



Tunda Pilkada: Apakah Advokasi Digital Berhasil Mempengaruhi Proses Pembuatan Kebijakan?

Postponing Pilkada: Has Digital Advocacy Successfully Influenced the Policy Making Process?

Firda Aulia^{1*} dan Bevaola Kusumasari²

- ¹ Departemen Manajemen dan Kebijakan Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia. *E-Mail*: firda.a@mail.ugm.ac.id
² Departemen Manajemen dan Kebijakan Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia. *E-Mail*: bevaola@ugm.ac.id
* Penulis Korespondensi

Article Info

Article History

Received

27 Dec 2022

Revised

27 April 2022

Accepted

29 April 2022

Keywords:

digital advocacy,
policy formulation,
postponing pilkada,
social network
analysis

Kata kunci:

advokasi digital,
analisis jejaring
social, formulasi
kebijakan, tunda
pilkada

Abstract: Digital advocacy is an expanding and intriguing study. This study aims to identify in deep relation to the actor, process, and effectiveness of digital advocacy in the simultaneous case of delayed regional elections in 2020 through the collective action of using the hashtag on Twitter. The study uses mixed research methods by combining social-network analysis approach to mapping the actors and message then qualitative content analysis approach to analyze a social-based advocacy model and identify the failure of digital advocacy. Data used for a tweet related to the “Tunda Pilkada” hashtag taken from March 15 to December 8, 2020. The study found tha collective acton is driven by individuals, not advocacy groups. The use of hashtag is effective in reaching out, build connections, and mobilizing the public. This study also succeeded in discovering the failure of digital advocacy resulting from a variety of internal and external factors.

Abstrak: Advokasi digital menjadi penelitian yang sedang berkembang dan menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara mendalam terkait aktor, proses, dan efektivitas advokasi digital pada kasus penundaan pilkada serentak pada 2020 melalui aksi kolektif melalui pemanfaatan tagar di *Twitter*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran dengan menggabungkan pendekatan analisis jejaring sosial untuk memetakan aktor dan pendekatan analisis isi pesan secara kualitatif untuk menganalisis model advokasi berbasis media sosial serta mengidentifikasi kegagalan dari advokasi digital. Data merupakan pesan berupa tweet yang berkaitan dengan tagar “Tunda Pilkada” yang diambil dari 15 Maret hingga 8 Desember 2020. Penelitian ini menemukan bahwa aksi kolektif digerakkan oleh individu, bukan kelompok advokasi. Kemudian, penelitian juga membuktikan bahwa penggunaan tagar efektif dalam menjangkau publik, membangun koneksi, dan memobilisasi publik. Penelitian ini juga berhasil menemukan kegagalan advokasi digital yang diakibatkan oleh berbagai faktor, baik dari internal maupun eksternal.

PENDAHULUAN

Demokrasi dimaknai sebagai kendaraan untuk menggapai kepentingan bersama dimana partisipasi menjadi bahan bakarnya. Namun, pada kenyataannya, proses kebijakan tidak selalu berjalan sesuai harapan dan produknya tidak mampu memenuhi hak-hak rakyat. Oleh karena itu, partisipasi publik menjadi jejaring pada tahap perumusan kebijakan untuk memberi kontribusi bagi perubahan tujuan melalui aktor-aktor yang membawa nilai-nilai dan kepentingan (Suwitri, 2008). Dengan begitu, advokasi kebijakan bermain peran dalam siklus formulasi kebijakan yang diupayakan oleh individu ataupun kelompok untuk menyeimbangkan peran demi mewujudkan kepentingan bersama, khususnya kepentingan rakyat.

Studi mengenai advokasi seringkali dibahas dalam lingkup hukum dan kebijakan publik melalui studi kasus. Terdapat dua jenis advokasi, yaitu advokasi kasus yang berfokus untuk membantu seseorang mendapatkan hak layanan sosial; dan advokasi kelas yang merujuk pada pemenuhan hak atas nama kelas atau sekelompok (masyarakat) melalui upaya perubahan kebijakan publik (Sheafor & Horejsi, 2014; DuBois & Miley, 2005; Suharto, 2006). Seiring berkembangnya zaman, cara mengadvokasikan isu kebijakan mengalami perubahan berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Media tersebut bukan lagi sekadar wadah penyimpanan informasi, tetapi menjadi tempat jaringan sosial yang membentuk suatu wacana di media sosial melalui sebuah interaksi, persepsi, dan sentimen (Sawmiller, 2010; Kimball & Kim, 2013; Gurajala et al., 2019). Kehadiran internet dan media sosial menjadi alat yang efektif untuk membentuk jejaring sosial berkat modal algoritma miliknya sehingga hal ini

turut memudahkan advokasi. Selanjutnya, advokasi berbasis media sosial tak jarang dipahami sebagai advokasi digital, advokasi *online*, dan *cyber-advocacy*.

Studi teknologi informasi dan komunikasi telah menunjukkan perhatian pada perkembangan media baru yang mengubah sifat pekerjaan advokasi tradisional, baik secara langsung dengan melobi atau secara tidak langsung melalui mobilisasi akar rumput dan edukasi publik (Saxton et al., 2015). Kini, advokasi telah berevolusi dengan memanfaatkan media baru. Penelitian terhadap kelompok advokasi di Amerika Serikat turut membuktikan bahwa media sosial menjadi alat yang efektif dalam mendorong keterlibatan masyarakat dan terbentuknya aksi kolektif berkat kemampuannya dalam memfasilitasi komunikasi politik (Obar et al., 2012). Di Indonesia, studi mengenai advokasi digital juga telah mengalami peningkatan, khususnya untuk menyelesaikan konflik dan masalah publik. Penelitian tersebut di antaranya mengenai gerakan sosial untuk memengaruhi penyusunan agenda pemerintah dan formulasi kebijakan permukiman di Indonesia (Alifiarry & Kusumasari, 2021), aktivisme digital untuk mengadvokasikan isu kekerasan berbasis gender (Ratnasari et al., 2020), dan advokasi siber untuk membangun kesadaran publik mengenai isu lingkungan (Susanto & Thamrin, 2021). Beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Twitter* menjadi media sosial yang paling banyak diteliti. Ini dikarenakan *Twitter* dapat diakses lebih luas dibanding media sosial lain (*Facebook* dan *Instagram*) yang memungkinkan pesan kampanye atau opini di *Twitter* dapat menyebar ke media sosial lain (Stier et al., 2018).

Internet dan media sosial menjadi bagian aktivitas dan proses perubahan sosial serta politik secara umum

(Dahlgren, 2015), tak terkecuali dalam menangkap dinamika pengambilan kebijakan publik sebuah negara. Dengan demikian, advokasi digital menjadi diskursus yang menarik untuk diteliti melalui variasi kasus. Terdapat kasus yang belum pernah diteliti sebelumnya, yaitu aksi kolektif di media sosial dalam mengadvokasikan kebijakan penundaan pemilihan kepala daerah (Pilkada) pada 2020 ketika Pandemi Covid-19 sedang berlangsung. Kasus ini menarik karena advokasi penundaan pilkada memiliki desakan publik yang besar di media sosial dalam waktu yang lama, tetapi mengalami kegagalan dalam memengaruhi kebijakan pilkada. Penelitian terdahulu mengatakan bahwa media sosial selain dapat membantu advokasi digital juga dapat menciptakan “*blind spots*” yang akan mengaburkan visi sebuah gerakan dan menunjukkan kegagalan (Scott, 2021). Melalui kasus tersebut, peneliti berargumen bahwa tidak semua advokasi digital memiliki pengaruh efektivitas dalam memengaruhi proses kebijakan.

Secara fundamental, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi secara mendalam terkait aktor, proses, dan efektivitas advokasi digital pada kasus penundaan pilkada serentak yang dilakukan aksi kolektif melalui memanfaatkan tagar di *Twitter*. Penelitian ini diharapkan memberikan sudut pandang baru mengenai advokasi digital dan keterlibatan rakyat pada proses politik di Indonesia, khususnya pada proses pengambilan kebijakan. Selain itu, penelitian diharapkan dapat menjadi referensi kebijakan kepada Pemerintah Pusat, Dewan Perwakilan Rakyat serta institusi yang berwenang dalam mengatur pemilihan kepala daerah di tengah peristiwa bencana global non alam.

