

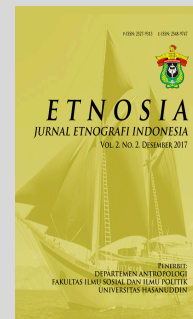
ETNOSIA: JURNAL ETNOGRAFI INDONESIA

VOLUME 4 EDISI 1, JUNI 2019

P-ISSN: 2527-9319, E-ISSN: 2548-9747

Terakreditasi Ristekdikti SINTA 2. No. 10/E/KPT/2019

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-4.0 International License



Online Social Movement: **Adopsi Teknologi Informasi dalam Melakukan Gerakan Sosial di Indonesia**

¹Ahmad Ismail, ²Hardiyanti Munsu, ³Amril Hans

^{1,2} Departemen Antropologi FISIP Universitas Hasanuddin.

³ Departemen Ilmu Administrasi FISIP Universitas Hasanuddin.

Email Coresponden: ahmadismailguntur@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

sosial media; internet;
gerakan sosial; akademi
berbagi; masyarakat sipil.

How to cite:

Ismail, A., Munsu, H.,
Hans, A. (2019). Online
Social Movement: Adopsi
Teknologi Informasi dalam
Melakukan Gerakan Sosial
di Indonesia. *ETNOSIA:
Jurnal Etnografi
Indonesia*. 4(1): 91 – 114.

DOI:

10.31947/etnosia.v4i1.5039

ABSTRACT

This article aims to explain whether the social movements carried out on the internet are limited to click activism or merely mere symbolic resistance, or even beyond that? The case of the social movement raised in this study is the Akademi Berbagi Movement based on the internet, especially social media. the movement that combines online and offline gives its own nuances in doing social movements. This study used a qualitative approach with the method of connected ethnography carried out for 5 months. From the results of the research, the Akademi Berbagi Movement is one of the forms of the birth of civil society. The movement that combines online and offline has provided the context, validation and attachment of more participation by volunteers in carrying out social movements, thus giving birth to what is called 'online social movements'. This also complements the concept that Nugroho (2011) refers to as "click activism", with the case of the movement raised in this study, social movements carried out on the internet exceed what is called click activism, and volunteerism is done more than just being involved in movement online, but volunteerism is also done in an offline context so that this movement is not just "click" but also provides real space for movement.

Copyright © 2019 ETNOSIA. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Pada awalnya di banyak negara, blokir atau sensor terhadap internet beralasan untuk memblokir situs-situs pornografi, karena dengan alasan ini bisa dengan mudah mendapatkan dukungan masyarakat, tapi perlahan-lahan keperluan yang prinsip dari blokir/sensor akan terkuak yaitu soal politik dan keamanan pemerintah. Blokir meluas pada konten yang mengkritik pemerintah dan

membeberkan kejelekan sistem birokrasi pemerintahan, bagi negara demokrasi jelas tak mudah, tapi bagi negara yang masih tak jauh dari rantai belenggu kekuasaan yang otoriter, akan sangat mudah tergoda untuk melakukan blokir/sensor internet, karena takut derasnya arus informasi dapat mengganggu stabilitas rezim yang sedang melakukan konsolidasi kekuasaannya. Jadi negara yang paling gencar sensor internet hanya menunjukkan ciri bahwa negara itu masih bersifat otoritarian. Ada 10 negara yang sangat gemar menyensor internet¹, yaitu: Korea Utara, Burma, Kuba, Arab Saudi, Iran, China, Syria, Tunisia, Vietnam, dan Turkemnistan. Pada beberapa negara yang tidak membatasi penggunaan internet, khususnya di Indonesia, internet telah dijadikan sarana untuk melakukan gerakan sosial melalui berbagai macam platform sosial media. Hal ini menunjukkan aktivisme masyarakat sipil di Indonesia mulai bangkit dan terus menerus distimulasi oleh sosial media.

Penelitian tentang gerakan sosial telah banyak dilakukan baik secara akademis maupun praktis. Diantaranya, karya Singh (2010) yang melakukan penelitian gerakan sosial baru di India, melihat bagaimana ruang-ruang yang di kuasai oleh negara berdasarkan kasta-kasta kebudayaan mendominasi dan memperkecil ruang masyarakat sipil untuk melakukan dan memanfaatkan ruang yang dikuasai berdasarkan asas keadilan, maka kemudian muncullah berbagai gerakan di India untuk melakukan gerakan perlawanan tetapi tidak dengan cara anarkis, non-kekerasan serta aksi kolektif oposisional dari gerakan feminis dan ekologi yang utamanya bersifat non-kelas dan non-revolusioner. Gerakan sosial di India bersifat non-radikal dalam artian bahwa mreka tidak menolak kerangka demokratis dari sistem politik di India. Gerakan tersebut merupakan mobilisasi sosial yang bersifat non-materialistik, non-ekonomi.

Berbeda dengan penelitian Scott, yaitu *Senjatanya Orang-orang yang Kalah*" (2007) mendokumentasikan penelitian tentang perlawanan keseharian kaum tani yang tak tercatat sejarah. Perlawanan kaum tani, yang terjadi dalam bentuk pembakaran hasil panen, dipandang bukan sebagai gerakan terorganisir, melainkan hanya pelampiasan kemarahan secara destruktif dan membabi buta akibat eksploitasi yang kelewatan, misalnya pajak yang teramat tinggi. Kaum tani –dengan sikap pasrah dan *apa adanya* yang masih tergantung pada alam – dianggap tidak revolusioner. Penelitian Scoot dapat dipahami sebagai sebuah Gerakan Sosial Marxist, dengan melakukan perlawanan-perlawanan terhadap penguasa, namun perlawanan tersebut dilakukan secara kultural, maka gerakan tersebut mengabaikan prinsip-prinsip organisasi seperti apa yang didefinisikan oleh Signh dan Taurrine.

¹ Catatan kaki teknologi Informasi. 10 negara yang paling Sering Mem-blokir Internet. 22 November 2017 <http://asrul.blogdetik.com/inilah-10-negara-yang-paling-sering-memblokir-internet/> diakses pada tanggal 16 oktober 2018.

Berbeda dengan gerakan seperti yang dijelaskan di atas, Faisal (2008) melakukan penelitian Gerakan *Greenpeace Online Activist*. Gerakan tersebut merupakan sebuah wadah aktivis-aktivis yang ada di seluruh dunia yang terhubung melalui dunia *cyberspace* di mana melalui *cyberspace* mereka dapat melakukan aksi-aksi yang berdampak pada perkembangan riil terhadap isu yang diangkat oleh *greenpeace*. Gerakan "*greenpeace online activist*" menjadi program yang tepat bagi karakter masyarakat seperti saat ini di mana kehadiran internet sudah tidak lagi mahal dan mudah dijangkau oleh semua kalangan. Faisal mengatakan bahwa akan sangat susah *greenpeace* meminta dukungan dan aksi kongkrit dan mobilisasi massa akan sangat susah dilakukan. Namun, dengan menggunakan internet, *greenpeace* akan sangat mudah melakukan mobilisasi massa. Gerakan ini telah memanfaatkan teknologi informasi - internet - untuk melakukan gerakan. Yang ditampilkan dalam gerakan ini dapat dilihat berupa gerakan semiotika yang dihadirkan dalam gerakan tersebut. Sangat jelas terlihat bahwa target dari gerakan *greenpeace online activist* adalah masyarakat yang sudah tidak memiliki waktu lagi. Melalui slogan "*one minute. A World of Difference*"², gerakan *greenpeace online activist* mencoba untuk menunjukkan betapa di dunia yang berlogika waktu, masyarakat yang sudah tidak memiliki waktu untuk aktif di gerakan tersebut ternyata dapat memberikan sumbangsih melalui media internet. Menurut Faisal (2008) Apa yang dilakukan oleh gerakan *greenpeace online activist* dalam aktivitasnya dapat dikelompokkan ke dalam *symbolic politics* dan *information politics*. Karena mobilisasi massa oleh *greenpeace online activist* hanya sekedar perlawanan simbolik seperti petisi dan pemberian surat kepada pembuat kebijakan daripada perlawanan nyata dan advokasi langsung dalam masyarakat.

