

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Modernisasi

Menurut J.W. School, dalam (Blackgenesis: 2011) Modernisasi merupakan penerapan pengetahuan ilmiah pada semua kegiatan, bidang kehidupan dan aspek kemasyarakatan. Aspek yang paling menonjol dalam proses Modernisasi adalah perubahan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tinggi

1. Ciri-ciri Manusia Modern

Menurut Alex Inkeles, dalam (Maryati:2001) terdapat 9 (Sembilan) ciri manusia modern yakni:

- a. Memiliki sikap hidup untuk menerima hal-hal baru dan terbuka untuk perubahan.
- b. Memiliki keberanian untuk menyatakan pendapat atau opini mengenai lingkungannya sendiri atau kejadian yang terjadi jauh di luar lingkungannya serta dapat bersikap demokratis.
- c. Menghargai waktu dan lebih banyak berorientasi ke masa depan dari pada masa lalu.
- d. Memiliki perencanaan dan pengorganisasian.
- e. Percaya diri.
- f. Perhitungan.
- g. Menghargai harkat hidup manusia lain.

- h. Percaya pada ilmu pengetahuan dan teknologi.
- i. Menjunjung tinggi suatu sikap di mana imbalan yang diterima seseorang harus sesuai dengan prestasinya dalam masyarakat.

2. Syarat-syarat Modernisasi

Menurut Soerjono Soekanto (1987:137) terdapat beberapa syarat-syarat modernisasi yaitu:

- a. Cara pikir yang ilmiah yang sudah melembaga dan tertanam kuat dalam kalangan pemerintah maupun masyarakat luas.
- b. Sistem administrasi Negara yang baik dan benar-benar mewujudkan birokrasi.
- c. Sistem pengumpulan data yang baik, teratur dan terpusat pada suatu lembaga atau Badan tertentu seperti BPS (Biro Pusat Statistik).
- d. Penciptaan iklim yang menyenangkan terhadap modernisasi terutama media massa.
- e. Tingkat organisasi yang tinggi, terutama disiplin diri.
- f. Sentralisasi wewenang dalam perencanaan sosial yang tidak mementingkan kepentingan pribadi atau golongan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian modernisasi adalah proses perubahan sosial dimana masyarakatnya sedang memperbaharui dirinya dengan cara mendapatkan ciri-ciri dan memenuhi syarat-syarat sebagai masyarakat modern.

B. Tinjauan Tentang Situs Jejaring Sosial

1. Pengertian Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh Profesor J.A. Banes pada 1954 (Irfano: 2010).

Situs jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll (M.Nobby: 2012)

Berdasarkan dua penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian jejaring sosial adalah struktur sosial yang dibentuk oleh individu atau komunitas yang mempunyai maksud dan tujuan untuk berhubungan baik karena kesamaan nilai, visi, ide atau yang lainnya.

2. Jenis / Macam Jejaring Sosial

Diera modern saat ini terdapat berbagai jenis / macam jejaring sosial di dunia maya.

Menurut Wibowo (2013) terdapat lebih dari 30an jenis / macam jejaring sosial. Berikut ini merupakan 20 jenis / macam jejaring sosial paling populer di tahun 2012 versi *Silverpop* (dalam Ibnu Aziz, 2012) :

Gambar 1. Macam-macam jejaring sosial



(Sumber: <http://febriirawanto.blogspot.com/2012/01/kumpulan-nama-nama-jejaring-sosial.html>. Diunduh, 11 Oktober 2013).

1. Facebook

Jejaring sosial ini memiliki 1 miliar pengguna. Terbesar di jagad raya ini untuk urusan pengguna. *Facebook* bukan hanya jejaring sosial, Mark Zuckerberg menyuntikan beberapa *platform* lain di situs ini

2. Twitter

Microblogging ini memiliki setengah miliar pengguna atau hampir setengah pengguna *Facebook*. Didirikan tahun 2006, *Twitter* cepan mendapat hati di kalangan netizen khususnya pengguna *mobile*.

3. Google+

Google pun tergiur ikut terjun di jejaring sosial. Kini media sosial ini memiliki 400 juta pengguna. *Google+* terkenal dengan fitur Hangout-nya.

4. Weibo

Weibo atau *Sina Weibo* didirikan Agustus 2009. Saat ini memiliki 300 juta pengguna. *Weibo* sering disebut sebagai *Twitter*-nya China.