Sebelum masuk pada penjabaran konsep aksi kolektif di media sosial, peneliti menyoroti adanya perdebatan mengenai gerakan sosial dan aksi kolektif sebagai dua hal dengan perbedaan yang samar. Gerakan sosial adalah salah satu bentuk aksi kolektif dalam menyuarakan keluhan, ketidaksetaraan, dan menuntut hak kesejahteraan diri sendiri maupun orang lain melalui aksi protes secara kolektif (Snow et al., 2008; Horn, 2013). Meski keduanya diakui sebagai sumber perubahan sosial, secara konseptual, gerakan sosial memiliki perbedaan dengan aksi kolektif. Gerakan sosial berevolusi menjadi lebih kompleks, formal, dan melembaga; didorong oleh tujuan jangka panjang; dan berkembang menjadi kelompok kepentingan bahkan partai politik (Snow et al., 2008; Chesters & Welsh, 2006; Fuchs, 2006; Rao et al., 2000). Aksi kolektif menghubungkan publik kepada referensi isu secara lebih luas dengan cakupan yang terbatas, seperti kampanye yang bersifat isu tunggal dan memiliki kerangka waktu yang terbatas (Porta, 2020). Kerangka aksi kolektif dimotori oleh pemikiran individu yang kemudian ide tersebut tersebar dan terinterpretasi keseluruhan gerakan (Miranda et al., 2016). Ini sering juga disebut sebagai aksi kolektif tanpa pemimpin (Margetts et al., 2013).

Dalam penelitian ini, terminologi aksi kolektif menjadi konsep yang cocok dengan kasus penundaan pilkada dengan cakupannya yang terbatas, dan gerakannya bukan dimotori oleh suatu organisasi formal, melainkan koalisi masyarakat sebagai gabungan individu dan kelompok secara kolektif. Dengan kata lain, penelitian ini menganalisis keterlibatan publik pada jejaring sosial aktor advokasi menggunakan konsep aksi kolektif. Dalam konteks digital, sering disebut sebagai advokasi digital.

Istilah advokasi digital muncul dari fenomena *Web 2.0* atau era masyarakat informasi dengan konsep penggunaan teknologi dalam melibatkan orang untuk menyampaikan informasi, memobilisasi kelompok, dan menjalin koneksi pada isu-isu bersama untuk mempengaruhi proses formulasi kebijakan, termasuk upaya perubahan sosial dan advokasi yang bentuknya seringkali disebut advokasi online, advokasi elektronik, internet advokasi, bahkan aktivisme siber, dan aktivisme digital (Antinori et al., 2010; Fitzgerald & Mc Nutt, 2014; Hick & McNutt, 2002; McNutt & Boland, 2016; Queiro-Tajalli et al., 2016).

Media sosial dapat membantu organisasi advokasi untuk menarik *stakeholders* dengan berbagi informasi, kerja sama, dan interaksi secara *real-time* (Shulin & Chienliang, 2018). Dibekali dengan integrasi sistem pertukaran informasi yang bersifat antar muka, media sosial dapat menjadi ruang publik untuk berdiskusi dan melakukan debat politik (Clay, 2011; Dolson & Young, 2012).

Proses advokasi yang berbasis pada media sosial memiliki strategi yang cukup berbeda jika dibandingkan dengan advokasi konvensional. Strategi advokasi pada era ini berusaha memadukan strategi *insider* (seperti: melobi politisi dan pelayan publik) dan *outsider* (seperti: aksi protes) yang berkaitan erat dengan

pemanfaatan media sosial untuk melakukan advokasi (Arvidson et al., 2018; Scaramuzzino & Scaramuzzino, 2017; Graaf et al., 2016).

Keterlibatan publik dalam proses formulasi kebijakan dapat ditempuh melalui teknik advokasi digital berupa petisi daring, survei daring, mengirimkan *email* kepada pengambil kebijakan, dan memobilisasi masa secara daring dan terjadi secara *real-time* (Ammann, 2010; Galer-Unti, 2010; Guo & Saxton, 2014; Queiro-Tajalli et al., 2016). Selain itu, fitur tagar (#) di media sosial berfungsi untuk mengikat percakapan dan mengelompokkannya berdasarkan topik tertentu yang dapat memudahkan pengguna untuk mencari, menautkan, dan memudahkan untuk pengguna terlibat dalam interaksi melalui kata kunci serta mudah tersebar ke berbagai *platform* media sosial untuk mempromosikan tujuan bersama (Gill, 2016; Rim et al., 2020; Shirky, 2008; Steinberg, 2017; Williams, 2016).

Secara spesifik, konsep advokasi digital dikerucutkan dengan mengadopsi konsep *social media-based advocacy* dengan berfokus pada *Twitter* untuk memahami proses advokasi digital melalui model piramida tahapan hierarkis advokasi berbasis media sosial yang diprakarsai oleh (Guo & Saxton, 2014).



Gambar 1. Model Piramida Advokasi Berbasis Media Sosial

Secara singkat, tahap-tahapnya dapat diuraikan sebagai berikut. Tahap pertama menjangkau banyak orang (*Reaching Out to People*). Tahap ini menunjukkan upaya komunikatif untuk membangun kesadaran publik dan membuat koneksi baru melalui penyebaran pesan yang bersifat informasional dan edukatif dengan penggunaan tagar.

Tahap kedua adalah menjaga api tetap menyala (*Keeping Up the Flame Alive*). Tahap ini bertujuan untuk mempertahankan koneksi dan membangun ikatan pada jaringan komunitas pendukung melalui dialog interaktif dan publik secara relasional.

Tahap ketiga adalah melangkah untuk beraksi (*Stepping Up to Action*). Pada tahap terakhir ini, fokus utamanya adalah mobilisasi publik. Tahap ini dapat ditempuh dengan taktik advokasi berupa membagikan pesan berupa ajakan aksi yang terencana, melobi akar rumput, dan mempromosikan petisi daring atau survei daring. Pemanfaatan tagar dan menyantumkan tautan dapat membantu tahap ini lebih berdampak.

Hierarki ini menunjukkan bahwa setiap tingkatan model merupakan strategi yang ditemukan di media sosial dan ketiga tingkatan tersebut dapat terjadi bersamaan. Hal tersebut mengingat lingkungan media sosial yang cair dan mengalir seperti likuid, maka sebuah aksi harus konsisten menjalankan ketiga tahapan tersebut selama melakukan advokasi (Guo & Saxton, 2014).

Di sisi lain, perlu dipahami bahwa upaya advokasi digital terlihat lebih efisien, tetapi pada kenyataannya tidak semua advokasi digital berhasil memengaruhi kebijakan. Penelitian mengenai kampanye aktivisme feminis terhadap kasus kekerasan dan pelecehan seksual di India menjadi contoh kegagalan dalam memengaruhi warga dan media massa.

Tagar *#VictimBlaming* tidak menjadi tren di *Twitter* karena penggunaan tagar tidak cukup meningkatkan kesadaran publik di negara berkembang seperti India dan media sosial belum menjadi bagian pemerintahnya dalam pengambilan kebijakan (Guha, 2015).

Kemudian, penelitian mengenai aktivisme media sosial "*Umbrella Movement*" di Hongkong turut memberikan pandangan keberhasilan advokasi digital melalui pentingnya peran pemimpin pada komunikasi antar aktor di media sosial (Agur & Frisch, 2019). Peran tersebut memiliki kaitan terhadap strategi advokasi. Rundstadler berpendapat bahwa tantangan dan kesalahan dari advokasi digital adalah ketiadaan strategi konkret komunikasi digital (Rundstadler, 2019). Selain itu, Bliss mengatakan advokasi digital memerlukan evaluasi proses dan kinerja, sebab tanpa evaluasi akan mengakibatkan upaya tidak terukur, tidak teridentifikasi faktor kegagalan dan kesuksesannya, serta sulit untuk merumuskan strategi baru (Bliss, 2015; Sanders & Scanlon, 2021). Oleh karenanya, faktor-faktor tersebut dapat menjadi kerentanan bagi aksi kolektif yang diprakarsai oleh masyarakat tanpa pemimpin.

METODE

Penelitian ini menggunakan gabungan dua metode analisis (*mixed method*), yaitu dengan menggabungkan pendekatan analisis jejaring sosial dan pendekatan analisis isi secara kualitatif. Metode gabungan tersebut dapat memfasilitasi analisis struktur jaringan dan memberikan wawasan yang lebih luas mengenai jaringan sosial tersebut, sekaligus cocok untuk mengidentifikasi analisis teks (Alasadi & Bhaya, 2017; Krippendorff, 2004).

Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan sampel berupa pesan dan informasi mengenai isu kebijakan penundaan pilkada serentak. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diambil melalui *Twitter* berupa pesan yang memiliki unsur penggunaan tagar berkaitan penundaan pilkada 2020 di *Twitter*, yakni #TundaPilkada #TundaPilkadaSerentak #TundaPilkada2020 #TundaPilkadaSerentak2020. Hal ini disebabkan tidak hanya satu tagar saja yang digunakan oleh publik untuk mengkampanyekan advokasi penundaan pilkada di *Twitter*. Selain itu, untuk memahami proses advokasi secara utuh, pengumpulan data dilakukan dari 15 Maret 2020 sejak awal munculnya wacana penundaan pilkada hingga 8 Desember 2020 sehari sebelum pilkada dilaksanakan.