Sama halnya dengan apa yang dijelaskan oleh Faisal (2008), Nugroho (2011) juga melakukan penelitian di Indonesia dengan melihat keterlibatan dan aksi masyarakat sipil, dalam melakukan aktivisme dengan mengadopsi teknologi internet. Salah satu kesimpulannya yang sangat menarik ialah tentang "*click activism*". Hal ini juga mendapatkan kritik apakah gerakan media sosial adalah gerakan nyata yang punya bobot yang sama dengan aktivisme gaya lama, dan bagaimana kelanjutan antara realitas maya dengan realisasi yang nyata, walaupun penting seringkali juga diartikan bahwa gerakan yang hanya sekedar berada di online saja, sebatas twitter #hashtag atau facebook, punya makna yang lebih sedikit daripada kehadiran di jalan dengan ikat kepala, atau ikut berteriak di persidangan.

Berdasarkan penjelasan di atas, mulai dari gerakan sosial di India (singh, 2010), gerakan perlawanan tani terhadap kaum revolusioner (Scoot, 2007), Gerakan *Greenpeace Online Activist* (Faisal, 2007) dan simpulan *one click activism*

² www.greenpeace.org diakses pada tanggal 1 Desember 2018.

(Nugroho, 2011), menarik untuk membuat kerangka ulang dalam melakukan penelitian ini sehingga apa yang dilakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya. Artikel ini akan menjelaskan bagaimana masyarakat sipil dalam melakukan gerakan sosial membentuk organisasi dan mengadopsi teknologi internet – Twitter, Facebook, dan Blog – dan implikasi gerakan sosial dengan mengadopsi internet dalam melakukan gerakan sosial.

2. Metode Penelitian

Para ahli mencatat bahwa terjadi keengganan antropologi untuk merangkul kajian internet di mana masyarakat mendapatkan tantangan baru dengan pergulatan dunia teknologi (Schwimmer 1996; Wilson dan Peterson 2002). Teknologi baru ini yaitu internet menawarkan komunikasi lebih cepat dan lebih luas melalui *e-mail* (surat elektronik), newsgroup USENET, jurnal online, dan situs-situs jaringan sosial. Teori masyarakat yang cukup dianggap konvensional oleh beberapa ahli, ialah bahwa budaya dan sifat dari etnografi didefinisikan sebagai lokus interaksi sosial tatap muka dengan media lainnya sebagai tambahan. Media adalah perifer dengan budaya; teknologi pada umumnya sering dipandang sebagai konteks, dan reproduksi budaya. Pada saat yang sama studi media massa diakui bahwa kekuatan televisi dan film misalnya mampu membuat narasi, cerita, untuk membentuk persepsi identitas oleh masyarakat (Galston, 2000).

Namun, dalam keengganan tersebut, beberapa antropolog mencoba melakukan penelitian dalam mengkaji tentang internet dan masyarakat *cyberspace*. Antropologi sebagai disiplin ilmu, sangat memungkinkan untuk mengkaji studi komunitas online (Escobar 1994). Axel (2004) menekankan bahwa internet memaksa antropolog memikirkan kembali prosedur penelitian. Internet telah dipandang sebagai konstruksi budaya dan budaya itu sendiri dipandang bukan hanya sebagai alat. Antropolog seharusnya mendefinisikan kembali masyarakat yang dipisahkan dari batas-batas geografis, batas-batas teritori atau lokasi lahan, telah dibuat ruang baru yaitu internet sebagai tempat lain/ruang untuk menemukan praktek-praktek budaya, pembentukan identitas, produksi pengetahuan, dan praktik keagamaan. Escobar (1994) telah gambarkan internet sebagai 'domain baru' dalam studi antropologi:

“The study of cyberculture is particularly concerned with the cultural constructions and reconstructions on which the new technologies are based and which they in turn help to shape...any technology represents a cultural invention, in the sense that it brings forth a world; it emerges out of particular cultural conditions and in turn helps to create new ones.”

Tentunya, melakukan penelitian di dunia virtual dan di dunia real tentu berbeda. Karena subjek yang akan disentuh sama tetapi dengan memiliki dunia masing-masing maka penelitian ini dilakukan dengan metode dan strategi khusus untuk mencapai informan. Salah satunya ialah dengan menggunakan metode *connective ethnography* (Scimier, 2010). Metodologi ini bertujuan untuk mendokumentasikan dan memahami *social practice* yang bergerak melintasi ruang fisik dan virtual. Metode *connective ethnography* dikonseptualisasikan oleh Scimier ketika ia melakukan penelitian pada siswa sekolah menengah untuk menjelaskan bahwa sekelompok siswa membentuk pengalaman mereka sendiri dengan media digital 'online' dan ruang fisik sekolah. Secara khusus, Scimier berusaha menyoroti beberapa "*moving traveling practices*" pada siswa sekolah menengah di seluruh konteks online dan offline, dalam rangka mewujudkan bagaimana praktek-praktek tersebut membentuk dunia sosial mereka (Scimier, 2010;43).

Praktek-praktek gerakan sosial di ruang fisik dianggap sebagai sebuah konteks offline dan virtual dianggap sebagai sebuah konteks online. Etnografi berbasis lapangan sering dibatasi ruang fisik (lihat Malinowski, 1932; Turner, 1977, Geertz, 1973). Namun pendekatan *Connective Ethnography*, memungkinkan saya untuk mengeksplorasi dan tidak terikat pada ruang dan waktu (Hine, 2000; Scimier, 2010). Dengan cara ini, pembentukan budaya yang dihasilkan melalui praktek-praktek sosial saat mereka melakukan perjalanan melintasi ruang fisik dan ruang virtual, bergerak melampaui pemahaman tradisional batas-batas geografis untuk fokus pada cara di mana konteks budaya yang dibangun secara diskursif (Hine, 2000; Scimier, 2010).

Subyek penelitian ini adalah Gerakan Akademi Berbagi yang berbasis di internet yaitu twitter, juga gerakan ini memanfaatkan aplikasi media sosial lainnya seperti facebook, blog, *mailing list*, dan WhatsApp. Segala bentuk media sosial dan aplikasi sosial yang ada dan diganrunji oleh masyarakat Indonesia dimanfaatkan oleh Akademi Berbagi untuk menyebarkan informasi kepada seluruh relawan mengenai gerakan tersebut.

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, Dalam kurun waktu tersebut, Kami lebih banyak melakukan pengumpulan data melalui pengamatan online dan offline serta melakukan wawancara kebeberapa relawan Akademi Berbagi. Selama melakukan pengumpulan data, saya juga terlibat dalam kegiatan kelas Akademi Berbagi terutama Akademi Berbagi di Jakarta dan Akademi Berbagi di Makassar. Beberapa kelas saya ikuti untuk bisa melebur saya sebagai peneliti dengan informan, baik secara online maupun offline. Dengan cara meleburkan diri saya kepada beberapa aktivitas Akademi Berbagi, saya dengan mudah melakukan wawancara mendalam kepada beberapa aktor penggerak Akademi Berbagi, baik di Jakarta maupun di luar Jakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *connective ethnography* pada kasus Gerakan Akademi Berbagi yang berbasis di internet. Sebagai suatu kajian yang menggunakan pendekatan kualitatif, maka penekanannya pada proses daripada hasil, serta cenderung melibatkan hubungan kepercayaan antara saya sebagai peneliti dengan informan. Pertama, saya melakukan pengamatan digital (*digital observation*) pada konteks online terhadap setiap akun twitter Akademi Berbagi Indonesia yaitu @AkberIndonesia, laman facebook Akademi Berbagi dan blog www.akademiberbagi.org. Pengamatan ini dilakukan agar saya dapat melakukan identifikasi terhadap para aktor Gerakan Akademi Berbagi untuk kemudian nanti saya akan melakukan wawancara mendalam dengannya. Juga, pengamatan digital dilakukan untuk melihat event yang dilakukan, bentuk interaksi, dan bentuk informasi seperti gambar, video, link, teks, yang di *share*, *posting*, di twitter, facebook dan blog. pada konteks offline, saya melakukan pengamatan pada setiap kelas yang dibentuk, bagaimana relawan, guru, dan murid berinteraksi, dan bentuk wacana yang dikembangkan.

