, whats'up, instagram, facebook, line, twitter, path dalam mengkonstruksi pilihan dan preferensi politik para *netizen* kelas menengah. Pembahasan tulisan ini selanjutnya akan membahas tentang 1. Analisa terhadap ruang public kita dan krisis saluran representasi kepentingan bagi Muhammadiyah, 2. Munculnya *cyberspace* sebagai ruang publik bagi Muhammadiyah, 3. analisis terhadap Muhammadiyah *cyberactivism*, aktivisme politik Indonesia dan 4) Catatan akhir

potensi aktivisme politik Muhammadiyah.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kepustakaan (*library research*). Metode *library research* adalah metode yang mengelaborasi berbagai macam literature baik berupa buku, jurnal, maupun literature yang relevan dengan tema tulisan. Metode kepustakaan ini dipilih karena penulis memadukan hasil temuan bertema sama sebagai kajian pendahuluan (*preliminary studies*) dengan kajian kekinian (Zed, 2008: 2). Hal tersebut ditujukan untuk verifikasi kajian terdahulu, sekaligus menemukan unsur kebaruan (*novelty*) dalam penelitian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Krisis Ruang Publik dan Saluran Representasi Kepentingan bagi Muhammadiyah

Muhammadiyah memiliki Rumusan Khitah Perjuangan dalam menjaga kehidupan warga Muhammadiyah dalam hidup berbangsa dan bernegara menegaskan bahwa “Muhammadiyah sebagai sebuah organisasi sosial kemasyarakatan selalu memerankan peran politiknya sebagai konsekuensi dari konsep *da'wah amar ma'ruf nahi munkar* dengan memilih jalan untuk berada diluar kontestasi politik praktis. Muhammadiyah lebih memilih peran sebagai kekuatan sosial yang dapat memberi pengaruh

dalam setiap proses kebijakan yang diambil oleh pemerintah atau Negara. Muhammadiyah memilih peran untuk selalu menjaga setiap kebijakan yang diambil sejalan dan sesuai dengan konstitusi dan cita-cita luhur para pendiri bangsa. Selama ini peran politik Muhammadiyah menjadi kekuatan yang mampu merekatkan bangsa, selain itu Muhammadiyah juga memainkan fungsi sebagai tempat pendidikan politik yang sehat menuju kehidupan penduduk Indonesia yang beradab dan damai. Peran politik Muhammadiyah sejauh ini senantiasa mengembangkan sikap yang positif dalam memandang perjuangan politik dan menjalankan fungsi kritis sesuai prinsip *amar ma'ruf nahi munkar* demi terciptanya sebuah sistem politik kenegaraan yang berkeadaban dan demokratis. Rumusan khittah politik Muhammadiyah secara jelas menunjukkan dimana posisi politik dari Muhammadiyah. Muhammadiyah memaknai politik sebagai bentuk dari kegiatan masyarakat Indonesia yang bersifat pemberdayaan dan pembinaan pada masyarakat serta kegiatan-kegiatan politis yang tidak langsung (*high politics*). Selain itu kegiatan politik Muhammadiyah lebih bersifat memengaruhi kebijakan publik yang mengacu pada perjuangan aspek moral (*moral force*).

Hasil nyata dari peran politik Muhammadiyah dalam Pilpres 2014 tersebut adalah tidak adanya kader-kader utama dari Muhammadiyah dalam Kabinet Kerja yang dibentuk Jokowi - JK. Disisi lain ada beberapa kader utama Nahdlatul Ulama menjadi menteri dalam cabinet tersebut. Kader-kader utama NU

tersebut adalah Marwan Jafar sebagai Menteri PDT dan Transmigrasi, Imam Nahrawi sebagai MENPORA (Menteri Pemuda dan Olahraga), M. Hanif Dhakiri sebagai Menteri Ketenagakerjaan, M Nasir sebagai MENRISTEKDIKTI (Menteri Ristek dan Dikti), Khofifah Indar Parawansa sebagai Menteri Sosial, dan Lukman Hakim Saifuddin sebagai Menteri Agama. Walaupun selanjutnya ada perdebatan terkait beberapa nama menteri yang memiliki kehidupan dan latar belakang Muhammadiyah seperti Siti Nurbaja yang berposisi sebagai Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan atau ada berbagai isu, misalnya nama tersebut direkomendasikan oleh Muhammadiyah seperti Nila F Moeloek yang menjabat sebagai Menteri Kesehatan. Namun, pada nyatanya tidak ada kader utama dari Muhammadiyah yang menjadi menteri dalam kabinet Jokowi-JK (Burhani, 2014).

Muhammadiyah meskipun memiliki posisinya sangat jelas sebagai sebuah gerakan Islam yang melakukan *da'wah amar ma'ruf nahi munkar* dan menjadikan tajdid sebagai pegangan utama serta berpedoman pada Al-quran dan As-Sunnah, sudah menjadi ketentuan bahwa Muhammadiyah tidak memiliki keterkaitan dengan berbagai kekuatan politik yang ada. Namun fakta yang terjadi, saat datang "musim pemilu" selalu ada beberapa elite dan anggota Muhammadiyah yang berusaha untuk masuk dan menyeret atau setidaknya mencoba menghimpitkan Muhammadiyah dengan salah satu kontestan pemilu dan kandidat pemimpin politik tertentu. Dari fakta inilah nampaknya

Muhammadiyah perlu mempunyai ruang publik baru sebagai perwujudan aktivisme politiknya. Permasalahan tentang ruang publik merupakan sebuah isu yang sering diperbincangkan oleh berbagai kalangan, baik dari masyarakat awam sampai pada para pemegang kebijakan. Hal ini dikarenakan minimnya ruang publik di sekitar masyarakat yang tersedia, sehingga sebagian masyarakat mencoba menemukan ruang publik dalam dunia *cyber*. *Cyberspace* sendiri dengan berbagai perkembangan teknologi informasinya memberikan berbagai pilihan bagi masyarakat untuk berekspresi dan bersuara.

Perkembangan *cyberspace* dipaparkan dengan begitu detail oleh Asa Briggs dan Peter Burke (2006 : 391, 393, 397). Menurut mereka Kata "*cyber space* (ruang maya)", dipopulerkan pertama kali oleh seorang penulis fiksi ilmiah, William Gibson. *Cyberspace* bagi penulis Amerika Scott Bukatman, yang terpesona oleh ekspresi-ekspresi kultural perubahan teknologi semacam ini, bahasa dan ekspresi maya mewakili "pengejawantahan yang sebenarnya dari kultur media". *Cyber space* menjadi media baru yang memiliki bentuk berbeda dengan televisi tetapi menjadi sebuah bacaan yang tak bersensor, tidak juga oleh penjaga pintu, namun ia tidak dapat melarikan diri dari akumulasi sejarah. Barker (2009 : 329 & 330) menjelaskan bahwa konsep *cyber space* merupakan "suatu tempat tanpa ruang" secara konseptual, dimana kata-kata, hubungan antarmanusia, data, status, kekayaan dan kekuasaan dimunculkan oleh orang-orang yang menggunakan teknologi komunikasi

dengan perantara komputer. Perkembangan *cyber space* memang cukup fenomenal, karena didalamnya banyak menawarkan berbagai ruang publik, yang bisa dijelajahi oleh berbagai orang dengan latar belakang yang berbeda. Tetapi *cyber space* tetap tidak bisa lepas dari muatan ekonomi karena dalam perkembangannya *cyber space* banyak dimanfaatkan oleh pasar, industri dan korporasi dunia maya.