Untuk meminimalkan bias data, pengumpulan data berfokus pada pesan berbahasa Indonesia serta teks narasi. Dari proses tersebut, sebanyak 16.944 pesan telah terkumpul dengan jumlah masing-masing; 11.263 pesan dari #TundaPilkada; 4.219 pesan dari #TundaPilkadaSerentak; 119 pesan dari #TundaPilkada2020; dan 1.343 pesan dari #TundaPilkadaSerentak2020.

Proses pengumpulan data melalui teknik *data mining* mengumpulkan semua pesan, informasi, atau opini orang-orang yang berkaitan dengan penundaan pilkada serentak dengan pendekatan *text mining*. Untuk dapat mengakses dan mendapatkan data pesan yang dibutuhkan, digunakan *Application Programming Interface* (API) dari *Twitter* (Lovejoy & Saxton, 2012). Selanjutnya, API *Twitter* akan menjadi jembatan antara *Twitter* dengan *software* Bahasa pemrograman Python. Kemudian, data yang belum terstruktur akan melalui tahap *preprocessing data* dengan meyederhanakan data, menormalkan data, dan menghapus nilai serta variabel yang

tidak diperlukan (Alasadi & Bhaya, 2017) agar data menjadi valid dan siap dianalisis oleh sistem. Pembersihan data akan menghilangkan beberapa nilai seperti: karakter non alfabet (simbol, tanda baca, dan emoji), tautan URL, dan *stop word* (kata-kata yang sering keluar dan tidak penting seperti kata penghubung). Variable yang diperlukan dalam penelitian ini adalah nama pengguna *Twitter* dari aktor, teks pesan atau *tweet*, tanggal unggah *tweet*, jumlah penyuka atau *likes*, dan jumlah *re-tweet* (unggah kembali).

Analisis Data

Analisis data dibagi ke dalam beberapa tahap. *Pertama*, pada ranah analisis kuantitatif digunakan pendekatan analisis jejaring sosial untuk memetakan relasi dari jaringan sosial pada aksi kolektif yang melakukan advokasi penundaan pilkada. Jejaring sosial merupakan kumpulan *nodes* (titik) yang merupakan aktor sosial seperti individu, organisasi, dan sistem, lalu *edges* sebagai simpul interaksi dan hubungan antara aktor atau kelompok sosial (Tsai et al., 2020). *Nodes* saling terhubung satu sama lain atas dasar visi, nilai, dan ide bersama serta kontak sosial di suatu peristiwa (Can & Alatas, 2019). Pada penelitian ini, *nodes* tersebut adalah nama pengguna *Twitter* dari aktor yang dapat berupa entitas masyarakat, media massa, politisi, dan sebagainya. Kemudian, *edges* pada penelitian ini dipetakan berdasarkan derajat sentralitas dari tiap *nodes*/aktor. Untuk menganalisisnya, digunakan perangkat lunak Gephi yang menjadi alat untuk memvisualisasikan jejaring sosial dan menyajikan pengukuran sentralitas dari data tersebut (Cherven, 2015). Dengan bantuan alat tersebut, peneliti mendapat visualisasi jaringan aktor yang terbangun sekaligus memetakan sentralitas aktor pengguna tagar yang berkaitan dengan penundaan pilkada. Analisis ini juga

memiliki potensi untuk memberikan informasi penting mengenai kegiatan pembuatan kebijakan publik (Varone et al., 2017).

Kedua, untuk ranah kualitatif, digunakan teknik analisis secara mendalam (*in-depth analysis*). Teknik tersebut akan mengkaji diskursus advokasi berbasis media sosial melalui pemilihan suatu kasus, yaitu kasus penundaan pilkada serentak 2020. Hal ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman mendalam pada suatu pembahasan atau permasalahan. Lebih lanjut, teknik tersebut dibantu dengan analisis isi pesan secara kualitatif (*qualitative content analysis*) untuk menganalisis konten, pesan, atau informasi secara mendalam. Dalam rangka analisis konten advokasi

digital, peneliti mengkategorisasikan pesan menggunakan model piramida advokasi berbasis media sosial seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Kemudian, untuk pemilihan teks, peneliti mengadopsi pendekatan pengambilan sampel berdasarkan waktu yang dibagi perminggu dengan melihat jumlah interaksi tertinggi dimana konsep tersebut pernah digunakan Harlow dan Johnson untuk menganalisis konten media tradisional dan media sosial pada kasus gerakan demokrasi Mesir tahun 2011 (Harlow & Johnson, 2011.; Kim et al., 2018). Dari sampling, peneliti menganalisis dan membuat kesimpulan sebuah kata kunci, ekspresi, maupun tipe pesan yang menggambarkan pesan dari tahapan piramida advokasi berbasis media sosial.



Gambar 2. Dinamika Peristiwa Penundaan Pilkada

Melalui visual garis kronologi sebagaimana tersaji dalam gambar 2, peneliti berusaha menerangkan dinamika kebijakan penundaan pilkada 2020 di tengah krisis pandemi Covid-19. Kondisi kedaruratan ini berpengaruh pada agenda besar politik negara untuk diregulasi ulang.

Terdapat ketidakselarasan antara masyarakat dan pemerintah yang mengakibatkan tingginya perdebatan publik setelah keluarnya Perpu No. 2 Tahun 2020, khususnya di *Twitter* yang ditunjukkan dengan adanya peningkatan penggunaan beberapa tagar untuk mendesak penundaan pilkada.

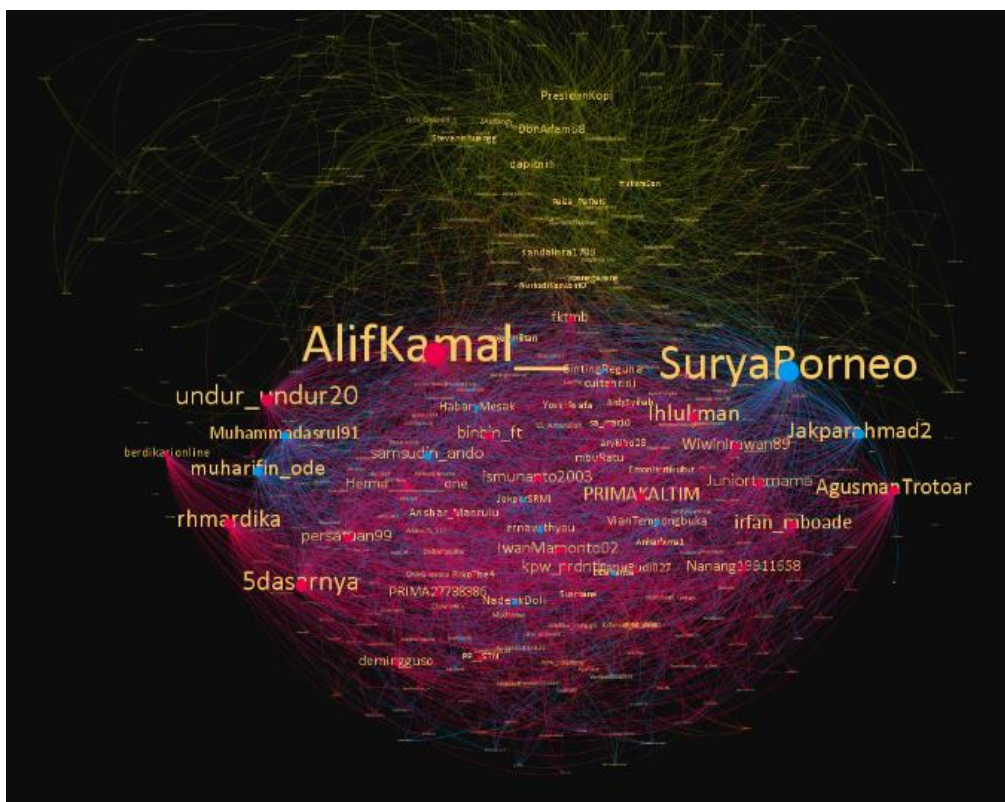
Pertentangan hadir akibat tata kelola pemerintah Indonesia dalam menangani pandemi yang dinilai kurang memuaskan. Dikutip melalui Forbes.com, *Deep Knowledge Group* melalui penelitian *Covid-19 Countries Ranking* membuktikan bahwa Indonesia termasuk ke dalam 20 negara yang berisiko tinggi mengalami kegagalan dalam menangani pandemi (Colangelo, 2020). Namun, pilkada tetap digelar pada 9 Desember 2020 di 270 wilayah (9 Provinsi, 224 Kabupaten, dan 37 Kota).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uraian selanjutnya menyajikan beberapa temuan dasar yang saling berkaitan untuk kemudian mendiskusikan berhasil tidaknya advokasi digital pada kasus ini.

Jaringan Aksi Kolektif pada Tagar yang Berkaitan dengan Advokasi Tunda Pilkada

Untuk menganalisis aktor dalam jaringan aksi kolektif advokasi penundaan pilkada, peneliti menggunakan pendekatan analisis jejaring sosial untuk menyajikan struktur aktor dan hubungan para aktor yang satu dengan yang lain (Can & Alatas, 2019). Analisis ini memberikan informasi pola interaksi dan hubungan di antara aktor pada suatu sistem dan implikasinya dari hubungan tersebut (Kent et al., 2016). Peneliti memvisualisasikan jaringan menggunakan perangkat lunak Gephi dengan menggunakan parameter derajat sentralitas aktor (lihat gambar 3).