Metode *Connective Ethnography* memungkinkan peneliti untuk melakukan wawancara online tanpa harus melakukan *face to face* tanpa harus melibatkan interaksi secara fisik untuk melakukan wawancara (Schimier, 2010; 55). Wawancara pun dilakukan pada dua ruang online dan offline. Wawancara online yaitu melalui sosial media yaitu twitter, facebook dan email kepada seluruh komponen Akademi Berbagi yaitu relawan, guru dan murid untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana proses gerakan itu berlangsung di internet dan bagaimana bentuk-bentuk keterlibatan dalam melakukan Gerakan Akademi Berbagi. Pada konteks offline, wawancara ini diperuntukkan untuk melakukan pendalaman data kepada informan untuk mendapatkan data yang komprehensif tentang Gerakan Akademi Berbagi yang dilakukannya.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

- **Twitter: Gerakan Bermula dari 140 Karakter**

"Jika saya di minta berterima kasih berkaitan dengan gerakan ini, maka pertama saya akan berterima kasih kepada si burung biru kecil, yaitu twitter"(Ainun Chonsum, Penggagas Akademi Berbagi)

Tak terasa setelah ia melepas pekerjaan yang sudah lama ia geluti, ada banyak cerita dan pengalaman yang begitu berkesan serta persaudaraan hangat yang tetap terjalin hingga saat ini. Walaupun di kantornya ia merasa nyaman, tetapi ada kegelisahan yang kerap menghampiri. Ia merasa ada sesuatu yang kurang dan tidak sepenuhnya jalani. Hingga akhirnya ia memberanikan diri "pergi" dari zona nyamannya, dan berjalan ke rute baru untuk menyusuri kegelisahan

hatinya. Ia terus berusaha menemukan sesuatu yang bisa menenangkan gelisah hatinya, yang kemudian itu dipahami sebagai *passion* (hasrat). Setelah ia membaca buku Rene Suhardono “*Your Job Not You Career*” kemudian ia pun mencoba menemukan apa yang menjadi *passion* nya. Pada saat itu dunia twitter sedang booming, setelah sebelumnya ia cukup aktif *ngeblog* dan main-main di facebook. Di twitter ia menemukan banyak hal, informasi dan pembelajaran. Hingga kemudian ia ingin belajar lagi tentang berbagai ilmu untuk menjawab gelisah hati.

Di twitter ia menemukan “guru-guru” yang dengan senang hati berbagi ilmu di linimasa (*timeline*), kemudian ia memberanikan diri meminta mereka mengajar di kelas, bertatap muka langsung dengan murid-muridnya dan bisa berdiskusi juga dengan para guru di twitter. Dari situlah awal mula Akademi Berbagi dibentuk. Banyak guru yang sudah terlibat seperti Subiakto CEO Hotline Advertising, Budiono Darsono Pemimpin Redaksi Detikcom, Aidil Akbar Madjid CEO Aidil Akbar FinCheckUp, Enda Nasution Managing Director PT Saling Silang, Glenn Marsalim mantan Creative Director Ogilvy, Prabu Revolusi Anchor Metro TV, Clara Ng penulis novel dan buku cerita anak, Budiman Hakim CEO Max909, Yanuar Nugroho Peneliti Manchester Univesity London, Iwan Setiawan mantan Direktur AC Nielsen New York dan masih banyak lagi. Mereka mengajar dengan suka rela tanpa meminta bayaran.

Bermula dari twitter gerakan ini di galakkan. Bermula dari seorang perempuan yang bernama Ainun Chomsun dikenal dengan nama akun *Twitter @pasarsapi* adalah seorang perempuan yang memulai cerita gerakan ini. Hidup dengan penuh rasa ingin tahu yang tinggi dan rasa akan haus belajar yang besar pula, ia selalu percaya bahwa ilmu akan bermanfaat ketika ilmu tersebut bermanfaat buat dirinya sendiri dan orang lain. dengan keyakinan tersebut, maka belajar baginya merupakan kebutuhan batin akan hasrat tentang pengetahuan.

Dengan prinsip tersebut, maka percikan Gerakan Akademi Berbagi muncul. Ia adalah pengguna sosial media aktif yaitu twitter. Bermula dari keingintahuannya untuk belajar *copywriting* ia memberanikan diri untuk *mention*³ salah satu CEO *Hotline Advertising* yaitu Subiakto Priosoerdarsono: “Pak Subiakto, saya mau belajar *copywriting* tapi saya bukan orang iklan?”. Tak disangka oleh ibu satu anak tersebut, ternyata sapaannya melalui twitter dijawab oleh CEO sekaligus praktisi periklanan tersebut “Saya mau ngajarin kalian, tapi kumpul 10 orang, nga usah banyar, gratis di kantor saya”. Dari *respons* tersebut, sang CEO tersebut bersedia mengajarkan *copywriting* namun Ainun Chomsun harus mengumpulkan 10 orang untuk dilaksanakan kelas tersebut.

³ Merupakan istilah dalam twiiter yang artinya “menyinggung” tetapi dalam hal ini berarti “menyapa”

Kemudian Ainun membuat pengumuman melalui akun twitternya; “*siapa yang mau belajar copywriting, dengan bapak Subiakto gratis, nga usah bayar langsung mention saya*”. Setelah mengumumkan kegiatan belajar tersebut di akun twitternya, ternyata ada sekitar 30 orang yang merespon untuk ikut belajar *copywriting* bersama CEO tersebut. Karena yang mendaftar lebih dari 10 orang, maka Subiakto menambah kapasitas menjadi 20 orang tidak lebih. Maka kelas pertama sebagai cikal bakal akademi berbagi muncul di sini. Kelas ini dilakukan pada bulan Juli tahun 2010 dan dilakukan di kantor Subiakto.

Pada proses belajar yang dilakukan, Ainun merasa bahwa ada banyak teman-teman yang ingin mengikuti kelas tersebut, tetapi hanya di batasi sebanyak 20 orang saja, maka dari itu ia membuat *live twett*⁴ selama proses belajar berlangsung agar yang tidak berkesempatan mengikuti kelas tersebut dapat mendapatkan ilmunya melalui *twitt-twitt* yang dibuat oleh Ainun. Karena kelas pertama di rasa tidak cukup, maka kelas kedua pun di buka dengan materi yang sama, semakin banyak yang menawarkan diri untuk menjadi pengelola, guru dan murid di kelas-kelas selanjutnya. Maka dari sinilah dianggap oleh Ainun bahwa apa yang dilakukan bisa bermanfaat buat orang lain. dari keinginan Ainun Chomsun memperdalam ilmu periklanan menjadi kunci pembuka gudang ilmu bernama Akademi Berbagi, sebuah gerakan berbagi ilmu cuma-cuma kepada siapa saja yang mau belajar. Dari sinilah Gerakan Sosial Akademi Berbagi Indonesia muncul, dan hal inilah yang merupakan cikal bakal munculnya gerakan ini. Orang-orang yang mengikuti kelas pertama dan kelas-kelas berikutnya yang dianggap aktif mengikuti kelas yang ada, diminta oleh Ainun untuk menjadi pengelola gerakan ini dan juga memanfaatkan jaringan komunitas dalam mengembangkan apa yang dianggap oleh Ainun yaitu “virus berbagi” di seluruh Indonesia. Seperti Umar yang bekerja di Salingsilang.com juga membantu membesarkan gerakan ini.