Konsep ruang publik yang dijelaskan Habermas (2006 : 73), bahwa ketika kita mengatakan "ruang publik" berarti kita pertama-tama masuk dalam wilayah kehidupan sosial dimana sesuatu yang mendekati opini publik dapat dibentuk. Akses dijamin untuk semua warga negara. Lebih lanjut dalam konsep ruang publiknya Habermas juga menjamin kebebasan berkumpul, berserikat serta kebebasan untuk mengekspresikan dan mempublikasikan pendapat mereka tentang masalah-masalah kepentingan umum. Sehingga opini publik yang menghiasi berbagai ruang publik bisa mengarah pada tugas-tugas kritik dan kontrol terhadap berbagai kebijakan publik, yang nantinya berbagai opini publik dalam ruang publik mampu menjadi penengah antara masyarakat dan Negara (Sholikin, 2018a). Dengan adanya fasilitas dalam ruang publik untuk mempublikasikan berbagai masalah yang terkait kepentingan umum, maka fungsi ruang publik sebagai alat kontrol dalam masyarakat bukanlah sebuah mimpi belaka. Habermas juga menjelaskan ruang publik dalam Barker (2009 : 384) adalah suatu wilayah yang dapat muncul dalam sebuah ruang yang

sangat spesifik dalam "masyarakat kelas atas". Ia menjadi sebuah ruang yang menjadi perantara antara negara dan masyarakat sipil, dimana masyarakat luas dapat mengorganisasikan dirinya sendiri dan dimana "opini masyarakat" dibangun. Di dalam ruang siber ini setiap individu mampu mengembangkan dirinya sebagai makhluk secara bebas dan dapat terlibat dalam debat tentang arah dan tujuan dari sebuah peradaban masyarakat.

Posisi Muhammadiyah hampir selalu muncul dalam berbagai macam diskursus politik di berbagai produk akademik (Sholikin, 2018c). Namun yang menjadi pertanyaan penting adalah berbagai macam wacana tersebut belum berhasil secara utuh memberikan narasi penting dalam melihat peta politik Muhammadiyah di Indonesia secara garis besar. Sebelum berbicara peran politik, maka perlu dijelaskan terlebih dahulu mengenai posisi dan kondisi Muhammadiyah sebagai bagian dari kelas menengah di Indonesia yakni ; 1) terminologi "kelas menengah" (*middle class*) muncul belakangan, sebelumnya dikenal sebagai "golongan menengah" (*functional groups*) Hal tersebut sebenarnya menunjukkan bahwa kelas menengah Indonesia itu adalah masyarakat yang dibentuk oleh negara dalam rangka membantu untuk mengembangkan ekonomi negara. 2) Dikarenakan dibentuk secara *by incident* dan *by design* sejalan dengan trend ekonomi, nalar politik yang dikembangkan oleh kelas menengah Indonesia dibentuk memiliki sifat rasional / pragmatis dan dependen / resisten. 3) kelas menengah Indonesia berupaya untuk

menjadi *controller* daripada agen *intermediary* seperti Barat. 4) kelas menengah Indonesia lebih berupaya untuk mengejar keuntungan materi dan status sosial daripada melakukan perubahan sosial. 5) Kesadaran politik kelas menengah Indonesia masih bersifat temporer, emosional, dan juga afeksi (Jati, 2016). Selain itu masih sekedar *by issue* dalam melihat konstelasi politik.

Kelima poin itulah yang menjadi premis penting dalam melihat Muhammadiyah sebagai bagian dari kelas menengah dalam politik Indonesia hari ini. Dalam hal ini terdapat dua peran politik penting yang diemban oleh Muhammadiyah yang dapat dijelaskan dalam dua istilah penting yakni kelas menengah dalam pemerintahan (*inside of the government*) dan juga kelas menengah luar pemerintahan (*outside of the government*). Secara umum ruang publik dapat didefinisikan kedalam tiga ranah penting yaitu; 1) ruang publik dapat menjadi sebuah arena. Makna dari sebuah arena adalah, bahwa ruang publik dapat menyediakan basis komunikasi antar masyarakat yang berada dalam ruang tersebut. 2) ruang publik dapat dimaknai sebagai publik itu sendiri. Makna ini mengindikasikan bahwa publik adalah aktor penting dalam menjalankan demokrasi dari tingkat akar rumput. 3) ruang publik merupakan agen. Maksudnya adalah ruang publik sebagai agen terpenting dalam proses penyampaian aspirasi dari akar rumput menuju bawah (Schuler & Day, 2004: 5).

b. Munculnya *Cyberspace* sebagai Ruang Publik bagi Muhammadiyah

Wearesocial merilis hasil laporan penelitian yang memaparkan beberapa fakta mengejutkan. Diantara hasil temuannya adalah tentang jumlah pengguna internet di dunia yang telah mencapai 4,021 miliar orang (*Wearesocial* : 2018). Fenomena ini dapat diartikan bahwa sudah lebih dari separuh umat manusia di dunia ini telah internet. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna internet hingga tahun 2018 mencapai 132 juta penduduk Indonesia. Jumlah ini dapat diartikan bahwa hampir lebih dari setengah dari 50 persen masyarakat Indonesia telah dapat mengakses internet. Sementara masih pada hasil laporan yang sama dijelaskan bahwa dari ratusan juta pengguna internet di Indonesia, atau sekitar 60% persennya mengakses internet dengan menggunakan handphone (*smartphone*). Penduduk Indonesia tidak hanya meningkat dari segi aksesnya, tetapi juga dari durasi dalam mengakses dan menggunakan internet. *Wearesocial* dalam laporannya menunjukkan bahwa rata-rata orang di muka bumi ini mengakses internet melalui berbagai perangkat selama 6 jam setiap hari. Jika kita berandai-andai dengan data tersebut dan durasi tersebut dikalikan dengan total jumlah pengguna internet yang ada di dunia, maka durasi akses internet di seluruh dunia oleh orang-orang di muka bumi ini bisa mencapai lebih dari 1 miliar jam untuk mengakses internet pada tahun 2018 ini.

Penduduk di Indonesia patut berbangga dengan prestasinya dalam hal menghabiskan waktu untuk menggunakan internet yang menempati peringkat 4 dunia dengan durasi rata-rata penggunaan internet selama 8 jam 51 menit per harinya. Posisi Indonesia hanya kalah unggul sedikit dari negara tetangga Thailand yang memiliki durasi 9 jam 38 menit, dan kemudian negara Filipina dengan durasi 9 jam 29 menit serta negara Brazil dengan durasi pemakaian internet 9 jam 14 menit per harinya. Peringkat penggunaan internet di negara Indonesia jauh melampaui penggunaan internet di negara-negara maju; misalnya negara Singapura yang memiliki durasi penggunaan internet rata-rata 7 jam 9 menit, dari negara Tiongkok dengan durasi 6 jam 30 menit, dan negara Amerika Serikat dengan durasi pemakaian internet 6 jam 30 menit serta negara Jerman dengan durasi 4 jam 52 menit. Durasi lamanya penggunaan internet pada netizen, sebagian besar digunakan untuk aktifitas berselancar dan bersosialisasi di dunia maya melalui media sosial. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah pengguna media sosial di dunia yang sangat besar, hingga mencapai 3,196 miliar *user* yang tersebar diseluruh dunia. Negara Indonesia memiliki *user* media sosial jumlahnya mencapai 49 % dari populasi pengguna internet. Jika dikalkulasi lebih lanjut maka hampir separuh pengguna internet di Indonesia telah memiliki akun media sosial. Pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia, merupakan Negara dengan peringkat ketiga terbesar dengan pertumbuhan hingga mencapai 24 juta pengguna atau 23% dalam kurun waktu setahun terakhir.