Gambar 3. Jaringan Sosial Aktor Berdasarkan Derajat Sentralitas

Gambar 3 memvisualisasikan 4501 *nodes* (label aktor) dan 9296 *edges* (ikatan hubungan antar aktor) dengan menggunakan tata letak “Fruchterman-Reingold”. Hasil visualisasi menunjukkan ukuran dan warna *nodes* yang berbeda berdasarkan metode pengelompokan berbobot (*weighted graph*) untuk

mengidentifikasi besarnya hubungan aktor dalam jaringan sosial (Liu et al., 2014). Untuk memberikan perspektif tersebut, terdapat beberapa indikator seperti derajat sentralitas yang dapat memberikan gambaran peran dan posisi tiap aktor seperti yang terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Aktor dengan Sentralitas Jaringan Tertinggi

No	Nama Pengguna	Peran	In-degree	Out-degree	Centrality Degree	Closness Centrality	Betweenness Centrality	Eigenvector Centrality
1	AlifKamal__	Politisi PRIMA	195	94	289	0.595801	25824.58	1
2	SuryaBorneo	Masyarakat	99	162	261	0.744262	23014.73	0.653818
3	undur_undur20	Masyarakat	49	101	150	0.600529	8631.755	0.464214
4	5dasarnya	Masyarakat	46	100	146	0.603723	4492.855	0.540574
5	rhwardika	Jurnalis	122	3	125	0.316156	1769.816	0.900608
6	Jakparahmad2	Politisi PRIMA	78	45	123	0.5	2718.41	0.661009
7	lhlukman	Aktivis dan Politisi PRIMA	100	22	122	0.475891	3108.078	0.637807
8	AgusmanTrotoar	Masyarakat	19	96	115	0.594241	1281.03	0.198255
9	muharifin_ode	Politisi PRIMA	65	48	113	0.521839	3149.341	0.627422
10	irfan_mboade	Politisi PRIMA	26	78	104	0.571788	1268.685	0.268734

Tabel 1 menunjukkan beberapa ukuran sentralitas dengan parameter tertentu. Derajat sentralitas (*centrality degree*) merupakan ukuran penentu posisi seorang aktor berdasarkan banyaknya koneksi (*edges*) yang dimiliki seorang aktor yang kemudian diukur dengan dua ukuran *in-degree* dan *out-degree* melalui *directed network* (Golbeck, 2015; Hansen et al., 2011). Semakin banyak *edges* yang menghubungkan suatu *nodes* dapat dianggap hanya sebagai ukuran popularitas aktor, bukan melihat kualitas aktor (Hansen et al., 2011). Dari visualisasi gambar dan tabel 2, aktor dengan derajat sentralitas tertinggi adalah @AlifKamal__ diikuti dengan @SuryaBorneo yang keduanya memiliki basis keterkaitan terbesar yang dinilai berdasarkan *in-degree* dan *out-degree* masing-masing aktor.

Parameter *in-degree* merupakan derajat keterhubungan beberapa aktor berpartisipasi dalam percakapan seorang

aktor dan dapat dianggap sebagai pusat percakapan dengan tingginya interaksi orang-orang terhadapnya melalui *mention*, *reply*, *retweet* konten suatu aktor (Hansen et al., 2011). *Out-degree* merupakan kebalikannya, yaitu jumlah *edges* yang keluar dari suatu aktor untuk menjangkau pengguna ke jaringan aksi dengan melihat seberapa sering aktor berinteraksi dengan *nodes* lain dengan *mention*, *reply*, *retweet* konten aktor lain yang diartikan sebagai tingkat keterlibatan seorang aktor dengan anggota di jaringan komunitas tertentu (Hansen et al., 2011).

Selain derajat sentralitas, tabel 1 juga memuat kedekatan seorang aktor dengan aktor lain (*closeness centrality*) dengan menghitung jarak tercepat antar semua *nodes* dalam jaringan (Golbeck, 2015). Dengan kata lain, *closeness centrality* menilai efisiensi penyebaran informasi oleh aktor kepada aktor yang lain. Dari hasil penelitian, 10 aktor tersebut memiliki nilai kedekatan di <1.

Semakin rendah nilai kedekatannya, maka aktor tersebut semakin berada pada posisi utama di sebuah jaringan (Tuhuteru & Iriani, 2018). Dari tabel 1, tercatat bahwa @rhmdika menjadi aktor dengan kedekatan yang tinggi dengan *nodes* lain.

Kemudian, terhitung pula sentralitas antara *nodes* (*betweenness centrality*) untuk mengukur jalur terpendek antara setiap *nodes* dari sebuah jaringan dan menghitung berapa kali sebuah *nodes* berada pada jalur terpendek itu (Grandjean, 2015). Singkatnya, *betweenness centrality* berfungsi menentukan aktor mana yang menjadi penghubung atau jembatan aktor lain. Aktor @undur_undur20 memiliki nilai *betweenness centrality* yang tinggi, sehingga menjadi jembatan bagi aksi kolektif. Ikatan *bridges* memiliki peran penting untuk menjadi penghubung antara dua aktor atau lebih yang tidak terikat oleh hubungan informasi (Tsai et al., 2020).

Penelitian ini juga menggunakan parameter *eigenvector centrality* yang sistemnya hampir mirip dengan derajat sentralitas (*degree centrality*) dan sentralitas antara (*betweenness centrality*). Hanya saja, *eigenvector* tidak hanya menghitung jumlah total *nodes* yang terhubung, tetapi juga melihat peran penting dari kedekatan tersebut (Bihari & Pandia, 2015). Parameter ini mengukur pengaruh dari *edges* dalam sebuah jaringan dengan menghitung keterhubungan suatu *nodes* dengan *nodes* lain dan mengukur siapa saja yang terhubung dengan suatu *nodes* (Ashenden, 2021). Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa @AlifKamal_ menjadi aktor yang memiliki derajat serta pengaruh tertinggi.

Uniknya, pada kasus ini, sebagian besar aktor-aktor dengan sentralitas tinggi merupakan individu yang memiliki latar belakang politisi dan masyarakat sipil. Politisi yang mendominasi aksi ini berasal

dari Partai Rakyat Adil Makmur (PRIMA) yang merupakan oposisi dari pemerintahan Presiden Joko Widodo. Aktor-aktor tersebut aktif menyuarakan isu sehingga dapat dikatakan bahwa 10 aktor ini merupakan seorang pemimpin opini di *Twitter* dengan melihat tingginya ukuran-ukuran sentralitas yang dimiliki (Lei et al., 2021). Pemimpin opini merupakan asosiasi dari aktor individu yang dapat memengaruhi dan memberikan dampak bagi jaringan aksi (Can & Alatas, 2019; Venkatraman, 1989).

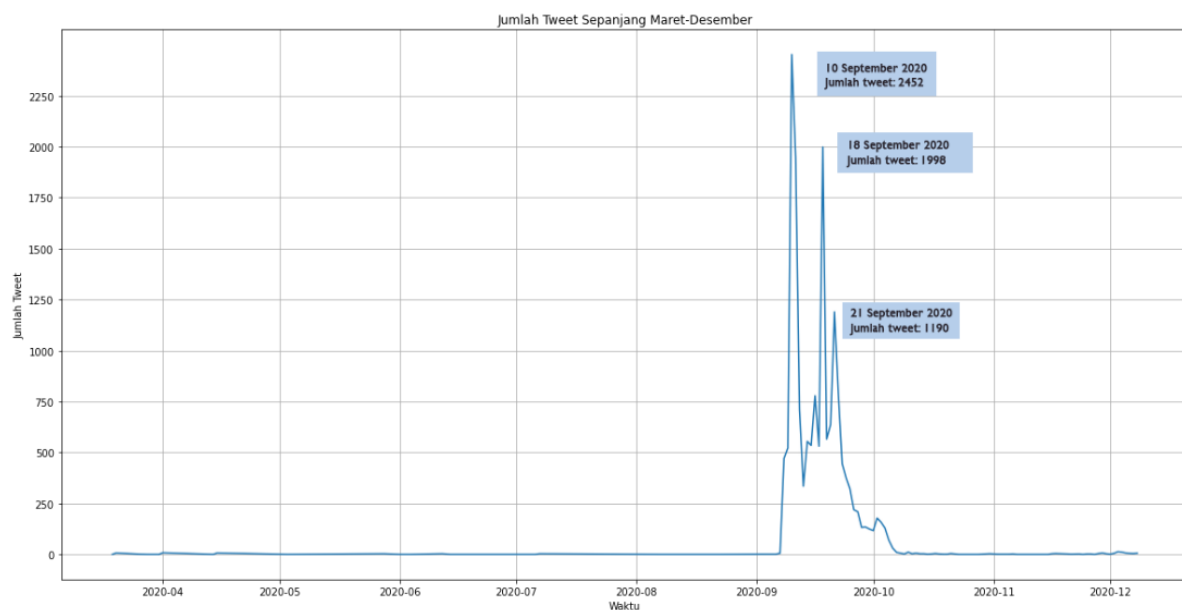
Aktivitas Perbincangan Mengenai Penundaan Pilkada di *Twitter*

Setelah melakukan pengumpulan data melalui bahasa pemrograman Python dan penggunaan API *Twitter*, peneliti berhasil mengumpulkan 16.944 *tweet* dengan unsur tagar yang berkaitan dengan penundaan pilkada.