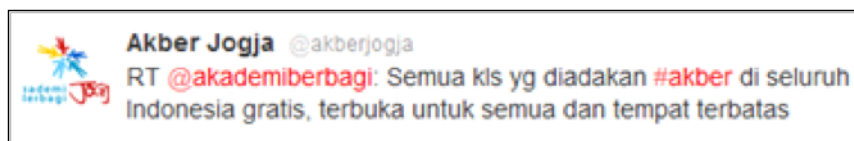
Mengapa kemudian gerakan ini bisa berkembang dengan pesat dan dilakukan dengan konsisten. Awalnya, penggagas Akademi Berbagi tidak memikirkan sejauh ini tentang gerakan yang di ciptakan tanpa sengaja dan di duga ini. Kegelisahannya melihat pendidikan di Indonesia yang biaya cenderung meningkat setiap tahun tetapi tidak memperlihatkan kualitas. Pendapat Ainun Chomsun ialah pada dasarnya hak dasar manusia yang wajib diselenggarakan oleh negara dengan baik adalah pendidikan dan kesehatan. Namun, keresahannya akan biaya pendidikan yang cenderung meningkat sedangkan banyak orang yang ingin melanjutkan pendidikan tidak mampu karena biaya. Karena ia juga adalah seorang ibu dan memiliki satu orang anak, maka ia pun merasakan bahwa biaya pendidikan semakin mahal dan semakin tidak

⁴ Membuat *twitt-twitt* berkaitan dengan materi belajar agar bisa di ikuti orang lain yang tidak sempat mengikuti kelas.

terjangkau untuk anak yang kurang mampu. Sehingga hak-hak dasar manusia akan pendidikan tidak tercapai padahal itu diamanahkan di UUD. Dari keresahannya inilah juga ia semakin yakin untuk selalu menyebarkan visi untuk berbagi ilmu kepada siapa pun untuk belajar dan membuka kelas-kelas gratis untuk siapa saja yang ingin belajar di Akademi Berbagi.

Gerakan ini berhasil karena terdapat kecenderungan ketidakpuasan dengan sistem pendidikan yang berjalan di Indonesia. Di Akademi Berbagi ini, para murid dapat sepenuhnya menimba ilmu dari para pakar secara gratis. Menurut Ainun, banyak pekerja yang pergi kuliah sebelumnya, tapi mereka tidak tahu apa-apa, karena dunia kerja jauh berbeda dengan dunia perkuliahan. Akademi Berbagi diharapkan menjadi jembatan untuk mengisi gap dunia pendidikan. Di Akademi Berbagi, pengajar bukan hanya menyampaikan ilmu tetapi juga membagikan pengalaman mereka dalam melakukan pekerjaannya.

Di suatu kelas, praktisi periklanan Budiman Hakim mengusulkan kepada penggagas gerakan yaitu Ainun untuk memberikan nama gerakan kelas-kelas ini yang dilakukan secara berkala ini. Setelah itu, ia kemudian menelusuri beberapa situs di internet untuk mencari nama yang tepat untuk gerakan ini, secara tidak sengaja ia menemukan nama yang sederhana dan mudah di ingat yaitu "Akademi Berbagi", sebab ia menganggap bahwa kelas ini kita memang berbagi satu sama lain tentang ilmu pengetahuan yang bisa diterapkan secara gratis. Mulai dari pemateri yang tidak dibayar sama sekali untuk membagikan ilmunya, tempat belajar pun juga tidak di sewa untuk dijadikan kelas Akademi Berbagi dan murid di gratiskan untuk mengikuti kelas Akademi Berbagi, yang merasa butuh pembelajaran dan pengetahuan tentang materi yang disiapkan maka murid pasti datang (**Gambar 1**).



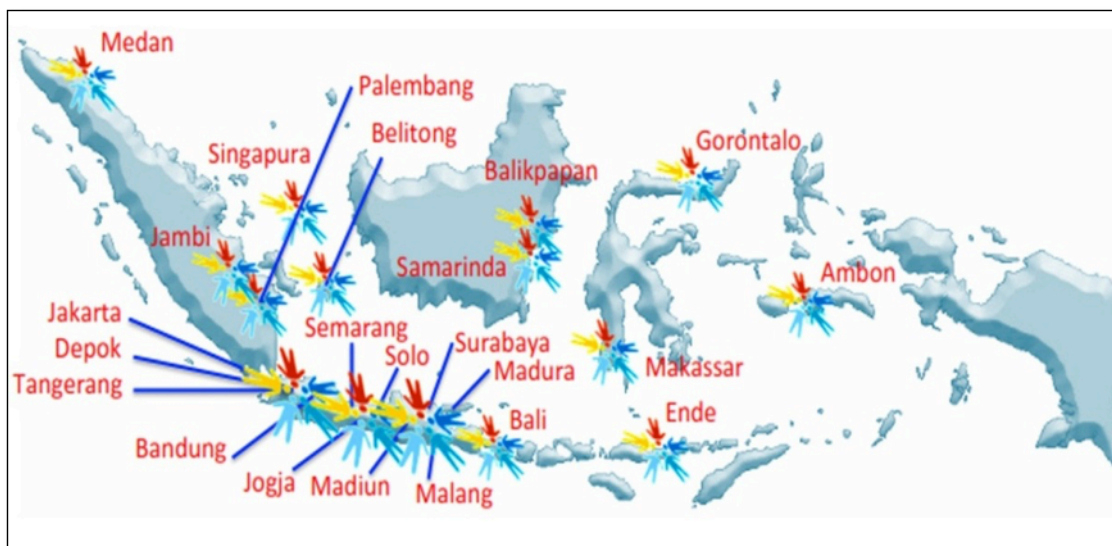
Gambar 1. Twitter Akademi Berbagi Jogjakarta

Karena gerakan ini merupakan gerakan pendidikan, maka Akademi Berbagi banyak meminjam konsep sekolah formal untuk memudahkan pengorganisasian agar gerakan ini berjalan lancar dan mudah di duplikasi di setiap kota, yaitu: (1) kepala sekolah: Setiap kota memiliki 1 orang kepala sekolah dan 2 - 5 orang pengurus; (2) kelas belajar: inti dari Gerakan Akademi Berbagi ialah membuat kelas-kelas belajar yang dilaksanakan secara rutin, (3) guru; di akademi berbagi, guru yang di maksud ialah bukan guru yang hanya bersertifikat atau berijazah, tetapi guru yang profesional di bidang-bidang tertentu seperti, keuangan, fotografi, penulis, CEO, wartawan, konsultan dan lain-lain yang ilmunya merupakan ilmu terapan bisa secara langsung menjadi

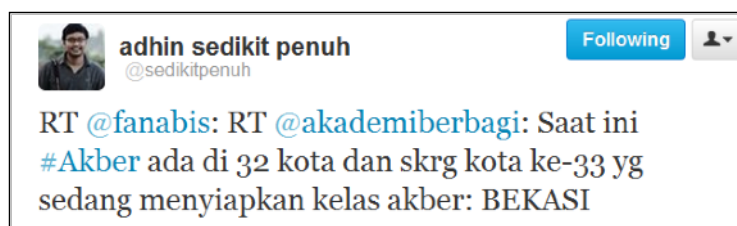
guru di akademi berbagi, di kelas Akademi Berbagi, tidak hanya pengetahuan tentang bidang tertentu yang di *share*, tetapi pengalaman menjalani profesi atau bidang tertentu juga di *share* agar peserta kelas dapat mengerti tantangan dalam menjalani profesi atau bidang tertentu. (4) murid; murid adalah orang yang ingin belajar, tidak terikat dan bebas mengikuti kegiatan berbagi di Akademi Berbagi. Keempat konsep tersebut di adopsi dari bentuk sekolah formal untuk memudahkan dalam pengorganisasian agar gerakan ini bisa berjalan dengan lancar.