Sebagai bukti lain yang menunjukkan potensi pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia adalah kenyataan bahwa ada dua kota di Indonesia yang menempati posisi sebagai dua kota dengan jumlah pengguna akun Facebook terbesar dunia. Negara Indonesia merupakan satu dari beberapa negara besar yang menggunakan salah satu media sosial terpopuler dunia, yaitu Instagram. Pengguna akun Instagram di Indonesia jumlahnya mencapai 53 juta netizen, yang artinya hampir seluruh pengguna handphone di Indonesia adalah user dari aplikasi media sosial Instagram. Prestasi dalam hal jumlah pengguna media sosial di Indonesia, diimbangi dengan prestasi lain yang juga tidak kalah mencengangkan. Indonesia menjadi negara yang menempati peringkat tertinggi di dunia dengan lama durasi penggunaan media sosial dengan durasi mencapai 3 jam 23 menit. Durasi ini jika dihitung dengan seksama, maka *netizen* di Indonesia menghabiskan waktu hampir 30% dari waktunya untuk bermain media sosial. Dari informasi yang diterima KompasTekno dari situs APJII, Kamis (22/2/2018), separuh dari pengguna internet di Indonesia, yakni sebesar 50,8 persen, menggunakan *smartphone* atau *tablet* untuk mengakses internet. Pengguna perangkat *mobile* tersebut sebagian besar berada di sebaran wilayah urban dan rural-urban. Cakupan urban didefinisikan APJII sebagai wilayah administratif yang sebagian besar GDP berasal dari sektor non-pertanian (APJII : 2018).

Jika kita mencoba untuk berefleksi ke belakang, maka kita akan mendapati bahwa terdapat

beberapa inovasi dan inisiatif yang telah dimulai sejak tahun 1994 hingga pada awal tahun 2000. Pada saat itu internet baru mulai digunakan oleh kelompok gerakan yang pro terhadap demokrasi yang ada di Indonesia. Pada era tersebut teknologi informasi dan komunikasi seperti internet memiliki peran yang sangat *central* dalam upaya untuk menggulingkan kekuasaan yang diktator oleh Soeharto (David T. Hill dan Krisna Sen : 2005). Kemudian kita coba untuk melihat fenomena yang muncul pada awal tahun 2009, saat itu muncul sebuah gerakan “Cicak VS Buaya”. Pada kasus ini terbukti bahwa Facebook sebagai media sosial mampu untuk menjadikan warga negara berkumpul dan bersepakat untuk melindungi Komisi Pemberantasan Korupsi dari berbagai kelompok yang mengancam eksistensi dari KPK. Melalui Grup di Facebook gerakan masyarakat sipil mampu mengumpulkan jutaan followers dan ratusan warga negara dapat diarahkan secara organik untuk membendung upaya pemberangusan Komisi Pemberantasan Korupsi.

Selanjutnya jika kita melihat fenomena pada level nasional, maka momentum pada pemilihan presiden tahun 2014 menunjukkan bahwa penggunaan internet secara masif menjadi pertanda bahwa *cyberspace* mampu menjadi instrumen baru dalam proses peningkatan dan pendalaman (*deeping*) demokrasi di Indonesia. Pada tahun 2014 setidaknya di Indonesia telah muncul 64 inisiatif di media internet yang berupa; startup, mobile apps website dan platform, yang berusaha untuk memberikan warna dalam memperbaiki kondisi demokrasi di

Indonesia. Rincian untuk berbagai media internet tersebut adalah; sebanyak 33 unit inisiatif berbasis platform dan website, sedangkan 30 unit berbasis *mobile application* dan 1 unit yang lain berbasis keduanya. Dari jumlah total 34 unit platform dan website tersebut, 20 diantaranya memiliki misi khusus untuk mengawal kegiatan pemilu, sedangkan 6 unit yang lain tidak memiliki kaitan langsung dengan kegiatan pemilu, dan 8 unit yang lain memiliki manfaat untuk kesemuanya.

Sedangkan untuk Aplikasi, dari total 31 unit aplikasi seluruhnya berkaitan untuk kepentingan pemantauan pemilu. Sehingga ketika kita klasifikasikan berdasar fungsi dari platform dan website serta aplikasi tersebut adalah, (1) Sejumlah 4 unit lembaga yang melakukan pemantauan media sosial, di antaranya aspirasikita.org, Provetic dan Politicawave; (2) Sejumlah 4 unit yang lain adalah berbentuk sebuah wadah untuk mengumpulkan petisi dalam bentuk *daring* dengan pengguna terbanyak adalah Change.org dengan user hingga 900.000 orang; (3) Kemudian ada 16 unit yang melakukan pendidikan pemilih (*voter education*); (4) Sedangkan 10 unit yang lainnya memberikan data yang akurat mengenai sepak terjang dan latar belakang dari para politisi yang mencalonkan diri; (5) Kemudian 9 unit yang lain melakukan penghitungan, seperti yang dilakukan oleh kawalpemilu.org; (6) 9 unit yang lainnya lagi melakukan *public assessment* seperti KawalMenteri serta Meteranpolitik.org ; (7) 7 unit yang lainnya melakukan *election watchdog*, diantaranya adalah

MataMassa.org ; (8) ada 8 unit yang melakukan netizen proposal, yakni seperti: kawalmenteri.org, kabinetrakyat.org dan KAUR. Background checking, ecounting, public assessment, election watchdog dan netizen proposal adalah inisiatif terbaru di Indonesia dan hanya terjadi di 2014 (Juniarto, 2016).

Berbagai platform dan website yang ada di Indonesia jika diklasifikasikan berdasarkan metode bekerjanya dapat dibedakan menjadi beberapa metode bekerja, diantaranya: (1) Ada 29 unit yang metode bekerjanya dengan melakukan penyajian data; (2) Ada 7 unit yang lainnya menggunakan metode *review aggregator*, diantaranya adalah: meteranpolitik.org dan jariungu.com ; (3) Ada 21 unit yang lainnya menggunakan metode *crowdsourcing*; (4) Ada 6 unit yang lain menggunakan metode bekerja *voting machine*; (5) Ada 4 unit yang lainnya lagi menggunakan metode *crawling machine* (6) Ada 7 unit yang lain dilengkapi dengan hasil analisis deskriptif berbentuk opini. Dari berbagai platform, nampaknya kawalpemilu.org yang memiliki cara bekerja berbasis pada *ecounting* menjadi fenomenal pada Pemilu 2014. Hal ini terjadi karena platform tersebut mampu dan berhasil dalam mengawal suara publik dan mengontrol kinerja Komisi Pemilihan Umum. Dalam perjalanan sejarahnya platform kawal pemilu bertransformasi menjadi kawalpresiden.org. kemudian hari platform ini mampu menjembatani *conversational leadership* pada era kepemimpinan Jokowi-JK yang selama ini gemar blusukan dan

menyerap informasi langsung dari rakyat sehingga percakapan (*conversations*) bisa terjalin nyaris tanpa batas (Yohanes Widodo, 2016).