5. RenRen

Jika AS memiliki *Twitter*, China memiliki *Sina Weibo*. Di China juga memiliki *Facebook* sendiri, yakni *RenRen*. Didirikan Desember 2005, *RenRen* kini memiliki 250 juta pengguna.

6. LinkedIn

Jejaring sosial ini dikenal sebagai jejaring sosial pekerja profesional. Menghubungkan antar profesional maupun dengan *brand* atau perusahaan. Kini memiliki 175 juta pengguna.

7. Badoo

Didirikan tahun 2006, *Badoo* kini memiliki 100 juta pengguna. Jejaring sosial ini sering disebut sebagai *sosial discovery website*.

8. Instagram

Jejaring sosial ini memiliki harga fantastis, 1 miliar dolar. Tak hanya sebuah jejaring sosial, *Instagram* juga sebagai aplikasi pengolah gambar. Saat ini memiliki 100 juta pengguna.

9. Yelp

Yelp sering disebut jejaring sosial berbasis lokasi. Pengguna tak jarang mendapatkan rekomendasi lokasi dari jejaring sosial ini. Saat ini memiliki 84 juta pengguna.

10. Tumblr

Jejaring sosial ini masuk ke ranah blog. Tak kalah bersaing dengan *platform* blog lain macam *WordPress* maupun *Blogger*. Saat ini memiliki 81 juta pengguna.

11. Flickr

Situs berbagi foto ini kini memiliki 75 juta pengguna. *Flickr* masih digunakan di kalangan pecinta fotografi.

12. Orkut

Tak banyak yang tahu jika *Orkut* adalah jejaring sosial lain milik *Google*. Meski jumlah penguanya tak banyak, setidaknya mampu menarik 66 juta pengguna.

13. MySpace

MySpace masih memiliki gaung dengan 25 juta pengguna. Kini mereka lebih fokus ke ranah *sosial music*.

14. Foursquare

Jejaring sosial berbasis lokasi ini kini memiliki 25 juta pengguna. Kini jejaring sosial tersebut mampu menembus 3 miliar *check-in*.

15. Pinterest

Jejaring sosial ini tergolong baru. Namun mampu menarik 25 juta pengguna saat ini. *Pinterest* sering disebut situs pin *online*.

16. Soundcloud

Soundcloud sering disebut sebagai jejaring sosial berbasis audio. Didirikan bulan Agustus 2007, kini jejaring sosial tersebut memiliki 20 juta pengguna.

17. XING

Serupa dengan *LinkedIn*, *XING* juga kerap digunakan di kalangan profesional pekerja. Saat ini memiliki 12 juta pengguna.

18. Friendster

Sempat menjadi primadona, Friendster kini fokus ke ranah *sosial game*. Kini *Friendster* memiliki 8,2 juta pengguna.

19. Path

Disebut sebagai *smart journal online*, *Path* tetap menghubungkan pengguna dengan keluarga, kerabat, dan sahabat. Saat ini memiliki 5 juta pengguna.

20. GetGlue

Miliki 3 juta pengguna, *GetGlue* sempat populer di Indonesia beberapa waktu yang lalu. Kini namanya tenggelam dan jarang terdengar lagi.

C. Jejaring Sosial (*Twitter*)

1. Pengertian *Twitter*

Menurut Arintonang (2012) *Twitter* adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter Inc.*, yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog (Mikroblog adalah suatu bentuk blog yang memungkinkan penggunaannya untuk menulis teks pembaharuan singkat yang biasanya kurang dari 200 karakter dan mempublikasikannya, baik untuk dilihat semua orang atau kelompok terbatas yang dipilih oleh pengguna tersebut).

Definisi *Twitter* menurut Fauzi (2010) adalah jaringan sosial mikro blogging yang mengizinkan penggunaannya untuk membaca dan mengirim *posting/updates* yg biasa di sebut kicauan (*tweets*) namun terbatas pada 140 karakter saja, oleh karena itu di sebut *micro*.

Berdasarkan dua penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *Twitter* adalah sebuah situs web yang mengijinkan penggunanya untuk membaca dan mengirim *posting/update* keseluruh pengguna lain yang dipilih oleh pengguna tersebut maksimal secara 140 karakter.

2. Sejarah Perkembangan *Twitter*

Twitter sebenarnya di perkenalkan oleh Jack Dorsey dan rekan-rekannya seperti Biz Stone, dan Evan Williams pada tahun 2006.