Hasil pengolahan data yang divisualisasikan melalui grafik aktivitas perbincangan tunda pilkada (gambar 4) menunjukkan bahwa penggunaan tagar tersebut pada awal Maret hingga Agustus 2020 belum terlihat signifikan, dimana hanya tercatat 54 pesan bertagar. Aktivitas penggunaan tagar mulai mengalami peningkatan signifikan pada bulan September. Dari hasil pengolahan data, tercatat pada bulan September terdapat 16.001 pesan bertagar dengan rata-rata harian sebanyak 533 pesan. Aktivitas tertinggi terjadi pada puncak pertama pada 10 September 2020 dengan total pesan yang menggunakan tagar sebanyak 2.452 *tweet* dan bertahan hingga keesokannya dimana perbincangan tersebut masih menjadi topik yang hangat. Kemudian, puncak tertinggi kedua terjadi pada 18 September 2020 dan puncak ketiga terjadi pada 21 September 2020. Puncak ketiga ini bertepatan dengan adanya stimulus yang

membuat perbincangan ini cukup menjadi tren di *Twitter*, yaitu bertepatan dengan peristiwa rilis sikap untuk mendesak penundaan pilkada dari dua organisasi masyarakat berbasis agama terbesar di Indonesia (Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah) serta hasil keputusan rapat kerja aktor kepemiluan yang sepakat untuk tetap menggelar pilkada pada 9 Desember 2020. Sementara itu, perbincangan mengenai penundaan

pilkada dengan pesan bertagar masih cukup tinggi pada bulan Oktober 2020 dengan total 773 pesan bertagar, dan mulai meredup pada bulan November hingga Desember 2020. Pada bulan November, hanya terdapat 56 pesan bertagar dan pada bulan Desember kembali mengalami kenaikan yang tidak begitu berpengaruh dengan total jumlah pesan bertagar sebanyak 63 *tweet*.



Gambar 4 . Grafik Perbincangan di *Twitter* yang Menggunakan Tagar Terkait Tunda Pilkada

Peneliti juga melakukan analisis isi pesan untuk mengetahui kumpulan ekspresi kata-kata yang sering digunakan pada pesan bertagar yang berkaitan dengan penundaan pilkada. Hasil tersebut memperlihatkan publik sering kali mengekspresikan kata “covid” sebanyak 1885 kali, “keselamatan” sebanyak 1380 kali, “kesehatan” sebanyak 1210, dan “tunda pilkada” sebanyak 245 kali. Kata-kata tersebut menggambarkan kekhawatiran masyarakat jika pilkada diselenggarakan di tengah pandemi Covid-19.

Model Advokasi Penundaan Pilkada oleh Aksi Kolektif

Uraian sub ini bertujuan menjelaskan model advokasi yang dilakukan oleh aksi kolektif melalui analisis isi pesan bertagar secara mendalam. Penelitian ini mengeksplorasi 16.944 data *tweet* yang telah terkumpul untuk menganalisis proses advokasi melalui penjelasan tiap tahapan pada tabel 2.

Tabel 2. Model Piramida Penundaan Pilkada Berbasis Media Sosial

No	Tahap	Isi Pesan	Waktu
1	Menjangkau banyak orang	Untuk menjangkau banyak orang, taktik yang digunakan dengan menyebarkan pesan edukatif mengenai alasan penundaan pilkada, berupa opini masyarakat maupun berbasis data atau penelitian ilmiah mengenai epidemi Covid-19 yang membahayakan kesehatan dan keselamatan nyawa. Pada tahap ini, penggunaan tagar membantu menjangkau orang dengan memfokuskan isu.	<ul style="list-style-type: none"> • Maret – Mei 2020 (tahap awal). • Sepanjang waktu
2	Menjaga api tetap menyala	Untuk mempertahankan koneksi dan komunitas advokasi tunda pilkada, pesan yang disebarkan memiliki unsur dialog dan diskusi interaktif yang dapat menghubungkan pendukung baru dengan anggota aksi yang telah dahulu bergabung. Pesan tersebut mendiskusikan tentang kebijakan pemerintah yang kontradiktif dan dilematis, yaitu antara sehatnya demokrasi dan keselamatan nyawa di masa pandemi ini. Tagar berperan untuk menyebarkan pesan ke berbagai platform media sosial untuk mempromosikan tujuan bersama.	Hampir seluruh runtutan waktu, puncaknya pada bulan September 2020.
3	Melangkah untuk beraksi	Pada kasus tunda pilkada, mobilisasi massa sebagai tahap ketiga tidak ditemukan adanya aksi protes secara langsung (aksi offline). Upaya advokasi secara kolektif menggunakan taktik promosi kegiatan untuk mengajak publik menandatangani petisi online dan mengajak menggunakan tagar secara masif. Aksi mempromosikan petisi tersebut dengan menyebut (<i>mention</i>) akun-akun tokoh yang memiliki pengikut yang banyak, seperti selebritis, politisi, NGO, dan organisasi masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> • 24 Mei 2020 (Petisi online dibuat) • Puncaknya September 2020 (21 September) melalui rilis sikap NU dan Muhammadiyah.

Mengidentifikasi Kegagalan Advokasi Penundaan Pilkada Serentak

Bagian ini akan membahas mengenai temuan penelitian yang utama, yaitu kegagalan advokasi berbasis media sosial mempengaruhi proses pembuatan kebijakan pada kasus penundaan pilkada. Merujuk pada empat tahapan pembuatan kebijakan (Dunn, 2015), yakni penyusunan agenda, formulasi kebijakan, adopsi atau legitimasi kebijakan, dan evaluasi kebijakan. Pada kasus ini, penggunaan tagar di media sosial telah berhasil mempengaruhi *agenda setting* pemerintah dimana isu penundaan pilkada telah mendapat perhatian di media sosial dan masuk kedalam agenda pengambilan kebijakan pemerintah. Kemudian, kasus ini juga berhasil melewati tahap

perumusan masalah pada proses formulasi kebijakan yang dapat diidentifikasi dengan terdefinisikannya isu penundaan pilkada sebagai masalah substantif. Penelitian ini menemukan bahwa gerak aksi dari advokasi digital terhenti pada tahap dimana isu penundaan pilkada dengan alasan kesehatan serta keselamatan nyawa rakyat ini gagal menjadi masalah formal yang dapat mendukung legitimasi kebijakan. Pada kenyataannya, desakan publik yang begitu besar melalui penggunaan tagar di *Twitter* tidak diperhatikan sebagai masalah yang spesifik untuk diangkat menjadi pembahasan formal dalam proses pengambilan kebijakan sehingga aksi ini gagal melegitimasi kebijakan penundaan pilkada karena belum menjadi masalah formal bagi pemerintah. Dengan kata lain, advokasi

digital yang dilakukan oleh aksi melalui tagar #TundaPilkada, #TundaPilkada2020, #TundaPilkadaSerentak, dan #TundaPilkadaSerentak2020 belum berhasil mencapai tujuan yang dikehendaki, yaitu menunda pilkada serentak hingga 2021 atau kondisi darurat kesehatan telah terlewati. Menurut beberapa penelitian, kegagalan advokasi digital dapat disebabkan beberapa hal, diantaranya media sosial belum menjadi bagian dari proses pembuatan kebijakan publik (Guha, 2015), adanya keterbatasan gerakan yang tidak mampu menerjemahkan wacana aktivisme digital (Agur & Frisch, 2019), dan gagalnya pemerintah dalam berinteraksi dengan masyarakatnya di media sosial (Waters & Jamal, 2011). Dalam konteks Indonesia, khususnya pada kasus advokasi penundaan pilkada, kegagalan tersebut disebabkan oleh beberapa hal. *Pertama*, tagar yang sempat menjadi tren di *Twitter* ternyata kurang efektif dalam menghimpun keterlibatan publik secara menyeluruh, terutama bagi mereka yang tidak menggunakan media sosial. Untuk dapat memengaruhi kebijakan, keterlibatan tersebut harus mencakup masyarakat secara luas dan para *stakeholders* kebijakan (Taylor & Kent, 2014). Aksi pada kasus tunda pilkada terlalu fokus pada aktivitas advokasi di ruang virtual sehingga tidak menekankan kolaborasi dengan media massa untuk melibatkan publik lebih luas (Guha, 2015; Rothman, 2007). Dengan demikian, advokasi kurang mendapat dukungan di luar media sosial dan menjadikan aksi ini gagal menjadi aksi yang besar.