Kumpulan contoh diatas menurut penulis adalah bukti nyata dan konkret serta signifikan dari cyberspace dalam membicarakan masa depan demokrasi di Indonesia dan dunia saat ini. Fenomena ini menjadi arus baru dalam pemanfaatan teknologi internet terutama penggunaan media sosial di berbagai belahan dunia. Pada saat ini internet tidak lagi hanya digunakan untuk mencari ruang ekspresi belaka, tetapi dapat digunakan oleh warga negara dalam menyampaikan hak untuk berpendapat secara bebas. Civil society melalui cyberspace mampu menyuarakan hak asasi manusia dan mendorong kemajuan masyarakat kepada arah yang lebih baik dan memiliki peranan untuk memenuhi hak warga atas kebenaran. Gagasan untuk menciptakan akuntabilitas pejabat publik, transparansi, pemberantasan korupsi serta partisipasi publik dalam proses penyusunan kebijakan, akan menjadi menemukan jalan baru untuk dapat diimplementasikan. Dinamika sosial kemasyarakatan saat ini dalam hal penggunaan internet menunjukkan bahwa masyarakat yang menjadi pengguna internet sedang melakukan upaya untuk *counterpower*. Pengguna internet sedang melakukan kontestasi kekuasaan atas pemahaman yang selama ini didominasi oleh elite semata atas berbagai aspek beragama, bernegara, dan berekonomi. Masyarakat era cyberspace saat ini sedang melakukan adu kuat wacana gagasan agama yang mayoritas, NKRI, dan ekonomi yang dikuasai

oleh oligarki. Saat ini sedang terjadi perluasan ruang publik dan sosial politik ke *cyberspace* yang disebut demokrasi digital sehingga apa yang terjadi di internet sebetulnya merupakan kepanjangan tangan dari apa yang sulit terjadi di lapangan.

Konsep ruang publik yang dijelaskan Habermas (2006 : 73), bahwa ketika kita mengatakan "ruang publik" berarti kita pertama-tama masuk dalam wilayah sebuah kehidupan sosial di mana realitas sosial dalam sebuah masyarakat dapat di *framing* (bentuk). Akses dijamin untuk semua warga negara. Ruang publik menurut Habermas dalam Budi Hardiman (2010 : 189) memiliki tiga ciri utama yaitu sebagai berikut : 1. para aktornya bukan berasal dari birokrasi negara ataupun dari kalangan bisnis, melainkan "orang-orang privat", yaitu warga biasa yang tentu dalam konteks saat itu berasal dari kelas menengah. 2. Terjadi suatu proses pemberdayaan diantara masyarakat, yaitu dimana terdapat berbagai pertimbangan yang rasional dari masyarakat tanpa ada rasa takut untuk dapat diekspresikan pada publik, hal ini terjadi karena dilandasi oleh rasa prihatin terhadap berbagai persoalan yang sangat merugikan publik. 3. Ruang publik yang ada harus menjadi media perantara antara isu-isu pada ranah privat dan individu didalam kehidupan sosial, keluarga, dan bisnis, mereka.

Secara normatif media pada dasarnya berfungsi sebagai konduktor bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi dalam ruang publik, dan untuk hal tersebut warga negara selaku khalayak media membutuhkan bahan atau bekal. Melalui materi jurnalisme yang berbobotlah,

khalayak dapat membentuk persepsinya tentang isu-isu publik yang beredar secara objektif dan rasional (Sange, 2017). Media juga memiliki kontribusi aktif dalam menyehatkan demokrasi, dan berdemokrasi berarti berpolitik (baik dalam artian *high politic* ataupun politik praktis), maka menjadikan masyarakat sebagai civil society yang mengoptimalkan akal budinya dalam ruang publik media merupakan sebuah keniscayaan. Keberadaan media sangat terkait dengan segala bentuk aktivitas warga negara di ruang publik (*public sphere*), antara media dan ruang publik merupakan dua jagat realitas yang bisa diasumsikan paralelitasnya. Isu yang dilempar para jurnalis ke media, maka isu itu pulalah yang kemungkinan besar akan direproduksi oleh sebagian besar khalayak di ruang publik. Dialektika antara jagat “ruang media” dan jagat “ruang publik” ada dua karakteristik yang penting untuk diperhatikan. *Pertama* media merefleksikan fakta kehidupan, sekaligus sebagai corong publik untuk mengangkat wacana publik. *Kedua*, media mengkonstruksi tekstur pikir publik dalam merespon wacana yang dianggap relevan dengan kehidupan publik (Siregar, 2015).

Muhammadiyah di era globalisasi dan kemajuan teknologi dituntut untuk mampu menghadirkan media yang dapat diakses semua kalangan secara mudah dan cepat guna kepentingan siar Islam supaya bisa menyampaikan salah satu tujuan muhammadiyah yaitu menjadikan manusia muslim yang sebenarnya. Hal itu dikemukakan Ketua Majelis Pustaka dan Informasi (MPI)

PP Muhammadiyah, Muchlas MT saat membuka cara Pelatihan Pengelolaan Website, Database dan Jurnalistik Media Online yang dilaksanakan di Kampus 4 Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jum'at, 26/8/2016. Menurutnya ada tiga kebutuhan mendesak yang mengharuskan MPI PP Muhammadiyah mengadakan pelatihan tersebut. “Ketiga kebutuhan itu adalah, konten website muhammadiyah.or.id, database yang mapan dan Citizen journalist. Melalui pelatihan itu ia berharap, dalam dua hingga empat tahun ke depan seluruh PWM dan PDM dapat mengaktifkan subdomain yang disediakan MPI Pimpinan Pusat di situs www.muhammadiyah.or.id.

Organisasi Muhammadiyah merupakan sebuah organisasi yang telah memiliki beberapa media cetak yang sampai saat ini masih terus memproduksi, salah satunya contohnya adalah majalah Suara Muhammadiyah. Suara Muhammadiyah menjadi sebuah media cetak yang sangat legendaris bagi Indonesia, karena menjadi media cetak tertua yang pernah ada di Indonesia dan hingga sekarang masih eksis. Suara Muhammadiyah secara resmi digagas dan didirikan oleh Pengurus Pusat Muhammadiyah pada awal Januari tahun 1915 yang menjadi terbitan pertama majalah Suara Muhammadiyah. Berkat konsistensi dalam mempertahankan karya jurnalisnya pada tahun 2016 lalu Suara Muhammadiyah mendapatkan sebuah penghargaan yang sangat bergengsi dari Museum Rekor Dunia-Indonesia sebagai satu-satunya Majalah Islam yang Terbit secara Berkesinambungan dalam

waktu yang Terlama. Selain di level pusat ada Suara Muhammadiyah di masing-masing Pimpinan Wilayah, bahkan pada level Daerah Muhammadiyah juga memiliki media masing-masing dengan berbagai bentuknya. Sebagai contoh pada Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur terdapat majalah Matan. Selain berbagai media cetak tersebut, Muhammadiyah juga mulai mengepakkan sayapnya pada media yang berbasis digital. Untuk menyebut dan menunjukkan beberapa contohnya, sebut saja Muhammadiyah.or.id (Pimpinan Pusat Muhammadiyah) dan PWMU.co (Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur), ada juga Muhammadiyah Garis Lucu (Group Facebook). Selain itu Suara Muhammadiyah juga ikut melakukan adaptasi layaknya media-media cetak saat ini, sehingga Suara Muhammadiyah berbasis online dapat diakses pada www.suaramuhammadiyah.id.