Gambar 2. Para Pendiri *Twitter*.



(Sumber : <http://www.idewp.com/id/sejarah-Twitter-dan-penemunya-jack-dorsey.html> diunduh, 11 Oktober 2013)

Sejak diluncurkan, *Twitter* telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan “pesan singkat dari Internet”. Di *Twitter*, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa memosting kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler.

Twitter mengalami pertumbuhan yang pesat dan dengan cepat meraih popularitas di seluruh dunia. Hingga bulan Januari 2013, terdapat lebih dari 500 juta pengguna terdaftar di *Twitter*, 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Lonjakan penggunaan *Twitter* umumnya berlangsung saat terjadinya peristiwa-peristiwa populer. Pada awal 2013, pengguna *Twitter* mengirimkan lebih dari 340 juta kicauan per hari, dan *Twitter* menangani lebih dari 1,6 miliar permintaan pencarian per hari. Hal ini menyebabkan posisi *Twitter* naik ke peringkat kedua sebagai situs jejaring sosial yang paling sering dikunjungi di dunia, dari yang sebelumnya menempati peringkat dua puluh dua.

Tingginya popularitas *Twitter* menyebabkan layanan ini telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek, misalnya sebagai sarana protes, kampanye politik, sarana pembelajaran, dan sebagai media komunikasi darurat. *Twitter* dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter, Inc.*, yang berbasis di San Francisco, dengan kantor dan server tambahan terdapat di New York City, Boston, dan San Antonio. (Sumber: <http://www.idewp.com/id/sejarah-Twitter-dan-penemunya-jack-dorsey.html> diakses, 11 Oktober 2013).

3. Tahap Interaksi dalam Media Sosial (*Twitter*)

Berikut ini merupakan tahap-tahap interaksi dalam media sosial (*Twitter*) :

1. Memiliki akun *Twitter*, jika ingin menggunakan *Twitter* tentu saja harus memiliki akun *Twitter* dengan cara mendaftarkan melalui email di <http://Twitter.com>. Jika belum paham silahkan baca dulu petunjuknya terlebih dahulu.

2. Atur Profil *Twitter*, Langkah ini sebenarnya bisa di lewati, namun ada baiknya mengisi dulu mulai biodata dan foto profil *Twitter*. Hal ini bertujuan agar nantinya pemilik akun memiliki identitas yang menjadi ciri khas dan orang pun tidak segan untuk mem-*Follow*.

3. Menulis *Tweet*, *Tweet* itu sama halnya dengan status di *Facebook* yang mana apa yang ditulis akan dibaca juga orang yang mengikuti (*followers*). Batas kata dalam menulis *tweet* ini sekitar 140 karakter. Namun tidak harus hanya menulis status kata-kata saja, bisa juga memasukan link artikel menarik yang sekiranya bermanfaat untuk *follower*.

4. Berdiskusi membahas topik tertentu, ketika ingin membahas suatu topik yang sedang dibahas juga oleh pengguna lain maka kita bisa memanfaatkan hastag (#) yaitu simbol pagar. Misalnya membahas tentang liga inggris " *#HasilLigaInggris MU menang telak cuy..* " Maka *tweet* yang dibuat juga akan dilihat pengguna *Twitter* lain yang membahas topik sama dengan hastag *#HasilLigaInggris*. Sumber

(<http://www.mint.web.id/2013/01/cara-menggunakan-Twitter.html>. diakses pada 11 Oktober 2013)

4. Istilah-istilah pada *Twitter* :

1. *Follower*: istilah *follower* dalam bahasa disebut pengikut yaitu orang yang mengikuti/*follow*, maka yang menjadi *follower* akan menerima *update* dari *tweet* yang ditulis.
2. *Following*: istilah *following* dalam bahasa artinya mengikuti yaitu orang yang sedang dikuti akun *Twitter*nya. Jika mengikuti akun *Twitter* seseorang, maka *Twitter* pun akan mendapat *update* status secara langsung dari akun *Twitter* yang diikuti .
3. *Reply*: istilah *replay* ini dalam bahasa artinya balasan. Jika ingin merespon atau membalas sebuah *tweet* orang yang ikuti maka cukup klik '*Reply*'.
4. *ReTweet*: istilah *ReTweet* seperti bahasa asalnya yang diawali dengan *Re* artinya mengulang. Istilah ini bahasa karenanya disingkat RT. Biasanya orang melakukan RT ini berpendapat bahwa *Tweet* orang tersebut bermanfaat/ penting/ keren / dan ingin membaginya dengan *followernya*.
5. @ : istilah tersebut disebut juga *Mention* dengan tanda @ ini berfungsi untuk memberikan pesan atau seruan yang ditujukan pada pengguna *Twitter* tertentu yang merupakan *follower*. Contoh

@Merahnews diharap datang membawa cemilan di *basecamp*, yang mana pesan tersebut ditujukan pada pengguna dengan ID Merahnews.