Kedua, aksi kolektif untuk menunda pilkada tidak memiliki pemimpin aksi atau aktor penggerak khusus yang memiliki rencana strategi untuk mempengaruhi kebijakan secara jangka panjang. Pada kasus ini, aksi memiliki pemimpin semu yang hanya sebatas pemimpin opini, yaitu individu dengan jumlah sentralitas dan interaksi

yang tinggi di media sosial. Global Health Advocacy Incubator (2020) mengkonsepkan aspek utama dalam kampanye advokasi, salah satunya adalah rencana strategi kampanye untuk melakukan advokasi. Pada kasus advokasi tunda pilkada, sangat minim strategi untuk memberikan tekanan kepada pemerintah karena ketiadaan peran seorang pemimpin yang dapat merumuskan hal tersebut. Ketidadaan figur pemimpin aksi juga menyebabkan advokasi digital menjadi tidak terorganisasi sekaligus tidak dapat mengevaluasi gerak langkahnya. Padahal, tanpa adanya evaluasi akan berdampak pada kurangnya umpan balik untuk menilai sebuah upaya advokasi berhasil atau mengalami kegagalan (Sanders & Scanlon, 2021).

Ketiga, kegagalan advokasi digital yang utama adalah karena kegagalan memobilisasi massa sebagai puncak aksi. Mobilisasi massa merupakan salah satu tujuan jangka panjang yang sebenarnya diharapkan oleh advokasi untuk mempengaruhi kebijakan (Taylor, 2021). Brady berargumen bahwa sebagian besar advokasi digital gagal mencapai tujuan jangka panjang, meskipun sebagian besar tujuan jangka pendek telah tercapai (Brady et al., 2015). Kegagalan mobilisasi massa pada kasus tunda pilkada disebabkan oleh Pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan aksi kolektif secara langsung. Pembatasan jarak yang ditetapkan pemerintah telah menjadi kendala. Dengan begitu, modal sosial keterlibatan publik yang telah terbangun tidak dapat memengaruhi kebijakan publik.

Keempat, kekuatan pemerintahan Presiden Joko Widodo melalui aktor dalam pemilu yang menghasilkan konsensus untuk tetap menyelenggarakan pilkada dengan masalah formal yang menurut pemerintah lebih tinggi urgensinya. Pemerintah memiliki alasan yang cukup

kuat, yaitu suksesi kepemimpinan harus tetap berlanjut agar pemerintahan di daerah berjalan optimal di masa Pandemi (Mashabi & Ihsanuddin, 2020). Selain itu, pemerintah menyatakan bahwa Pilkada Serentak 2020 tidak akan ditunda dengan alasan menjaga hak konstitusi rakyat, yaitu hak memilih dan dipilih (Dewi, 2020). Di samping adanya polemik atas keputusan tersebut, pemerintah melalui Kementerian Dalam Negeri dan Komisi Pemilihan Umum, mengusung tema Pilkada sebagai Gerakan Perlawanan Covid-19 untuk mendorong kedisiplinan masyarakat terhadap protokol kesehatan guna menekan penyebaran virus corona (Mubarok, 2020). Keputusan tersebut didukung oleh beberapa pihak, seperti Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR), Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia (Apkasi), serta didukung oleh 24 Organisasi Kemasyarakatan dan Pemuda (OKP) nasional diantaranya GEMA 165, Pemuda Islam, Gema KOSGORO, Gerakan Pemuda Daerah, dan lain-lain.

Pada akhirnya, Pilkada dilaksanakan secara serentak di 270 wilayah pada 9 Desember 2020. Menteri Koordinator Politik, Hukum, dan HAM, Mahfud MD, mengatakan bahwa pelaksanaan pemungutan suara Pilkada Serentak 2020 berjalan cukup baik, dan telah menerapkan protokol kesehatan secara ketat. Bahkan, tingkat partisipasi Pilkada serentak 2020 mencapai 75,8% yang mana hal tersebut mengalami peningkatan dari yang sebelumnya di tahun 2015 hanya 69,2% (Puspita, 2020). Penyelenggaraan pilkada tersebut membuktikan bahwa kekhawatiran masyarakat akan kesehatan dan keselamatan nyawa rakyat tidak terjadi dan berhasil melakukan proses suksesi kepemimpinan pemerintah daerah. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa aksi kolektif yang besar di media sosial belum tentu dapat

berhasil dalam mengadvokasikan kebijakan.

KESIMPULAN

Penelitian ini memilih kasus penundaan pilkada serentak 2020 untuk melihat bagaimana advokasi digital dan efektivitasnya bagi proses kebijakan publik. Penelitian ini melihat bahwa tagar #TundaPilkada, #TundaPilkada2020, #TundaPilkadaSerentak, dan #TundaPilkadaSerentak2020 merupakan sebuah bentuk aksi kolektif untuk mengadvokasikan kebijakan penundaan pilkada di media sosial yang berlangsung di Twitter dari bulan Maret hingga Desember 2020.

Melalui analisis jaringan sosial, peneliti dapat memetakan aktor-aktor yang mengadvokasikan kebijakan ini. Temuan penelitian menerangkan bahwa advokasi penundaan pilkada serentak tidak dipimpin oleh kelompok atau organisasi advokasi, namun mayoritas aktor penggeraknya adalah individu. Dari analisis kuantitatif melalui analisis jejaring sosial, ditemukan bahwa setiap aktor memiliki pengaruh dan perannya masing-masing melalui berbagai ukuran sentralitas, yaitu *centrality degree*, *closeness centrality*, *betweenness degree*, dan *eigenvector centrality*. Selain itu, temuan penelitian ini membuktikan bahwa dengan penggunaan tagar di *Twitter* dapat menjadi alat untuk memulai dan menyebarluaskan aksi agar mendapat dukungan publik, membangun koneksi serta memobilisasi publik seperti model piramida advokasi berbasis media sosial yang dikonsepsikan oleh Guo dan Saxton. Aksi dimulai dengan tahap pertama sebagai upaya menjangkau publik dengan pesan edukatif dan informatif. Kemudian, menjaga koneksi melalui berbagai *tweet* yang bersifat diskusi di *Twitter*. Lalu, advokasi mencapai tahap mobilisasi aksi dengan menggunakan petisi daring sebagai strateginya.

Meskipun desakan publik melalui aksi kolektif ini tinggi, penelitian ini membuktikan bahwa advokasi digital menunjukkan ketidak-berhasilannya dalam memengaruhi kebijakan publik. Pemerintah tetap memutuskan pilkada serentak tetap digelar pada 9 Desember 2020. Penelitian ini menemukan bahwa model piramida advokasi berbasis media sosial yang dikonsepsikan oleh Guo dan Saxton hanya sebatas melihat proses advokasi untuk membangun koneksi, tetapi belum dapat mengukur efektivitas advokasi digital dalam memengaruhi kebijakan publik. Selain itu, penelitian ini juga menemukan faktor kegagalan advokasi digital dari internal dan eksternal aksi.

Penelitian ini mengimplikasikan bahwa mempelajari metode analisis jejaring sosial dapat memudahkan dalam menganalisis jaringan aktor dan kepentingannya pada proses pembuatan kebijakan di media sosial. Selain itu, advokasi digital sebenarnya mampu memengaruhi penyusunan agenda pemerintah dan mendorong sebuah isu menjadi masalah substantif untuk dapat diproses pada level formulasi kebijakan. Hanya saja, perjuangan advokasi digital masih belum cukup kuat untuk menjadi modal melegitimasi kebijakan.

Penelitian ini memiliki limitasi, mengingat tingginya perbincangan publik merespon kebijakan penundaan pilkada dengan protes berdasarkan kekhawatiran publik sehingga analisis dengan menggunakan pendekatan analisis jaringan sosial, penelitian membutuhkan data dalam jumlah yang besar. Selain itu, karena penelitian ini berfokus pada penggunaan tagar, maka tidak menemukan pesan-pesan yang disuarakan oleh aktor-aktor penting yang juga mengadvokasikan kebijakan penundaan pilkada, seperti PBNU dan Muhammadiyah. Ini karena aktor tidak menggunakan tagar untuk menyuarakan pendapatnya.