- **Penyebaran Gerakan Akademi Berbagi Indonesia**

Setelah 2 tahun tepat pada tahun 2012, Gerakan Akademi Berbagi berkembang dengan pesat, karena basis pergerakan Akademi Berbagi dilakukan melalui media sosial yaitu twitter, facebook dan website. Di mulai dari Jakarta pada tahun 2010, kemudian tersebar di seluruh Indonesia dengan bantuan sosial media. Pada tahun 2019, kota yang mengadakan kelas Akademi Berbagi ada 33 Kota di seluruh Indonesia dan beberapa di luar negeri. Persebaran gerakan ini terbilang cepat karena pada saat di umurnya masih 2 tahun pada tahun 2012 gerakan tersebut sudah mencapai persebaran gerakan 33 kota (**Gambar 2**).



Gambar 2. Gerakan Akademi Berbagi di Seluruh Indonesia
Sumber: Akademi Berbagi, masih 22 Kota sedangkan tahun 2012 sudah 33 kota



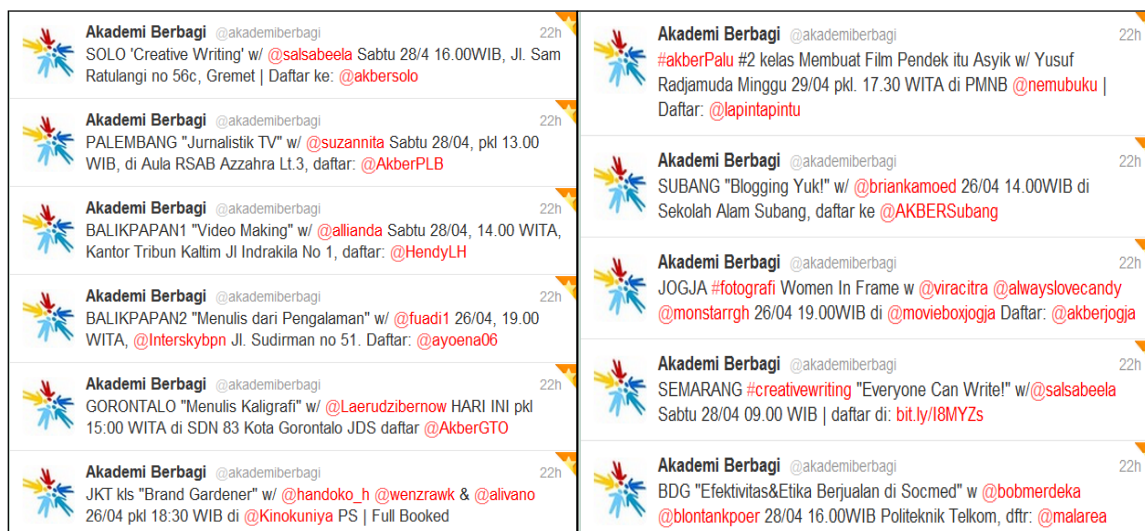
Agar gerakan ini semakin di kenal, Gerakan Akademi Berbagi di sosialisasi dan di publikasi melalui internet – twitter, facebook, blog, dan website. Ini dilakukan agar gerakan ini semakin menyebar dan meluas di seluruh Indonesia agar bisa dimanfaatkan oleh siapa pun untuk membangun jaringan dan komunitas di setiap daerah yang ada.

Ada dua bentuk bagaimana ini gerakan ini menyebar di seluruh Indonesia. *Pertama*, yaitu mengandalkan jaringan atau pertemanan, di mana para aktor Gerakan Akademi Berbagi di Jakarta menghubungi teman-teman yang ada di daerah untuk menyelenggarakan Akademi Berbagi di kota yang bersangkutan, mengandalkan jaringan komunitas untuk menyebarkan gerakan ini. *Kedua*, dengan beberapa komunitas atau orang tidak sengaja menemukan Gerakan Akademi Berbagi dan berinisiatif untuk membuka kelas di kotanya masing-masing. Seperti apa yang terjadi di Kota Madura. Rifki adalah mahasiswa pengguna aktif twitter, dengan tidak sengaja menemukan Akademi Berbagi, kemudian dia mengikuti (*follow*) akun Akademi Berbagi dan mengikuti linamasa (*timeline*) akun tersebut. Setelah mempelajari Akademi Berbagi di twitter, facebook dan blog, kemudian ia menghubungi penggerak untuk ikut membangun gerakan tersebut di Madura dan juga membuka kelas-kelas Akademi Berbagi di Madura.

“saya menemukan Akademi Berbagi di twitter. Awalnya saya mengikuti linimasa (timeline) Akademi Berbagi, ternyata banyak informasi yang menarik, makanya saya berinisiatif untuk membuka kelas Akademi Berbagi di Madura” (Rifki, Kepala Sekolah Akademi Berbagi Madura)

Gerakan Akademi Berbagi sudah ada di 33 Kota di Indonesia, tersebar dari Sabang sampai Merauke dan masing-masing kota memiliki nama akun twitter. Untuk akun nasional yang mendistribusikan informasi secara nasional adalah @akademiberbagi. Akun inilah yang mengatur dan mendistribusikan secara keseluruhan tentang informasi kelas yang akan di adakan di setiap daerah yang ada.

Seperti apa yang dilakukan gambar di bawah ini (**Gambar 3**), Akun @Akademiberbagi mendistribusikan informasi kelas yang ada di setiap Akademi Berbagi di kota-kota di Indonesia, supaya menyosialisasikan kelas-kelas Akademi Berbagi yang ada dan tersebar di seluruh Indonesia dan terlihat oleh masyarakat bahwa gerakan ini sedang berjalan sesuai dengan visi yang mereka bangun sejak awal.



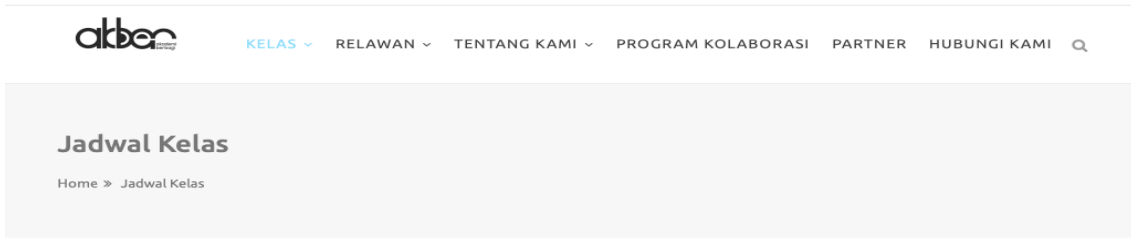
Gambar 3. Twitt Akun Nasional untuk informasi kelas di setiap Kota

Sejak Akademi Berbagi muncul di Jakarta, satu-persatu kota di Indonesia juga membuka kelas Akademi Berbagi. Ini mengindikasikan bahwa apa yang diungkapkan oleh penggagas Akademi Berbagi bahwa “*masih banyak orang baik di negeri ini*” terbukti dengan banyaknya orang menjadi pengurus dan relawan di Akademi Berbagi yang tersebar di Seluruh Kota di Indonesia.

- **Gerakan Kombinasi Online dan Offline**

Gerakan Sosial Akademi Berbagi merupakan gerakan yang menggabungkan online dan offline. Tatap muka yang dilakukan di kelas-kelas Akademi Berbagi dianggap sebagai konteks offline dan pengelolaan dilakukan dengan mengadopsi media digital online yaitu internet yaitu twitter, facebook dan website. Bentuk gerakannya merupakan kelas-kelas singkat yang dilakukan secara rutin di seluruh Indonesia.