6. # : istilah *Hastag* dengan simbol # yaitu untuk berdiskusi dan membahas topik yang sama.

7. *Direct Message*: istilah ini juga disebut DM, yang berfungsi untuk mengirim pesan secara pribadi pada inbox pengguna *Twitter* lain. DM ini bersifat privasi atau pribadi jadi yang mengetahui hanya pengirim dan yang dikirim saja.

8. *Trending Topic*: istilah ini merupakan istilah pada topik atau isu yang sedang *booming* ramai dibahas di *Twitter*, bisa secara global di dunia atau trending di negara sendiri saja tergantung pada pengaturan untuk menampilkan trending topik global atau regional.

9. *Favorites*: istilah ini merupakan fitur baru *Twitter* yang bermanfaat untuk menyimpan *tweet* agar tidak hilang yang dapat dibuka sewaktu-waktu.

10. *Connect* : istilah merupakan fitur baru *Twitter Connect* yang berfungsi untuk mengetahui segala aktifitas yang terjadi di *Twitter*, mulai dari mention, *retweet*, *tweet* favorit, orang yang mem-*follow*, dan interaksi dengan pengguna *Twitter* lain.

11. *Discover* : merupakan fitur untuk mengikuti perkembangan yang sedang menjadi topik hangat atau yang menjadi trending topic, baik bersekala internasional maupun regional semisal di Indonesia saja.

12. *Embed tweet on your websites* : Fitur sangat bermanfaat untuk yang aktif di dunia blogging. Fungsinya untuk memasukan foto dan video yang berasal dari *Twitter* ke website atau blog dengan script dari *Twitter*, tidak jauh berbeda seperti memasukan video Youtube ke website/ blog. Sumber (<http://www.mint.web.id/2013/01/cara-menggunakan-Twitter.html>. diakses pada 11 Oktober 2013)

D. Pengertian Dunia Maya dan Masyarakat Maya (*Cybercommunity*)

Bila memaknai dunia maya berdasarkan pengertian dari kata "maya", memang bisa jadi dunia maya itu dapat dianggap sebagai dunia yang tidak nyata atau dunia hayal. Padahal apabila dipahami lebih dalam, justru pengertian dunia maya mengandung makna yang lebih luas dari hanya sekedar bayang-bayang semu atau hayalan. Dunia maya yang dimaksud dalam pengertian ini adalah sebutan dari istilah lain yang disebut internet.

Sementara pengertian dari internet itu sendiri, yang merupakan kependekan dari *interconnected-networking*, ialah suatu sistem yang dioperasikan dengan perangkat berupa rangkaian komputer, *laptop*, *smartphone* atau sebagainya yang terhubung di dalam beberapa rangkaian yang digunakan sebagai sarana untuk melakukan interaksi dan komunikasi bagi orang-orang yang menggunakannya layaknya di kehidupan dunia nyata.

Didalam kehidupan dunia maya, tentunya ada yang disebut sebagai masyarakat maya, merupakan dunia nyata bagi individu yang dapat mengakses internet dan

memanfaatkannya, revolusi terhadap sebuah perubahan masyarakat nyata. Masyarakat maya, adalah sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung di indera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas (Wello dan Ibrahim, 2009).

E. Pengertian Gerakan Sosial

Menurut Giddens (dalam Putra, dkk, 2006) gerakan sosial adalah suatu upaya kolektif untuk mengejar suatu kepentingan bersama, atau gerakan untuk mencapai tujuan bersama melalui suatu tindakan kolektif di luar lingkup lembaga-lembaga yang mapan.