c. Cyberactivism dan Aktivisme Politik Muhammadiyah

Kondisi dunia dalam satu dekade akhir ini, memunculkan berbagai gerakan sosial dan politik yang meluas serta meningkat. Fenomena Arab Spring telah menjalar hingga Mesir, Syria hingga Tunisia; Revolusi Payung terjadi di Negara Hongkong, hingga berbagai macam bentuk aksi radikal yang dipimpin oleh ISIS di beberapa negara di timur tengah dan asia. Bentuk mobilisasi masa yang dilakukan juga semakin berbagai ragam, mulai dari aksi yang terjadi secara spontan tanpa mendapatkan komando seperti Occupy Wall Street. Selain itu juga

dalam bentuk jejaring yang bersifat transnasional yang terdesentralisasi seperti gerakan Women's March, hingga berbagai aksi dan protes yang dilakukan oleh para aktivis dan NGO dalam kampanye perubahan iklim. Berbagai fenomena yang terjadi pada saat ini menunjukkan bahwa *cyberspace* memiliki peran yang sangat penting dalam advokasi gerakan sosial. Pada saat yang sama terjadi sesuatu yang berkebalikan dari keyakinan banyak orang, bahwa di era digital ini akan membuat lemah gerakan yang bersifat kolektif. Asumsi yang berkembang adalah di era digital setiap manusia akan menjadi sangat individual dan egois. Menurunnya jumlah anggota yang terjadi pada serikat pekerja dan berkurangnya minat warga negara menjadi anggota dan pengurus partai politik tidak bisa dijadikan acuan bahwa kondisi masyarakat kita sedang apolitis. Fenomena *cyberspace* ini memberikan bentuk yang berbeda bagi setiap warga negara untuk mengekspresikan sikap politiknya secara otonom.

Organisasi Muhammadiyah dalam pembagian kelas sosiologisnya merupakan bagian dari sebuah kelas menengah yang terdidik. Aktivis Muhammadiyah adalah aktor penting dalam penggerakan *cyberactivism* dan aktivisme politik dalam konstelasi social dan politik yang ada di Indonesia. Berbagai kajian sebelumnya sudah banyak dilakukan mengenai perilaku politik kelas menengah, seperti yang dilakukan oleh Tanter & Young (1996), Heryanto (1999), dan Haris (2014). Mereka berkesimpulan bahwa ada permasalahan secara akademis dalam mendefinisikan kelas menengah,

diantaranya; makna kelas, masalah terminologi dan elemen keanggotaan kelas. Masalah yang *pertama* adalah terkait makna kelas, kelas disebut sebagai sebuah entitas yang aktif secara politik, reaksioner, dan juga kritis terhadap kekuasaan. Pada nyatanya proses pendefinisian kelas menengah belum juga terdapat kata sepakat dari para ilmuwan. Hal ini terjadi karena kelas menengah yang ada terbagi dalam jenjang status, materi, maupun properti yang memiliki sifat heterogen. Hal tersebut menyebabkan adanya perbedaan pendapat dalam memahami dan mendefinisikan kelas menengah sebagai sebuah masyarakat yang otonom, agen perubahan, serta sebagai sebuah kelompok ekonomi yang bersifat mapan (Heryanto, 1999: 11-12). Permasalahan yang *kedua* adalah masalah terminologi, permasalahan ini berkisar pada perdebatan diantara para ahli terkait penggunaan kelas atau golongan untuk disambungkan dengan kata menengah. Perdebatan terminologi tersebut terjadi secara berlarut-larut karena adanya sebuah proses tarik-menarik secara halus antara berbagai ideologi dan kepentingan masing-masing. Hubungan yang terjadi antara Negara dan masyarakat, dan juga hubungan dengan legitimasi kekuasaan menjadikan pendefinisian ini belum menjadi sebuah definisi yang tetap (Tanter & Young, 1996: 8). Sedangkan permasalahan yang *ketiga* adalah terletak pada siapa yang menjadi anggota dari kelompok kelas menengah ini. Keanggotaan dari kelas menengah Indonesia harus didasarkan pada pertumbuhan capital, redistribusi materi, dan juga penguasaan asset atau kepemilikan

yang lainnya. Ketiga aspek diataslah yang menyebabkan pendefinisian kelas menengah di Indonesia menjadi sebuah masyarakat yang majemuk dan memiliki spesialisasi tertentu, sehingga anggota dari kelas menengah memiliki derajat otonom terhadap aspek ekonomi dan politiknya.

Kajian selanjutnya menempatkan kelas menengah sebagai sebuah kelompok masyarakat yang otonom dan memiliki rasionalitas dalam berpolitik, baik secara aktif maupun pasif. Pada tahap selanjutnya kelas menengah akan berubah menjadi sekelompok masyarakat yang bersifat kritis terhadap realitas. Media sosial menjadi arena yang sangat penting bagi kelas menengah di Indonesia, karena media sosial memberikan ruang publik alternatif bagi masyarakat guna menyuarakan aspirasi dan kepentingan mereka (Abugaza, 2013: 12). Aktivitas politik kelas menengah dalam dunia digital sering disebut dengan istilah *ciberactivism*.

Cyberactivism merupakan sebuah istilah dalam dunia akademik yang selalu digunakan untuk melakukan analisis dalam transformasi pola gerakan politik yang berkembang pasca era reformasi. Definisi istilah ini merujuk kepada pola gerakan politik yang dihasilkan dari sebuah proses diskusi dan bertukar informasi melalui media internet dan media sosial. Kelas menengah menjadi aktor yang sangat penting dalam menggerakkan *cyberactivism* ini, baik sebagai warganet yang aktif maupun pasif.

New social movement merupakan sebuah gerakan sosial baru yang saat ini menampilkan

dirinya bukan lagi berbasis pada aksi *street level parliamentary*, namun saat ini lebih pada proses penciptaan sebuah diskursus dalam *cyberspace*. Strategi ini akan memiliki ujung pada aksi penggalangan massa yang berdasarkan pada penciptaan viral di ruang publik dunia maya oleh kelompok kelas menengah ini. Isu-isu yang menjadi prioritas gerakan ini bukan lagi fokus pada permasalahan public yang bersifat makro seperti isu kemiskinan dan ketimpangan, namun lebih kepada isu *everyday politics* yang sesungguhnya bersifat sangat privat. Pemahaman akan konteks *cyberactivism* berasal dari konsepsi demokrasi digital yang berkembang pada kalangan kelas menengah terdidik yang ada di Indonesia. Pengertian demokrasi digital sendiri adalah praktik-praktik berdemokrasi yang tidak mengenal batasan ruang dan waktu (Andriadi, 2016: 149). Hal tersebut yang kemudian menjadikan aktor secara personal-pun bisa menjadi aktor politik yang aktif ataupun pasif. Pelaku *cyberactivism* dapat menggerakkan aksinya hanya dengan memainkan jari-jemarinya pada perangkat handphone miliknya. Konteks kemandirian inilah yang mendorong terjadinya sebuah proses politik yang semula bersifat sangat elitis dan oligarkhis menjadi bersifat sangat populis di mata masyarakat luas. *Cyberactivism* memberikan dampak jasa yang sangat besar dalam menjadikan sistem demokrasi bekerja dengan baik di ruang publik.