Jumlah murid Akademi Berbagi sampai saat ini bervariasi di setiap laman internet yang ada. Di website Akademi Berbagi ada 2.375 orang yang masuk sebagai anggota, di twitter ada 16,334 *followers* dan di facebook 719 anggota (Data Tahun 2012) dan terus meningkat di tahun 2019. Dapat dilihat, jumlah yang paling besar ada pada pengguna twitter. Gerakan ini memang awalnya di mulai dari twitter, dengan tidak sengaja sang penggagas mempunyai ide untuk membentuk gerakan di internet yang berbasis di twitter.



Gambar 4. Laman website Akademi Berbagi



Gambar 5. Akun twitter Akademi Berbagi



Gambar 6. Laman facebook Akademi Berbagi

Sebuah sekolah formal dengan infrastruktur yaitu gedung sekolah, ruang kelas dan guru, kantor sekretariat, lapangan, perpustakaan dan lain-lain namun di Akademi Berbagi yang menjadi infrastruktur mereka ialah sosial media - website, twitter dan facebook. Ketiga laman tersebut dijadikan sebagai gedung dalam mengelola informasi untuk di distribusikan ke seluruh Akademi Berbagi yang tersebar di seluruh Indonesia. Tidak hanya ke 3 laman internet tersebut, melalui SMS, Whatsapp Group, dan *mailing list* dijadikan sebagai sarana untuk berkomunikasi satu sama lain dari setiap relawan untuk kepentingan pengembangan Gerakan Akademi Berbagi.

Ada dua hal yang penting dari penjelasan di atas, ialah bahwa ruang "real" yang dijadikan basis komunikasi untuk pengelolaan informasi gerakan, kini berpindah di ruang-ruang digital seperti internet dan media sosial dan cenderung mengabaikan ruang 'real' dalam proses pengelolaan Gerakan Akademi Berbagi. Ini dianggap sangat efektif jika hal tersebut dibandingkan dengan model pengelolaan secara konvensional yang tidak memanfaatkan sosial media sebagai sarana infrastruktur dalam pengelolaan organisasi.

Selanjutnya, dalam penjelasan ini, saya akan hanya menggambarkan kegiatan akademi berbagi dalam konteks online dan offline di beberapa kota di Indonesia yang bisa merepresentasikan kegiatan akademi berbagi secara keseluruhan. Di mulai dari Akademi Berbagi Jakarta, dengan nama akun Twitter @AkberJKT.



Gambar 7. Akun Akademi Berbagi Jakarta @akberJKT

Akademi Berbagi Jakarta memiliki *follower* sebanyak 8,375 orang, *following* sebanyak 300 orang dan *twitt*-nya sudah mencapai 10,9K *twitt* per 2 Juni 2019. Akun inilah yang digunakan untuk memobilisasi peserta kelas akademi Berbagi Jakarta untuk membuka kelas. di Jakarta, kelas di buka setiap hari Kamis dan dilakukan di mana ada tempat yang bersedia secara sukarela untuk meminjamkan secara gratis, dan informasi tersebut hanya bisa di didapatkan melalui twitter yang kemudian dirujuk ke *website* *akademiberbagi.org* untuk melakukan pendaftaran peserta kelas.

Ketika saya mengikuti kelas Akademi Berbagi di Jakarta, pertama yang saya lakukan adalah melihat pengumuman di twitter dengan akun Akademi berbagi Jakarta @akberJKT, diumumkan bahwa telah di buka kelas mengenai “*Soc-Med: Word of Mouth or Mass Media*” bertempat di wisma BNI di Jln. Jenderal Sudirman. Karena saya merasa materi itu cukup penting buat saya, maka saya mendaftarkan diri jadi murid di kelas tersebut. Setiap kelas selalu di batasi sebanyak 40 orang. Semua proses pendaftaran dilakukan di internet. Setelah saya terdaftar sebagai murid, saya kemudian menunggu jadwal kelas tersebut.

Hari kelas akan berlangsung sudah tiba, kelas akan dilaksanakan hari kamis jam 18.00. 2 jam sebelum kelas di mulai, saya berangkat dari kampus UI menuju ke Wisma BNI di Jln. Jenderal Sudirman dengan menggunakan KRL, setiba saya di Stasiun Sudirman saya kemudian mencari letak Wisma BNI yang letaknya tidak jauh dari stasiun kereta. Karena letaknya tidak terlalu jauh, maka saya memutuskan untuk berjalan kaki menuju wisma BNI. Setiba di lokasi, saya langsung naik ke lantai 26 di kantor Amway. Di situlah kelas Akademi Berbagi Jakarta di laksanakan. Ketika saya masuk, saya melihat sudah banyak murid yang datang untuk mendapatkan pengetahuan tentang materi yang akan di bawakan. Setelah ruangan terasa cukup penuh dan waktu sudah menunjukkan pukul 18.00, maka inisiator Akademi Berbagi Ainun Chonsum membuka kelas tersebut. Maka materi akan segera di mulai. Begitu kelas di mulai kami para murid tidak saling mengenal, jadi tidak ada percakapan antar murid yang terjadi karena masih enggan satu sama lain, di samping itu pula para murid yang telah mengikuti kelas tersebut, sibuk memperhatikan dan melakukan *live twitt* untuk menyebarkan ilmu yang di dapatkan di kelas yang secara langsung di bagikan di akun twitter masing-masing murid di kelas tersebut.

Di kelas selanjutnya dengan materi ‘*financial planning for single*’ yang di ajarkan oleh CEO dari Perusahaan Financial Chek up, Bapak Aidil Akbar, di Kantornya Jln. Kebayoran Baru. Setelah mengetahuinya dari info di twitter, saya kemudian mendaftarkan diri lagi di website Akademi Berbagi, namun karena lokasi kelas sangat sulit saya jangkau, maka kemudian yang saya lakukan adalah cukup mengamati linimasa (*timeline*) Akademi Berbagi Jakarta, karena setiap kelas dari tradisi Akademi Berbagi ialah dengan melakukan *live twitt* berkaitan dengan materi kelas.



Gambar 8. Salah satu Live Twitt Kelas Akademi Berbagi

Cara ini cukup efektif bagi murid yang telah mendaftar atau ingin mendaftar tetapi kelas sudah penuh untuk belajar melalui linimasa twitter Akademi Berbagi Jakarta. Inilah cara proses gerakan Akademi Berbagi yang ditempuh dengan konsep online dan offline. Pada konteks offline, gerakan ini juga dilakukan dengan tatap muka dan dilakukan di ruang kelas yang telah ditentukan, namun pada konteks online, kelas pun tetap bisa berjalan melalui akun twitter masing-masing Akademi Berbagi di seluruh Indonesia.

Apa yang dilakukan di Jakarta, gerakan dengan metode tersebut juga di duplikasi di kota-kota lainnya di Indonesia. Seperti juga apa yang dilakukan di Kota Solo. Kepala Sekolah Akademi Berbagi Solo ialah Imam Subhan. Ia di ajak oleh pengggagas Akademi Berbagi Ainun Chomsun untuk ikut juga menduplikasi metode belajar Akademi Berbagi di Kota Solo. Awalnya, ia menerima tawaran itu dengan biasa saja, membuka kelas Akademi Berbagi di Kota Solo dan mendapatkan relawan untuk mengurus kelas dan mengorganisasi kegiatan Akademi Berbagi di kota Solo. Akademi Berbagi Solo terbentuk pada bulan Maret tahun 2011.