Terakhir, peneliti menyarankan bahwa advokasi digital dapat menjadi media baru untuk menjangkau keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan, khususnya tahap formulasi kebijakan sehingga pemerintah perlu mendisrupsi sistemnya untuk dapat mengakomodasi suara publik melalui peran teknologi digital demi meningkatkan kualitas proses pengambilan kebijakan. Kemudian, untuk mendalami kajian mengenai pengaruh advokasi digital pada proses kebijakan, perlu dilakukan penelitian lanjutan secara menyeluruh melalui pengkajian perumusan masalah kebijakan, baik secara substantif maupun formal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agur, C., & Frisch, N. (2019). Digital disobedience and the limits of persuasion: Social media activism in Hong Kong's 2014 umbrella movement. *Social Media+ Society*, 5(1), 205630511982700.
- Alasadi, S. A., & Bhaya, W. S. (2017). Review of data preprocessing techniques in data mining. *Journal of Engineering and Applied Sciences*, 12(16), 4102–4107.
- Alifiarry, M. A., & Kusumasari, B. (2021). The application of social movement as a form of digital advocacy: Case of #TolakRUUPermusikan. *Journal of Government and Civil Society*, 5(1), 1–30.
- Ammann, S. L. (2010). Why do they tweet? the use of twitter by U.S. Senate Candidates in 2010. *SSRN Electronic Journal*.
- Antinori, M., Brady, S., & Young, J. A. (2010). Cyber-revolution?-online advocacy and new media in social work. In 11th Annual Conference of the Association of Internet Researchers (AoIR), Gothenburg, Sweden. October. In *11th Annual Conference of the Association of Internet Researchers (AoIR), Gothenburg, Sweden*, 21–23.
- Arvidson, M., Johansson, H., Meeuwisse, A., & Scaramuzzino, R. (2018). *A Swedish culture of advocacy ? 2*, 341–364.
- Ashenden, S. K. (2021). Lead optimization. *The Era of Artificial Intelligence, Machine Learning, and Data Science in the Pharmaceutical Industry*, 103–117.
- Bihari, A., & Pandia, M. K. (2015). Eigenvector centrality and its application in research professionals' relationship network. *2015 1st International Conference on Futuristic Trends in Computational Analysis and Knowledge Management, ABLAZE 2015*, 510–514.
- Bliss, D. L. (2015). Using the social work advocacy practice model to find our voices in service of advocacy. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 39(1), 57–68. <https://doi.org/10.1080/23303131.2014.978060>
- Brady, S. R., Young, J. A., & McLeod, D. A. (2015). Utilizing digital advocacy in community organizing: Lessons learned from organizing in virtual spaces to promote worker rights and economic justice. *Journal of Community Practice*, 23(2), 255–273. 3
- Can, U., & Alatas, B. (2019). A new direction in social network analysis: Online social network analysis problems and applications. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 535, 122372.
- Cherven. (2015). *Mastering gephi network visualization*. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RnJuBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Cherven,+K.+\(2015\).+Mastering+Gephi+network+visualization:+Produce+advanced+network+graphs+in+Gephi+and+gain+valuable+insights+into+your+network+data+sets.+Birmingham:+Packt+Publis](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RnJuBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Cherven,+K.+(2015).+Mastering+Gephi+network+visualization:+Produce+advanced+network+graphs+in+Gephi+and+gain+valuable+insights+into+your+network+data+sets.+Birmingham:+Packt+Publis)

- Chesters, G., & Welsh, I. (2006). Complexity and social movements: Multitudes at the edge of chaos. *Complexity and Social Movements: Multitudes at the Edge of Chaos*, 1–195.
- Clay, S. (2011). *The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change on JSTOR*.
- Colangelo, M. (2020). *Deep analysis of global pandemic data reveals important insights*. <https://www.forbes.com/sites/cognitiveworld/2020/04/13/covid-19-complexity-demands-sophisticated-analytics-deep-analysis-of-global-pandemic-data-reveals-important-insights/?sh=2fb8014a2f6e.%0A>
- Dahlgren, P. (2015). The internet as a civic space. *Handbook of Digital Politics*, 17–34.
- Della Porta, D. (2020). Building Bridges: Social movements and civil society in times of crisis. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 2020 31:5, 31(5), 938–948.
- Dewi, R. K. (2020). *Pro dan kontra menanggapi pilkada di tengah pandemi corona*.
- Dolson, J., & Young, R. (2012). Explaining variation in the e-government features of municipal websites on JSTOR. *Canadian Journal of Urban Research*, 21(2), 1–24.
- DuBois, B., & Miley. (2005). *Social work: An empowering profession, 9th edition pearson*. Boston: Allyn and Bacon. <https://www.pearson.com/us/higher-education/program/Dubois-Social-Work-An-Empowering-Profession-plus-My-Lab-Helping-Professions-with-Enhanced-Pearson-e-Text-Access-Card-Package-9th-Edition/PGM1767305.html>
- Dunn, W. N. (2015). *Public policy analysis - William N. Dunn - Google Books*. Routledge. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=lPE5CgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Dunn,+W.+N.+\(2015\).+Public+policy+analysis.+Routledge.&ots=Gso-YWBtr9&sig=9B8P1aKn_OqPHkH72w5Sb2XnNi8&redir_esc=y#v=onepage&q=Dunn%2C+W.+N.+\(2015\).+Public+policy+analysis.+Routledge.&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=lPE5CgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Dunn,+W.+N.+(2015).+Public+policy+analysis.+Routledge.&ots=Gso-YWBtr9&sig=9B8P1aKn_OqPHkH72w5Sb2XnNi8&redir_esc=y#v=onepage&q=Dunn%2C+W.+N.+(2015).+Public+policy+analysis.+Routledge.&f=false)
- Fitzgerald, E., & Mc Nutt, J. (2014). Electronic advocacy in policy practice. *Journal of Social Work Education*, 35(3), 331–341.
- Fuchs, C. (2006). The self-organization of social movements. *Systemic Practice and Action Research* 2006 19:1, 19(1), 101–137.
- Galer-Unti, R. A. (2010). Advocacy 2.0: Advocating in the digital age. *Health Promotion Practice*, 11(6), 784–787.
- Gill, P. (2016). *What is a Meme?: What are examples of internet Memes*.
- Global Health Advocacy Incubator. (2020). *Ghai releases new digital tools for advocacy campaign planning*. <https://advocacyincubator.org/2020/06/22/ghai-releases-new-digital-tools-for-advocacy-campaign-planning/>
- Golbeck, J. (2015). *Introduction to social media investigation: A hands-on approach*. Syngress. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ZMcSBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Golbeck,+J.+\(2015\).+Introduction+to+social+media+investigation:+A+hands-on+approach.+Syngress.&ots=3QWqpgrIvp&sig=_xuwXgDpUB3hXnXb7s-d-3HP9Rc&redir_esc=y#v=onepage&q=Golbeck%2C+J.](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ZMcSBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Golbeck,+J.+(2015).+Introduction+to+social+media+investigation:+A+hands-on+approach.+Syngress.&ots=3QWqpgrIvp&sig=_xuwXgDpUB3hXnXb7s-d-3HP9Rc&redir_esc=y#v=onepage&q=Golbeck%2C+J.)

- Grandjean, M. (2015). GEPHI: Introduction to network analysis and visualization. Retrieved January, 22, 2016.
- Guha, P. (2015). Hash tagging but not trending: The success and failure of the news media to engage with online feminist activism in India. *Feminist Media Studies*, 15(1), 155–157.
- Guo, C., & Saxton, G. D. (2014). Tweeting social change: How social media are changing nonprofit advocacy. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(1), 57–79.
- Gurajala, S., Dhaniyala, S., & Matthews, J. N. (2019). Understanding public response to air quality using tweet analysis. *Social Media and Society*, 5(3).
- Hansen, D., Shneiderman, B., & Smith, M. A. (2011). *Analyzing social media networks with NodeXL: Insights from a Connected World - Derek Hansen, Ben Shneiderman, Marc A. Smith - Google Books*. Morgan Kaufmann.
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=rbxPm93PRY8C&oi=fnd&pg=PP1&dq=Guo,+CHansen,+D.,+Shneiderman,+B.,+%26+Smith,+M.+A.+\(2011\).+Analyzing+social+media+networks+with+NodeXL:+Insights+from+a+connected+world.+Morgan+Kaufmann.,+%26+Saxton,+G.+D.+\(2010\)](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=rbxPm93PRY8C&oi=fnd&pg=PP1&dq=Guo,+CHansen,+D.,+Shneiderman,+B.,+%26+Smith,+M.+A.+(2011).+Analyzing+social+media+networks+with+NodeXL:+Insights+from+a+connected+world.+Morgan+Kaufmann.,+%26+Saxton,+G.+D.+(2010))
- Harlow, & Johnson. (2011). Overthrowing the protest paradigm? How the New York times, global voices and twitter covered. *International Journal of Communication*, 5, 1359–1374.
- Hick, S., & McNutt, J. G. (2002). *Advocacy, activism, and the Internet: Community organization and social policy*. Lycecum Books.
- Horn, J. (2013). *Gender and social movements: Overview report*. England: Institute of Development Studies.
<https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/handle/20.500.12413/16881>
- Kent, M. L., Sommerfeldt, E. J., & Saffer, A. J. (2016). Social networks, power, and public relations: Tertius Iungens as a cocreational approach to studying relationship networks. *Public Relations Review*, 42(1), 91–100.
- Kim, H., Jang, S. M., Kim, S. H., & Wan, A. (2018). Evaluating sampling methods for content analysis of twitter data: *Social Media+ Society*, 4(2).
- Kimball, E., & Kim, J. (2013). Virtual boundaries: Ethical considerations for use of social media in social work. *Social Work*, 58(2), 185–188.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*.
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=nE1aDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Krippendorff,+K.+\(2004\).+Content+analysis.+An+introduction+to+its+methodology,+2nd+edn.+The+Sage+Commtext+Series.+Sage+Publications+Ltd.,+London&ots=yZcgVrhLaz&sig=Eln6CxCMZ91YBGu](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=nE1aDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Krippendorff,+K.+(2004).+Content+analysis.+An+introduction+to+its+methodology,+2nd+edn.+The+Sage+Commtext+Series.+Sage+Publications+Ltd.,+London&ots=yZcgVrhLaz&sig=Eln6CxCMZ91YBGu)
- Lei, Z., Chen, Y., & Lim, M. K. (2021). Modelling and analysis of big data platform group adoption behaviour based on social network analysis. *Technology in Society*, 65, 101570.
- Liu, R., Feng, S., Shi, R., & Guo, W. (2014). Weighted graph clustering for community detection of large social networks. *Procedia Computer Science*, 31, 85–94.
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337