Keberadaan *cyberactivism* di Indonesia telah memberikan jalan lain bagi ruang-ruang berekspresi dengan identitas yang sangat luas dan majemuk bagi berbagai entitas minoritas yang ingin mendapatkan

pengakuan maupun representasi dalam ruang demokrasi. *Cyberspace* merupakan ruang publik baru di era digital yang sifatnya *open access* dan juga *open source*, sehingga setiap warga negara dapat secara otonom dan independen terlibat dalam proses saling mempengaruhi di ruang publik. Dalam kajian media studies sendiri setiap netizen harus memiliki keterkaitan dengan adanya pemanfaatan multimedia dalam penyampaian pesan-pesan yang bersifat politis. Saat ini warganet lebih tertarik untuk menyampaikan pesan politis berbasis media sosial yang interaktif daripada menyampaikan pesan yang sarat akan muatan ideologis. Hal ini dilandasi pada temuan fakta bahwa penyampaian komunikasi yang berlangsung selama ini cenderung *one men show*, sementara publik di era digital saat ini lebih menginginkan adanya ruang diskusi yang bersifat dialogis antara publik dengan para pemimpinnya. Kenyataan di era digital ini menjadikan *cyberactivism* menjadi pilihan terbaik yang tidak bisa dielakkan dalam melihat kontestasi gerakan politik yang dilakukan oleh kelas menengah.

Hal terkait dengan potensi *cyberactivism* pada kelas menengah di Indonesia menjadi sangat relevan ketika dikaitkan dengan kontekstualisasi gerakan sosial politik yang digagas oleh kelompok kelas menengah di Indonesia. Setidaknya dibutuhkan tiga tahapan yang sangat penting dalam membedah konsep *cyberactivism* yang terjadi pada kelas menengah yang ada di Indonesia, diantaranya; a) Perang wacana politik dalam ruang internet (*cyberwars*), hal ini dapat kita lihat dari penyampaian

pesan dan informasi politik secara interaktif dan menggunakan multimedia karena publik menginginkan adanya proses dialogis, b) Pembentukan diskursus politik, dapat direkam dari perubahan isu politik yang dibicarakan, yakni dari semula isu publik menjadi isu privat dan juga dari *high politics* menuju *everyday politics*, dan c) instrumentasi gerakan politik tersebut. Peta politik yang ditampilkan cenderung lebih bersifat informal dan inklusif. Ketiga bentuk ekspresi politik yang dikemukakan oleh kelas menengah Indonesia tersebut sebenarnya merupakan respons skeptis terhadap reformasi yang ternyata belum menunjukkan hasil signifikan dalam dunia politik, khususnya membangun saluran representasi dan artikulasi kepentingan dari akar rumput menuju tingkat atas (Jati, 2016:150).

Pertanyaan inti dari tulisan ini adalah terkait bagaimana *cyberspace* dalam membentuk perubahan wujud partisipasi dan aktivitas politik Muhammadiyah dalam menghadapi tahun politik 2019? Nampaknya gagasan dari W. Lance Bennett dan Alexandra Segerberg dalam *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics* menawarkan jawabannya. Terdapat tiga poin utama yang penting dan menjadi karakteristik dari sebuah *connective action*. Karakteristik yang pertama adalah, adanya sebuah partisipasi politik dalam sebuah ruang digital yang berjalan dalam logika *connective action*. Logika ini sangat berbeda dengan logika klasik yang bersifat *collective action*. Logika *collective action*

mengandaikan bahwa setiap individu akan ikut dalam upaya secara kolektif untuk memperjuangkan aspirasi politik yang sama. Jika seorang individu memiliki insentif yang lebih besar jika dibandingkan dengan sumber daya yang harus ia keluarkan maka orang tersebut dipastikan akan terlibat dalam tindakan kolektif tersebut. Tindakan kolektif harus terkoordinasi dengan baik agar dapat berlangsung secara efektif, selain itu juga harus memiliki hierarki kepemimpinan yang jelas dan strategi organisasi yang matang dan amapan. Selain itu dalam aksi tindakan kolektif setiap anggota harus memiliki ikatan keanggotaan, dan menanamkan identitas kolektif dari ideology gerakan yang diperjuangkan. Hal ini berarti bahwa setiap individu dapat terlibat dalam aksi kolektif demi kepentingan kelompok yang sedang diperjuangkan secara bersama-sama.

Hal ini berbanding terbalik dengan logika yang dibangun oleh *connective action*, setiap individu tidak perlu memiliki komitmen terhadap kelompok atau gerakan tertentu. Partisipasi dalam kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan mudah tanpa perlu repot menjadi anggota dari gerakan tersebut. Insentif secara ekonomi yang didapatkan adalah adanya kepuasan ketika ia mengekspresikan dirinya dalam arus jejaring sosial. Sedangkan insentif secara politik adalah ikatan yang terbangun adalah ikatan yang berdasarkan kesamaan preferensi personal. Dalam dunia digital, aktivisme politik bersifat fleksibel, cair, dan tidak mengikat setiap anggotanya. Hal ini dikarenakan gerakan tersebut dilakukan secara

personal, tetapi terkoneksi satu sama lain oleh kepedulian bersama akan sebuah isu tertentu. Dalam realitas politik kita, kita bisa melihat dari sebuah petisi *daring*, dan berbentuk dalam gerakan #KamiTidakTakut, kampanye perlindungan satwa, hingga wacana vaksin/anti-vaksin. Berbagai aksi tersebut pada umumnya hanya disatukan oleh kegelisahan dan keberpihakan dari masing-masing individu terhadap figur atau isu tertentu, yang tersebar lewat jejaring media sosial. Partisipasi dari masyarakat menjadi tersebar secara alamiah, atau viral melalui akun media sosial dari satu orang kepada yang lainnya, bukan melalui jalur koordinasi yang terkoordinir dan terpusat.