"Saya percaya pendidikan bisa merubah masa depan seseorang, pendidikan yang baik harus bisa didapat oleh semua orang, Akber hadir sebagai salah satu jawaban buat menghadirkan edukasi bagi semua orang... itu alasan saya terlibat di Akber Solo." (Imam Subhan, www.akademiberbagi.org)

Dengan semangat yang sama, Makassar juga membuka kelas Akademi Berbagi. Di mulai pada bulan Agustus tahun 2011, Kelas Akademi Berbagi pertama di buka oleh salah satu dosen FIB Universitas Hasanuddin yaitu Dr. Edward

Polinggomang yang ahli di bidang Sejarah dengan membawakan materi tentang sejarah Kota Makassar yang bertempat di kantor Bakti. Sampai saat ini, Akademi Berbagi Makassar sudah membuka 8 kelas. Awalnya Ecka Ismail (23 tahun) mengetahui Akademi Berbagi ini dari linimasa di twitter, rasa penasarannya bertambah dari beberapa pengguna twitter membicarakan akademi tersebut, salah satu pengguna aktif twitter yang konsen di akademi tersebut adalah Bani Malabar. Ia adalah salah satu pengagas di Akademi Berbagi Gorontalo. Ia mencoba mencari tahu lebih dalam lagi mengenai Akademi Berbagi ke temannya tersebut, namun yang jadi masalahnya Akademi Berbagi tersebut wilayah kerjanya di Gorontalo, kebetulan Ecka Ismail berasal dari Gorontalo namun untuk saat ini hijrah dan belajar Makassar. Ia pun tidak pantang menyerah, karena keinginan Ecka Ismail untuk gabung di komunitas tersebut, ia kembali mencari tahu tentang Akademi Berbagi di tempat tinggalnya sementara di Kota Makassar, berkat pencarian internet dengan bantuan alat *searching google*, Ecka Ismail mendapatkan info mengenai Akademi Berbagi Makassar.



Gambar 9. Akun Akademi Berbagi Makassar @akberMKS

Setelah mem-*follow* akun Akademi Berbagi Makassar, ia melihat linimasa akun tersebut, ternyata kelas di Akademi Berbagi Makassar telah berlangsung beberapa kelas, dan kelas untuk minggu ini di buka pendaftarannya di kelas #AkberMks07 dengan materinya tentang “Menulis Kreatif” dan gurunya adalah Aan Masyur (@hurufkecil). Setelah melakukan registrasi untuk masuk di kelas Akademi Berbagi Makassar ia mendapat email konfirmasi atas pendaftarannya dan telah resmi menjadi siswa di Akademi Berbagi Makassar.

- **Gerakan Sosial *online*: Realitas atau Ilusi Masyarakat**

Penelitian ini mengangkat kasus Gerakan Akademi Berbagi yang dilihat sebagai sebuah gerakan sosial. Ideologi dan *value* yang dimilikinya berbeda dengan yang lain, serta memberikan identitasnya sendiri dalam sebuah gerakan

online. Namun Gerakan Akademi Berbagi dapat dipahami juga sebagai sebuah komunitas atau kelompok dalam masyarakat. Komunitas atau kelompok adalah entitas yang jelas namun istilah ini merupakan istilah yang diperdebatkan diberbagai bidang ilmu seperti antropologi, sosiologi, dan komunikasi, namun komunitas atau kelompok dalam masyarakat adalah salah satu titik fokus penyelidikan antropologi. Sebuah komunitas atau kelompok masyarakat memiliki kebudayaan yang mewujudkan sebuah aturan dalam masyarakat tersebut, memiliki kepentingan bersama, keanggotaan terbatas, ikatan afektif, nilai-nilai bersama, perilaku, dan interaksi berdasarkan kewajiban merupakan elemen-elemen penting dalam melihat masyarakat.

Galston (2000) memulai pembahasan tentang keberadaan komunitas terhadap definisi masyarakat:

A community involves a limited number of people in a somewhat restricted social space or network held together by shared understanding and a sense of obligation. Relationships are close, often intimate, and usually face to face. Individuals are bound together by affective or emotional ties rather than by a perception of individual self-interest. There is a "we-ness" in a community; one is a member.

Galston menarik empat fitur dari definisi ini untuk menilai validitas komunitas: keanggotaan terbatas, memiliki norma bersama, adanya ikatan afektif, dan kewajiban bersama. Juga ditambahkan oleh definisi Bender (1982;8) berikut:

In its deepest sense, a community is a communion... A community is an end in itself: It may offer aid or advantage to its members, but its value is basically intrinsic to its own existence. It does not exist to serve external or instrumental purpose. (Bender, 1982)

Dalam analisisnya, masyarakat merupakan "persekutuan" yang berfokus pada ikatan afektif antar anggota masyarakat satu dengan yang lain. Melompat ke sebelumnya sebentar untuk pertanyaan dari komunitas online, Baym (1995) mempunyai klaim tersendiri tentang masyarakat atau komunitas yang termediasi oleh komunikasi di komputer yaitu:

"...participants in CMC develop forms of expression which enable them to communicate social information and to create and codify group-specific meanings, socially negotiate group-specific identities, form relationships which span from the playfully antagonistic to the deeply romantic and which move between the network and face-to-face interaction, and create norms which serve to organize interaction and to maintain desirable social climates". (Byam, 1995)

Lokasi geografis sering diasumsikan sebagai sesuatu yang melekat dalam mendefinisikan masyarakat. Setiap hari, interaksi tatap muka dipandang perlu untuk mempertahankan kepercayaan antara anggota masyarakat dan jaringan hubungan sosial antar masyarakat, dan juga kewajiban sebagai anggota masyarakat dengan wilayah geografis tersebut.

Dekade terakhir sebelum munculnya internet dan efek globalisasi hari ini, nilai dari hubungan afektif di antara anggota kelompok masyarakat terlihat lebih penting bagi masyarakat dari aktualitas lokasi fisik. Globalisasi dan transnasionalisme terus menunjukkan kepada kita bahwa ikatan sosial, tanggung jawab dan kewajiban dapat melintasi batas-batas negara dengan adanya internet (Axel, 2004; Bernal, 2005; Cohen, 1996; Ignacio, 2005). Kemajuan teknologi telah mempengaruhi komunikasi dengan peningkatan eksponensial dalam kualitas, kecepatan, dan kemudahan akses yang dapat digunakan untuk mengikat anggota, menciptakan konvergensi kesempatan dan kebutuhan. (Hine 2000, Howard and Jones 2004).

Banyak pendapat tentang bagaimana internet menghilangkan batasan ruang dan waktu membuat satu dunia maya yang melampaui batas-batas fisik (Bromberg, 1996), Bromberg (1996) mengusulkan bahwa ini *decoupling* geografi dari peran inti dalam mendefinisikan masyarakat yang telah membuka ruang diskusi bagi kita untuk memikirkan internet sebagai ruang baru bagi masyarakat. Hal ini juga mempengaruhi metode lapangan antropologi.

Jika internet telah menjadi ruang baru bagi masyarakat, maka bagaimana hubungan afektif antara anggota kelompok terbentuk, bagaimana tindakan di internet untuk membuat hubungan ini? Sebagai tempat interaktif, internet memfasilitasi pergerakan informasi, uang, dan komoditas yang dibagi, diperdagangkan, dipertukarkan dan dijual, gambar dan simbol yang dipinjam, dikemas ulang dan melintasi batas bangsa dan etnis (Barber, 2001). Ini adalah sebuah ekspresi dunia baru, berbagi kegembiraan dan tragedi pribadi, perdebatan mengenai tujuan hidup, dan ideologi tentang bagaimana dunia harus dibentuk. Ini berdampak bagaimana kita memahami modal sosial dan perannya dalam ikatan sosial di masyarakat, tetapi juga berdampak pada pentingnya lokalitas fisik dalam membangun modal sosial dan ikatan sosial yang menciptakan masyarakat.

- **Sosial Teknologi: Bentuk Online Activism**

Sejak dekade terakhir ini, penggunaan sosial media semakin meningkat secara signifikan. ini di buktikan dari data penggunaan internet yang di rilis oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia) pada tahun 2017 bahwa penggunaan internet meningkat tajam dari antara tahun 1998 s.d 2017. Sampai pada tahun 2017 pengguna internet meningkat tajam 145.000.000 juta pengguna. Namun, penggunaan internet terpenetrasi pada penggunaan aplikasi sosial media khususnya seperti facebook dan twitter. facebook dan twitter adalah sosial media yang paling banyak di gandrungi oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data pada tahun Indonesia termasuk pengguna terbesar ke 2 di dunia yang mencapai 43.523.740 juta pengguna sedangkan twitter pada

awal tahun 2017, masuk terbesar ke 5 di dunia yang mencapai 49.500.000 pengguna. Ini membuktikan terkait dengan ruang publik bahwa masyarakat kini merindukan adanya ruang publik yang bisa mengakomodir kepentingan baik itu dari kelompok atau individu dan ini terwadahi dengan adanya sosial media, khususnya facebook dan twitter.