- Margetts, H. Z., John, P., Hale, S. A., & Reissfelder, S. (2013). Leadership without leaders? starters and followers in online collective action. *Political studies*, 63(2), 278–299. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12075>
- Mashabi, & Ihsanuddin. (2020, September). *Alasan Pro dan Kontra Pilkada Serentak di Tengah Pandemi Covid-19 Halaman all - Kompas.com*. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/09/24/072900565/alasan-pro-dan-kontra-pilkada-serentak-di-tengah-pandemi-covid-19?page=all>
- McNutt, J. G., & Boland, K. M. (2016). Electronic advocacy by nonprofit organizations in social welfare policy: *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 28(4), 432–451. <https://doi.org/10.1177/0899764099284004>
- Miranda, S. M., Young, A., & Yetgin, E. (2016). Are social media emancipatory or hegemonic? societal effects of mass media digitization in the case of the sopa discourse on JSTOR. *MIS Quarterly*, 40(2), 303–329.
- Mubarok, A. M. (2020, Agustus 1). *Dukung pilkada serentak 2020 jadi gerakan melawan COVID-19*. <https://nasional.sindonews.com/read/119868/12/dukung-pilkada-serentak-2020-jadi-gerakan-melawan-covid-19-1596265686>
- Obar, J. A., Zube, P., & Lampe, C. (2012). Advocacy 2.0: An analysis of how advocacy groups in the united states perceive and use social media as tools for facilitating civic engagement and collective action. *Journal Of Information Policy*, 2, 1–25.
- Puspita, R. (2020, Desember 14). *Mahfud MD: Belum ada klaster covid-19 terkait pilkada*. *Republika Online*. <https://republika.co.id/berita/pilkada-2020/pilkada/qlbv43428/mahfud-md-belum-ada-klaster-covid19-terkait-pilkada>
- Queiro-Tajalli, I., McNutt, J., & Campbell, C. (2016). International social and economic justice and on-line advocacy. *International Social Work*, 46(2), 149–161
- Rao, H., Morrill, C., & Zald, M. N. (2000). Power plays: How social movements and collective action create new organizational forms. *Research in Organizational Behavior*, 22, 237–281.
- Ratnasari, E., Sumartias, S., Romli, R., Raya Bandung-Sumedang, J. K., Sumedang, K., & Barat, J. (2020). *Penggunaan message appeals dalam strategi pesan kampanye anti kekerasan berbasis gender online*. 18(3), 352–370.
- Rim, H., Lee, Y. A., & Yoo, S. (2020). Polarized public opinion responding to corporate social advocacy: Social network analysis of boycotters and advocates. *Public Relations Review*, 46(2).
- Rothman, J. (2007). Multi modes of intervention at the macro level. *Journal of Community Practice*, 15(4), 11–40.
- Rundstadler, M. (2019). *The pros & cons of digital advocacy - boardroom*. <https://boardroom.global/the-pros-cons-of-digital-advocacy/>
- Sanders, C. K., & Scanlon, E. (2021). The digital divide is a human rights issue: Advancing social inclusion through social work advocacy. *Journal of Human Rights and Social Work* 2021 6:2, 6(2), 130–143.

- Sawmiller. (2010). Classroom blogging: What is the role in science learning? on JSTOR. *The Clearing House*, 83(2), 44–48.
- Saxton, G. D., Niyirora, J. N., Guo, C., & Waters, R. D. (2015). #AdvocatingForChange: The strategic use of hashtags in social media advocacy. *Advances in Social Work*, 16(1), 154–169.
- Scaramuzzino, G., & Scaramuzzino, R. (2017). The weapon of a new generation?—Swedish Civil Society Organizations' use of social media to influence politics. *Journal of information technology & politics*, 14(1), 46–61.
- Scott, J. B. (2021). Digital failures in abolitionist ethnography. *Social Analysis*, 65(1), 123–132. <https://doi.org/10.3167/SA.2021.650108>
- Sheafor, B. W., & Horejsi, C. R. (2014). *Techniques and guidelines for social work practice + pearson etext access card*.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody clay shirky allen lane an imprint of penguin books*. www.penguin.com
- Shulin, Z., & Chienliang, K. (2018). How social media are changing nonprofit advocacy: Evidence from the crowdfunding platform in Taiwan. *China Nonprofit Review*, 10(2), 349–370.
- Snow, D. A., Soule, S. A., & Kriesi, H. (2008). *The blackwell companion to social movements - Google Books*. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=VYrPtQGrKkIC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Snow,+D.+A.,+Soule,+S.+A.,+%26+Kriesi,+H.+\(Eds.\).+\(2008\).+The+Blackwell+companion+to+social+movements.+John+Wiley+%26+Sons+&ots=ntNGvqiZFc&sig=pjhlN8Jfnz4qYkRkgLtT_RkR93s&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=VYrPtQGrKkIC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Snow,+D.+A.,+Soule,+S.+A.,+%26+Kriesi,+H.+(Eds.).+(2008).+The+Blackwell+companion+to+social+movements.+John+Wiley+%26+Sons+&ots=ntNGvqiZFc&sig=pjhlN8Jfnz4qYkRkgLtT_RkR93s&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Steinberg, S. (2017). #Advocacy: Social media activism's power to transform law. *Kentucky Law Journal (Lexington, Ky.)*, 105(3), 2.
- Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2018). Election campaigning on social media: Politicians, audiences, and the mediation of political communication on facebook and twitter. *Political Communication*, 35(1), 50–74.
- Suharto, E. (n.d.). *Filosofi dan peran adkasi dalam mendukung program pemberdayaan masyarakat*. Diambil 10 Mei 2022, dari <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/30744>
- Susanto, N., & Thamrin, M. H. (2021). Environmental activism and cyber-advocacy on social media: A case study from Indonesia. *JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)*, 25(2), 148–166.
- Suwitri, S. (2008). Jejaring kebijakan dalam perumusan kebijakan publik: Suatu kajian tentang perumusan kebijakan penanggulangan banjir dan rob pemerintah Kota Semarang. *Jurnal Delegasi, Jurnal Ilmu Administrasi, STIA Banjarmasin*, 6(3), 1–32.
- Taylor, M., & Kent, M. L. (2014). Dialogic engagement: Clarifying foundational concepts.
- Taylor, M. P. (2021). All talk and no action? A comparative analysis of nonprofit twitter chats.
- Tsai, W. H. S., Tao, W., Chuan, C. H., & Hong, C. (2020). Echo chambers and social mediators in public advocacy issue networks. *Public Relations Review*, 46(1), 101882.

- Tuhuteru, H., & Iriani, A. (2018). Analisis kolaborasi penelitian ilmiah dosen fakultas X dengan Social Network Analysis (SNA). *JuTISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 4(1), 149–158.
- van der Graaf, A., Otjes, S., & Rasmussen, A. (2016). Weapon of the weak? The social media landscape of interest groups. *European Journal of Communication*, 31(2), 120–135.
- Varone, F., Ingold, K., & Jourdain, C. (2017). Studying policy advocacy through social network analysis pa. *European Political Science*, 16(3), 322–334.
- Venkatraman, M. P. (1989). Opinion leaders, adopters, and communicative adopters: A role analysis. *Psychology & Marketing*, 6(1), 51–68.
- Waters, R. D., & Jamal, J. Y. (2011). Tweet, tweet, tweet: A content analysis of nonprofit organizations' Twitter updates. *Public Relations Review*, 37(3), 321–324.
- Williams, S. (2016). #SayHerName: using digital activism to document violence against black women. *Feminist Media Studies*, 16(5), 922–925.