Karakter yang *kedua* adalah kenyataan bahwa dalam dunia yang serba digital ini, partisipasi politik lebih berwujud pada ekspresi personal setiap individu bukan berdasarkan aksi kelompok. Beredarnya tagar dalam bentuk *hashtag* menjadi sebuah aksi bersama yang tersambung oleh sebuah isu tertentu, tetapi hal tersebut memiliki motif yang berbeda dari setiap orang yang menggunakan hastag tersebut. Berdasarkan bingkai hastag kita dapat tersambung serta terkoneksi, walaupun setiap personal memiliki pandangan, narasi, dan makna yang sangat berbeda satu sama lainnya. Pandangan dan narasi dari setiap personal sesuai dengan harapan, aspirasi, keyakinan, keluhan, serta gaya hidup dari masing-masing individu. Bennet & Segerberg mencoba memberikan sebuah konsep yang disebut dengan *personal action frame*, yang memiliki makna berkebalikan dengan *collective action*

frame. *Personal action frame* merupakan fitur sentral dalam sebuah mobilisasi di ruang digital. Contoh nyata dari konsep *personal action frame* adalah fenomena seperti "We Are the 99 %" yang mengedepankan isu ketimpangan dalam dunia global dalam Occupy Wall Street. Jika kita lihat pada fenomena di Indonesia adalah gerakan #SaveKPK yang selalu mengemuka setiap adanya indikasi kriminalisasi terhadap Komisi Pemberantasan Korupsi. Narasi-narasi yang dibangun menjadikan setiap orang memiliki kemungkinan untuk terlibat sebagai orang yang dirugikan oleh para koruptor dan kita civil society menginginkan adanya sebuah perubahan yang signifikan. Selain berbagai contoh diatas, masih banyak bingkai dan bentuk gerakan yang bersifat inklusif yang memungkinkan setiap orang untuk terlibat dan membuat aksi yang berbeda. Berbagai aksi tersebut bisa dalam berbagai bentuk kreatif, misalnya dalam bentuk video, meme, slogan, tweet dan juga blog.

Karakter yang ketiga adalah kepemilikan jejaring komunikasi menjadi inti dari sebuah pengorganisasian dalam *cyberspace*. Jika dibandingkan dengan kolektif action maka hal ini adalah sebagai pengganti peran dari sebuah hierarki kepemimpinan dan keanggotaan sebuah gerakan. Media sosial dan internet tidak hanya sebagai sebuah wadah, tetapi juga menyediakan struktur yang terbentuk dalam bentuk algoritma-algoritma untuk bisa menciptakan persepsi dan mengkoordinasikan sebuah gerakan aksi. Hal ini mulai ditandai dengan adanya pertarungan wacana,

penyebaran propaganda, debat kusir, rekrutmen anggota, pembuatan petisi, iuran dana, koordinasi dan rapat aksi dapat dilakukan dengan bermacam cara, bisa melalui aplikasi dan media social yang dimiliki oleh sebagian besar anggota. Setiap anggota tidak perlu bertemu secara tatap muka dengan yang lainnya, serta tidak perlu saling kenal untuk bisa berpartisipasi dalam sebuah gerakan. Partisipasi setiap anggota atau individu bersifat tidak eksklusif pada anggota inti sebuah gerakan, tetapi juga menarik simpatisan secara luas terhadap orang luar yang membantu menyebarkan gagasan serta menyumbang dana dan atau ikut turun dalam aksi di jalan. Cyberactivism terjadi pada saat ini tidak seperti *long march* atau revolusi yang terjadi pada tahun 1960-1980-an yang pada umumnya dikomando oleh mahasiswa, serikat pekerja, atau elit parpol, gerakan sosial kontemporer lebih bersifat cair, tidak terbatas hanya pada ideologi tertentu saja, dan memiliki beragam level tingkat partisipasinya.

Realitas diatas dapat juga kita tarik untuk melihat relevansi dari logika *connective action* dalam melakukan analisis dinamika keislaman yang terjadi di Indonesia. Fenomena kontroversial yang masih segar dalam ingatan kita bersama adalah adanya Aksi Bela Islam secara berjilid-jilid yang menggerakkan dan mobilisasi massa umat muslim dengan jumlah terbesar di era pasca Reformasi. Protes melalui aksi bela islam dilakukan pada tanggal-tanggal yang cantik, aksi tersebut terjadi karena dipicu oleh ekspresi personal Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta yang dibingkai dalam pemaknaan personal oleh Buni Yani. Pemaknaan

oleh Buni Yani inilah yang menjadi viral di media sosial dan kemudian mengundang massa (*crowd*) hingga muncul perang wacana dalam jejaring dunia media sosial. Pada titik ini, proses *crowd-enabled networks* telah terbentuk. Tetapi, untuk mengejawantahkan dalam bentuk gerakan yang masif diperlukan kontroversi wacana yang dapat dijadikan alat untuk memobilisasi massa. Sehingga diperlukan mediasi dari berbagai organisasi yang memiliki struktur yang lebih mapan seperti HTI, FPI, MUI, hingga Partai Politik.

Pada era digital ini kita dapat melihat secara jelas persinggungan antara *organizationally-enabled* dengan *crowd-enabled networks* dan *organizationally-brokered networks*. Struktur jaringan pada dunia maya terbentuk berdasarkan algoritma dan akan diperkuat dengan berbagai identitas kolektif organisasi Islam dan kepentingan partai politik. Selanjutnya perngorganisasian yang dilakukan hingga pada level akar rumput harus diperkuat dengan ekspresi dan aksi personal yang dilakukan lewat komen Facebook. Hal lain yang terjadi adalah melalui posting di VOA Islam atau Ar-Rahmah kemudian artiket tersebut di share pada media sosial Whatsapp, hingga ceramah di masjid-masjid yang ada. Sehingga dengan propaganda sedemikian hingga menjadikan massa yang bergabung dan berkumpul tidak hanya mereka yang mengidentifikasi dirinya dengan HTI, FPI, MUI atau partai politik saja, tetapi juga berbagai individu yang secara personal meyakini demonstrasi adalah jalan jihad untuk membela keyakinannya

yang telah dilecehkan oleh Ahok seperti *framing* Buni Yani. Pada gerakan Aksi Bela Islam ini terjadi bingkai identitas kolektif serta aksi personal yang berjalan secara berdampingan, sehingga memberikan ruang bagi setiap individu untuk berpartisipasi secara otonom sesuai dengan preferensi politiknya. Contoh dari Aksi Bela Islam di Indonesia yang terjadi secara berjilid-jilid tersebut dapat dijadikan sebagai bahan kritik untuk tipologi jejaring aksi yang dirumuskan oleh Bennet & Segerberg. Pada kenyataannya dalam Aksi Bela Islam tersebut ketiga jejaring aksi ini tumpang tindih dan tidak dapat dibedakan secara rigid. Oleh karena itu pembagian ini lebih tepat jika dilihat sebagai sebuah spectrum saja, bukan sebagai sebuah tipologi yang mapan.

KESIMPULAN

Muhammadiyah melalui berbagai amal usaha dan sumber daya manusia yang dimilikinya harus mampu memberi warna lebih dalam tahun politik 2019 ini. Kemunculan media sosial saat ini seharusnya memunculkan adanya arena ruang publik baru bagi Muhammadiyah sebagai bagian dari kelompok kelas menengah yang ada di Indonesia. Konsep *cyberspace* memberikan tawaran yang baru terhadap gerakan sosial kemasyarakatan untuk melakukan sebuah aksi tanpa menghabiskan tenaga dan biaya yang sangat mahal. *Cyberspace* merupakan dorongan baru bagi adanya deliberasi terhadap nilai-nilai demokrasi yang baru seperti halnya partisipatorisme, voluntarisme, dan egalitarian. Beberapa nilai-nilai demokrasi inilah yang harus diejawantahkan dalam

kehidupan sehari-hari setiap warga negara melalui media sosial yang ada saat ini. Diperlukan sebuah proses yang dialogis dan komunikatif antara setiap *civil society*, sehingga diharapkan kelas menengah di Indonesia menjadi kritis terhadap fenomena politis dan berbagai isu yang berkembang saat ini. Ketika berbagai ruang publik di "dunia nyata" sudah banyak hilang karena berbagai kepentingan, Mulai dari kepentingan individu, golongan sampai dengan kepentingan kapitalisme yang tidak henti-hentinya mempersempit ruang publik untuk berkembang. Maka *cyber space* menawarkan berbagai ruang alternatif yang bisa dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat untuk berekspresi dan berinteraksi.