Sztompka (1994) memberikan batasan definisi gerakan sosial. Menurutnya, gerakan sosial harus memiliki empat kriteria, yaitu : *pertama*, adanya kolektivitas; *kedua*, memiliki tujuan bersama, yaitu mewujudkan perubahan tertentu dalam masyarakat mereka yang ditetapkan partisipan menurut cara yang sama. *Ketiga*, kolektivitasnya relatif tersebar namun lebih rendah derajatnya daripada organisasi formal. *Keempat*, tindakannya memiliki derajat spontanitas tinggi namun tidak terlembagakan bentuknya tidak konvensional.

Blumer (dalam Farley, 1992) menyatakan bahwa sebuah gerakan sosial dapat dirumuskan sebagai sejumlah besar orang yang bertindak bersama atas nama sejumlah tujuan atau gagasan. Gerakan sosial ini biasanya melibatkan cara-cara yang tidak terlembagakan, seperti pawai, demonstrasi protes, untuk mendukung

atau menentang suatu perubahan sosial. Gerakan-gerakan sosial melibatkan orang yang jumlahnya cukup banyak dan biasanya berlanjut untuk rentang waktu yang cukup panjang.

Menurut Nanang Martono (2012) Gerakan sosial menurut wujud keanggotaannya dapat diklasifikasikan menjadi dua. Pertama, gerakan sosial abstrak, yaitu gerakan sosial yang anggota atau pengikutnya tidak terbentuk secara fisik, namun tetap memiliki anggota. Tipe gerakan sosial hampir selalu memanfaatkan dunia maya (internet) untuk menjaring anggota. Melalui situs internet tersebut, setiap individu dapat “mendaftarkan diri” sebagai anggota gerakan yang dimaksud. Kedua, gerakan sosial kongkret, yaitu gerakan yang para anggotanya dapat ditemukan secara fisik. Domisili anggotanya juga dapat diketahui. Gerakan sosial ini merupakan gerakan sosial yang konvensional.

Dari ketiga definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gerakan sosial merupakan suatu upaya kolektif untuk bertindak bersama atas nama tujuan dan gagasan.

1. Faktor Penyebab Gerakan Sosial

Teori gerakan sosial dari disiplin sosiologi lebih melihat faktor masyarakat daripada individunya. Terdapat dua teori yang menjelaskan munculnya gerakan sosial. *Pertama*, teori deprivasi relative (*relative deprivation theory*) konsep ini dikembangkan oleh Stouffer. Menurut teori ini, seseorang merasa kecewa

karena adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan. *Kedua*, teori mobilisasi sumber daya (*resource mobilization theory*). Teori ini menjelaskan mengenai pentingnya pendayagunaan sumber daya secara efektif dalam menunjang gerakan sosial, karena gerakan sosial yang berhasil memerlukan organisasi dan taktik yang efektif.

F. Faktor Penyebab Penggunaan *Twitter* Pada Gerakan Sosial

Menurut Martono (289 : 2012) ada 4 faktor Penggunaan *Twitter* yang menurutnya selalu menjanjikan :

1. Kemudahan, seseorang tidak perlu susah-susah menghubungi sanak keluarganya di luar kota / negeri dengan menghabiskan pulsa, cukup dengan menggunakan *Twitter* untuk saling bertanya kabar dan melepas rindu.
2. Popularitas, banyak artis dadakan ataupun yang penuh kontroversi yang sangat terkenal melalui *Twitter* contohnya farhat abbas S.H.
3. Serta peningkatan produktivitas, beberapa perusahaan dan gerakan sosial memanfaatkan *Twitter* untuk menghemat anggaran dan meningkatkan keuntungan secara berlipat.
4. *Twitter* merupakan simbol kemajuan, seseorang tidak akan ketinggalan informasi mana kala menggenggam sebuah teknologi.

G. Dampak Penggunaan *Twitter* Pada Gerakan Sosial

1. Dampak Positif Penggunaan *Twitter* Pada Gerakan Sosial

Ada beberapa dampak positif penggunaan *Twitter*, menurut (Danny Hartoyo, 2012) terdapat 3 macam dampak positif penggunaan *Twitter* :

a. Sebagai media penyebaran informasi

Informasi yang *up to date* sangat mudah menyebar melalui *Twitter*. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, informasi tersebut dapat dinikmati. Ini sangatlah bermanfaat, sebagai manusia yang hidup di era digital seperti sekarang ini. Cakrawala dunia serasa berada dalam gengaman.

b. Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial

Mengasah keterampilan teknis dan sosial merupakan kebutuhan yang wajib dipenuhi agar bisa bertahan hidup dan berada dalam neraca persaingan di era modern seperti sekarang ini. Hal ini sangatlah penting, tidak ada batasan usia, semua orang butuh untuk berkembang.

c. Memperluas jaringan pertemanan

Dengan menggunakan *Twitter*, semunya bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum dikenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia. Kelebihan ini bisa dimanfaatkan untuk menambah wawasan, bertukar pikiran, saling mengenal budaya dan ciri khas daerah masing-masing, dll. Hal ini dapat pula mengasah kemampuan berbahasa seseorang.

Dari rangkuman penjelasan diatas, timbul manfaat lain seperti gerakan sosial berbasis *online* dari jejaring sosial termasuk *Twitter*. Gerakan sosial yang dimaksud adalah suatu upaya kolektif untuk mengejar suatu kepentingan seperti Darah Untuk Lampung untuk penderita penyakit *Thalasemia* dan Rumah Baca Asma Nadia Lampung bagi pendidikan kaum dhuafa.

Berikut ini merupakan salah satu contoh dari manfaat positif jejaring sosial :

Gambar 3. Ilustrasi koin untuk prita



(Sumber : <http://kenkuzuma.blogspot.com/2011/09/perkembangan-internet-di-indonesia.html>, diakses 5 Januari 2014)

Lewat jejaring sosial seperti *Facebook*, orang bisa begitu mudah menjadi aktivis, mengusung isu sosial, mempropagandakannya dan berharap mendapat banyak dukungan. Ini semua lebih hemat tenaga, waktu dan biaya. Ada gerakan pembebasan Prita Mulyasari, salah seorang pasien Rumah Sakit OMNI yang dipenjara karena menulis surat keluhan melalui internet.

Prita, yang dituding telah melakukan pencemaran nama baik terhadap RS OMNI, rupanya menarik simpati banyak orang. Perjuangan grup 'DUKUNGAN BAGI IBU PRITA MULYASARI, PENULIS SURAT KELUHAN MELALUI INTERNET YANG DIPENJARA' terus berlanjut tatkala Pengadilan Tinggi Banten mengharuskan ibu dua anak itu membayar denda Rp 204 juta. Vonis denda ini membuahkan grup dan gerakan yang bertajuk 'Koin untuk Prita'. Hasilnya sangat baik, banyak masyarakat yang tersentuh dan bergabung dengan grup ini lalu mengumpulkan koin untuk membantu Prita. Bahkan pihak RS OMNI pun mencabut gugatan perdatanya terhadap Prita Mulyasari.

Kemudian juga ada sebuah gerakan yang dipandang cukup spektakuler dan berhasil mampu menghimpun massa jutaan orang bahkan tidak hanya sebuah gerakan didunia maya tetapi juga gerakan didunia nyata tepat di Hari Anti Korupsi Se Dunia para member ataupun anggota yang tergabung dalam group 'Gerakan 1.000.000 *Facebookers* Dukung Chandra Hamzah & Bibit Samad Riyanto' turun kejalanan dan melakukan aksi damai.

Berdasarkan survei dengan tingkat kepercayaan 95%, sampling error +/- 3,3% ini, mayoritas pengguna internet (91%) terhubung ke situs jejaring sosial dan menganggap bahwa jejaring sosial bermanfaat. Demikian hasil survei yang dilakukan Masyarakat Internet Indonesia (Master). Survei menggunakan kuesioner, baik wawancara langsung maupun melalui internet (email dan jejaring sosial) dari 5 Januari hingga 5 Maret 2010 di Jakarta, Bandung,

Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Makassar, Balikpapan, Denpasar dan Batam. (*anastasyatheis : 2010*)

2. Dampak Negatif Penggunaan *Twitter* Pada Gerakan Sosial

Selain dampak positif tentunya ada dampak negatif dari penggunaan *Twitter* pada gerakan sosial. Menurut Kuroneko (2013) terdapat empat dampak negatif dari penggunaan *Twitter* pada gerakan sosial, yaitu :

1. Pola kehidupan konsumtif : keinginan untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang sebenarnya kurang diperlukan dan dilakukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.
2. Sikap individualistik : Tidak peduli atau acuh terhadap individu lain disekitarnya.
3. Gaya hidup kebarat-baratan : melakukan segala sesuatunya berkiblat pada budaya barat yang bertentangan dengan adat ketimuran. Contohnya pada akun *@RemajaGayIndo* yang mengajak para *follower*nya untuk menuntut kebebasan seluas-luasnya dengan cara menghalalkan pasangan sesama jenis untuk menikah dan saling berhubungan (<https://Twitter.com/RemajaGayIndo>, diakses 20 Januari 2014).
4. Kesenjangan sosial : suatu keadaan ketidakseimbangan social yang ada dalam masyarakat yang menjadikan suatu perbedaan yang sangat mencolok.