Perkembangan media informasi dan teknologi sebagai sebuah media baru (*new media*) diharapkan dapat menghasilkan perubahan yang sangat besar dalam pengalaman politik yang terjadi pada masyarakat. *New media* memang diciptakan untuk meningkatkan kecepatan, jangkauan, dan efisiensi komunikasi antar sesama manusia. Selain itu *new media* juga memiliki potensi yang sangat signifikan dalam memperkuat dan meningkatkan mutu demokrasi di Indonesia saat ini. Zaman akan selalu berubah menuju ke arah yang lebih maju dan modern atau yang sering kita sebut dengan era globalisasi. Pada era globalisasi ini media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam merubah kebudayaan manusia dari yang bersifat tertutup ke arah kebebasan diberbagai aspeknya.

Disisi lain globalisasi memiliki dampak yang buruk seperti

moral dan akhlak yang mulai ditinggalkan oleh umat manusia. Begitupun juga terjadi sangat banyak tantangan-tantangan yang harus dihadapi oleh umat Islam yang datang dari berbagai sudut. Tantangan dari kalangan internal umat Islam sendiri sebagai akibat dari perbedaan pendapat dan organisasi serta tantangan dari agama lain yang saling berhimpit untuk berebut umat. Selain itu konflik karena perbedaan pandangan masalah *khilafiyah* juga masih mewarnai kehidupan umat Islam yang ada di Indonesia.

Cyberactivism bagi organisasi Muhammadiyah dalam kehidupan yang demokratis ini harus menjadikan Muhammadiyah sebagai gerakan pengawal setiap kebijakan pemerintah serta menjadi tauladan dalam bijak bermedia sosial. Di era *post-thruth* politik ini media sering diseret oleh beberapa pihak untuk memihak salah satu calon pasangan yang sedang berkontestasi. Oleh karena itu Muhammadiyah melalui berbagai media sosial dan platformnya diharapkan oleh publik dapat memberikan pendidikan politik kepada masyarakat secara umum dan warga Muhammadiyah khususnya. Hal ini dapat terlaksana jika Muhammadiyah memerikan fasilitas melalui sosialisasi program para kandidat dalam rangka meningkatkan partisipasi politik masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya dalam pemilu. Muhammadiyah harus menanamkan dan mensosialisasikan idealismenya kepada para pemimpin yang sedang berkontestasi, agar pemimpin yang terpilih nantinya benar-benar pemimpin yang ideal untuk bangsa Indonesia. Media social

di era digital saat ini memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam *memframing* preferensi politik dari kelompok kalangan kelas menengah yang sebagian adalah warga Muhammadiyah. Dalam media sosial ada sifat *over connected* yang mengindikasikan bahwa kelas menengah kita sebenarnya adalah kelas yang haus akan sirkulasi informasi dari media massa baik cetak maupun elektronik. Media sosial berperan penting dalam mendorong terbentuknya *ciberactivism* kelas menengah Muhammadiyah untuk mengubah karakteristik mereka yang semula apolitis menjadi politis. Sehingga pada akhirnya kajian mengenai *cyberactivism* di Indonesia ini merupakan sebuah kajian yang masih baru, maka perlu banyak pengembangan akademik dan empirik agar kebaruan ide mengenai kajian ini terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abugaza, Anwar. 2013. *Social Media Politica*. Bintaro: Tali Writing & Publishing House.
- Andriadi, Fayakhun. 2016. *Demokrasi di Tangan Netizen*. Jakarta: RM Books.
- Bennet, W. Lance dan Alexandra Segerberg. 2013. *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge University Press.
- Damar, Juniarto. 2016. Mempertimbangkan Internet dalam Gerakan Demokrasi di Indonesia. Diakses di <http://www.politik.lipi.go.id/kolom/kolom-2/politik->

- nasional/1085-mempertimbangkan-internet-dalam-gerakan-demokrasi-di-indonesia.
- Habermas, Jurgen. 2015. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Hardiman, Budi. 2010. *Komersialisasi Ruang Publik menurut Hannah Arendt dan Jurgen Habermas : Ruang Publik*, Yogyakarta : Kanisius.
- Heryanto, Ariel. 1999. "Kelas Menengah yang Majemuk", *Kelas Menengah Bukan Ratu Adil*, ed. Hadijaya. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Jati, Wasisto Raharjo. 2016. *Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014*, dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol 20, No 2, Nov 2016 (147-116).
- Jati, Wasisto Raharjo. 2016. Peran Kelas Menengah Dalam Politik Indonesia : Sebuah Catatan Singkat, Disampaikan pada Forum Diskusi Mahasiswa Pascasarjana FISIP UI, 8 Oktober 2016, di Kukusan Resto, pukul 15.30-selesai).
- McCaughey, Martha & Ayers, Michael, (Eds.). 2003. *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. London: Routledge.
- Sholikin, A. (2018a). Gerakan Politik Islam di Indonesia Pasca Aksi Bela Islam Jilid I, II dan III. *MADANI Journal of Social and Political Science*, 10(1), 12–33.
- Sholikin, A. (2018b). Islamic Political Movement in Indonesia After "Aksi Bela Islam Jilid I, II and III. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(1), 12–33.
- Sholikin, A. (2018c). Perbedaan Sikap Politik Elektoral Muhammadiyah Antara Pusat Dan Daerah. *Polinter*, 3(2).
- Sholikin, A., & Abdul Gaffar Karim, M. A. (2015). Deviasi Sikap Politik Elektoral Muhammadiyah Antara Pusat Dan Daerah (Studi Kasus Sikap Politik Elite Muhammadiyah pada Pilihan Presiden 2014 dan Pilkada 2010 di Sleman dan Maros). Universitas Gadjah Mada.
- Sukmono, Filosa Gita. 2013. *Ruang Publik Alternatif dalam Cyber Space (Geliat Weblog sebagai Online Citizen Journalism)*, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, MAKNA, Vol, 03, No. 02, Agustus 2012-Januari 2013.
- Siregar, Ashadi. 2015. *Ruang Publik Patologis ; Media dan Sukses Kepemimpinan Nasional 2014* dalam *Jurnal Prisma "Media dalam Perubahan Zaman"* No. 1, 2015.
- Senge, M. Asratillah. 2016. Berpikir dengan Jari: Ruang Media dan Ruang Publik, diakses di (<http://www.khittah.co/berpikir-dengan-jari-ruang-media-dan-ruang-publik/7959/>)
- Widodo, Yohanes. "Aksi Massa di Dunia Maya" *Bernas Jogja*, 12-13 Januari 2015
- Young, Kenneth & Tanter, Richard, (Eds.). 1996. *Politik Kelas Menengah Indonesia*. Jakarta: LP3ES.