H. Landasan Teori

Landasan Teori (Grounded theory) ini dipresentasikan pertama kali oleh Glaser dan Strauss dalam bukunya yang berjudul *The Discovery of Grounded Theory* (1967). Para peneliti dalam lapangan-lapangan praktisi seperti pendidikan, kerja sosial, dan perawatan telah semakin menggunakan prosedur *grounded theory* ini sendiri atau dalam hubungannya dengan metodologi-metodologi yang lain (Denzin & Lincoln, 1998:163).

Terdapat dua landasan teori yang sesuai dengan judul penelitian “Fenomena Gerakan Sosial *Twitter*”. Yang pertama, menurut (Effendy, 2000:289) pendekatan *uses and gratifications* ditunjukkan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu.

Pendekatan *uses and gratifications* memberikan alternatif untuk memandang pada hubungan antara isi media dan *audience*, penggunaan isi media menurut fungsinya. Meskipun masih diragukan adanya satu atau beberapa model *uses and gratifications*: (1) Kondisi sosial seseorang menyebabkan adanya (2) kebutuhan, yang menciptakan (3) harapan-harapan terhadap (4) media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada (5) perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya akan menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya.

Yang kedua adalah teori gerakan sosial baru (GSB), yang didalamnya terdapat teori mobilisasi sumber daya. Menurut Cohen, teori ini merupakan teori yang mengawali tesis GSB dengan menolak penekanan pada peran “perasaan” dan “penderitaan” serta pemanfaatan kategori-kategori psikologisasi dalam menjelaskan GSB. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa gerakan kontemporer menyaratkan sebuah komunikasi dan organisasi yang canggih, daripada keberadaan gerakan sosial lama. GSB merupakan sebuah system mobilisasi yang terorganisir secara rasional (Martono, 2012 : 243).

Berdasarkan penjelasan dua teori diatas yaitu teori *use and gratification* serta teori gerakan sosial baru (GSB) maka kedua teori ini sesuai dengan penelitian fenomena gerakan sosial *Twitter* di komunitas Darah Untuk Lampung dan Rumah Baca Asma Nadia Lampung yang akan diteliti.

I. Kerangka Pikir

Diera modernisasi saat ini akibat perkembangan dibidang teknologi informasi dapat dengan mudah ditemukan berbagai macam jejaring sosial yang ada di sekitar masyarakat. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang dibentuk oleh individu atau komunitas yang mempunyai maksud dan tujuan untuk berhubungan baik karena kesamaan nilai, visi, ide atau yang lainnya.

Terdapat salah satu produk dari jejaring sosial yaitu *Twitter* yang mempunyai pengertian sebuah situs web yang mengijinkan penggunaanya untuk membaca

dan mengirim *posting/update* keseluruhan pengguna lain yang dipilih oleh pengguna tersebut maksimal secara 140 karakter.

Dari munculnya jejaring sosial *Twitter* terdapat pula masyarakat maya (*Cybercommunity*) yang mempunyai makna adalah sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung di indera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas.

Didalam perkembangannya terdapat faktor penyebab gerakan sosial melalui *Twitter* yang dilakukan oleh *cybercommunity* yaitu kemudahan, popularitas, peningkatan produktivitas, serta mendapat pengakuan sebagai individu yang mengikuti zaman.

Setelah uraian faktor penyebab dari gerakan sosial di *Twitter*, muncul pelaksanaannya yaitu Darah Untuk Lampung dan Rumah Baca Asma Nadia Lampung yang berdampak positif pada masyarakat.

Secara umum terdapat dampak positif penggunaan *Twitter* pada gerakan sosial yaitu sebagai penyebaran informasi, mengembangkan keterampilan dan sosial, memperluas jaringan pertemanan. Selain dampak positif terdapat dampak negatif penggunaan *Twitter* pada gerakan sosial yaitu pola kehidupan konsumtif, sifat individualistik, gaya kebarat-baratan, kesenjangan sosial.

J. Skema Kerangka Pikir