Dengan banyaknya pengguna sosial media di Indonesia, maka terbuka peluang untuk melakukan aktivitas-aktivitas online yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sipil yang rindu akan ruang yang netral dan tidak memiliki tekanan kepentingan. Berdasarkan penelitian lapangan yang saya temukan, Akademi Berbagi lahir karena dianggap ruang publik yang ada seperti televisi, cafe, dan ruang lainnya memiliki keberpihakan dan secara tidak sadar mematikan akal kritis akan masyarakat. Misalnya televisi yang harusnya memberikan informasi yang berimbang dan mendidik, namun dalam kenyataannya tampilan di layar televisi hanya memberikan suguhan yang frontal, kasar, di warnai banyak kekerasan, dan hanya sedikit yang menampilkan nuansa kedamaian yang ada di republik ini.

Di sinilah kemudian internet dijadikan ruang publik yang dianggap netral dan tidak memiliki intervensi dan tendensi tertentu yang Bell (2001) menyebutnya sebagai arena sosial. Kebebasan berbicara dan berekspresi di internet khususnya di sosial media ditandai dengan lahirnya kembali masyarakat sipil dalam membangun dan mengkritisi pemerintah dalam berbagai kebijakan dan pembangunan di republik ini.

Berbagai kasus di Indonesia telah melibatkan kontribusi masyarakat sipil dalam mengkritisi dan bahkan sampai mempengaruhi keputusan yang diambil oleh lembaga-lembaga yudikatif. seperti kasus Prita Mulyasari dan Bibit Chanda. Namun, berdasarkan pada kasus penelitian ini, yaitu Gerakan Akademi berbagi juga merupakan salah satu bentukan sosial media dalam melakukan gerakan sosial. Gerakan Akademi Berbagi yang lahir pada tahun 2010 dari para pengguna twitter yang kini kemudian menjadi gerakan nasional yang ada di 33 kota yang penyebarannya dilakukan melalui sosial media yaitu twitter.

Aplikasi sosial media yang mulanya hanya sebuah aplikasi semata, yang diciptakan untuk mempermudah aktivitas masyarakat dan membuat jaringan pertemanan dalam penggunaan sosial media, kini twitter dan facebook dijadikan alat untuk melakukan gerakan sosial yang dianggap mumpuni, memberikan tekanan, dan tidak memiliki keberpihakan. Di sisi lain di mana masyarakat kontemporer saat ini masing-masing memiliki kesibukan tersendiri, sehingga adanya gerakan sosial di internet membuat siapa saja bisa terlibat dalam aktivisme yang dilakukan di internet, tetapi Gerakan Akademi Berbagi aktivisme-nya tidak hanya dilakukan secara melulu online, tetapi kolaborasi

antara online dan offline memberikan ciri unik tersendiri dan ruang “real” dan ruang “virtual” di gabungkan dalam rangka untuk melakukan gerakan sosial.

Hal ini kemudian melengkapi penelitian Nugroho (2011) yang salah satu kesimpulannya mengenai “*click activism vs no activism*”. Kesimpulan yang menarik menurut saya, adalah:

“.....This is important because there is a wide gap between clicking the button ‘Like’ or ‘Attending’ in a Facebook page or invitation for a rally or public meeting, and spending time and effort to really join the rally or the meeting – be it on a hot sunny day, or a wet rainy one. Similarly, by clicking ‘Forward’ after reading a moving or touching email pledging for participation or donation, people can feel they have done something. Indeed, they have – forwarding the email. But there is a huge difference between forwarding an email and directly participating in an event, or donating goods or money. In other words, we have to be aware of the distinction between real engagement and what we term here ‘click activism’ (Nugroho, 2011).

Fenomena *click activism* memberikan banyak kritikan bagi para pengguna sosial media khususnya di Indonesia, hal ini juga kemudian di bahas di Detik “Waspada! Kelahiran ‘One Click Activism’” di mana juga kembali “*click activism*” dipertanyakan “...Jangan-jangan orang berpikir hanya dengan menekan sebuah tombol ‘like’ di Facebook, ia sudah merasa bisa ‘mengubah dunia’, dengan jutaan orang yang melakukan hal yang sama. Padahal realisasi aktivitas tersebut hanya dilakukan segelintir orang saja. Inilah yang dikhawatirkan dalam sebuah aktivisme sipil melalui media sosial di Indonesia. Kelahiran gerakan 1 klik, atau ‘one click activism’ akan sia-sia tanpa realisasi yang nyata....”⁵

Karena itu gerakan *click activism* dianggap kontradiksi dengan aktivisme yang melibatkan diri secara “real”. Yang kemudian menjadi pertanyaan apakah *click activism* mempunyai bobot yang sama dengan aktivisme yang melibatkan diri secara *real*. Walaupun kehadiran di dunia nyata penting dalam sebuah gerakan digital, memberikan validasi dan konteks, mengikat tingkat partisipasi lebih dari para pengikutnya, tidak kurang juga nilai kontribusi dari para *click activists* yang telah ikut menyemarakkan sebuah gerakan, baik sebagai *followers* maupun sebagai sebuah *fans* di laman twitter dan facebook. Tidak semua kita punya waktu untuk hadir menunjukkan dukungan, tapi bentuk dukungan digital baik dengan *follow*, *likes*, *retweet*, *invites*, *email*, *sms*, *BBM* tidak kurang nilainya dan tidak lebih rendah posisinya. *Click activism* adalah aktivis-aktivis baru yang memainkan permainan dengan aturan baru.

⁵ Widianthro, Fajar – detikinet. Waspada! kelahiran “one click activism”
<http://inet.detik.com/read/2011/05/13/105533/1638872/398/waspada-kelahiran-one-click-activism>
diakses pada tanggal 13 Maret 2018

Namun, Gerakan Akademi Berbagi tidak hanya melakukan "*click activism*" tetapi kombinasi online-offline dalam melakukan gerakan sosial memberikan konteks, validasi dan mengikat partisipasi lebih dari para relawan di seluruh Indonesia.

4. Kesimpulan

Pertama, bahwa gerakan sosial Online (*Online social movement*) merupakan pilihan masyarakat kontemporer saat ini dalam melakukan aktivisme. Masyarakat sipil telah memainkan peranan penting sebagai masyarakat dalam mengisi dan melakukan gerakan sosial, mengkritisi pemerintah dengan mengadopsi sosial media yaitu internet. Dalam hal ini, Gerakan Sosial Akademi Berbagi telah menjadi salah satu manifestasi bangkitnya masyarakat sipil dalam melakukan gerakan sosial yang lahir dari media sosial. Seperti apa yang di sebut oleh Hajnal tentang penemuan kembali masyarakat sipil melalui sosial media.

Kedua, Meningkatnya penetrasi penggunaan sosial media di Indonesia bahkan menembus angka ke-4 terbesar di dunia dalam penetrasi penggunaan sosial media memberikan dampak yang signifikan dalam dinamika masyarakat sipil di Indonesia. Internet khususnya sosial media telah di jadikan *tools* untuk melakukan gerakan sosial yang cocok dengan karakter masyarakat saat ini yang cenderung sibuk. Keterlibatan masyarakat sipil dalam Gerakan Sosial di Internet merupakan cara tersendiri dalam berkontribusi untuk membangun dan mengontrol negara ini.

Ketiga, Masyarakat sipil yang terlibat dalam Gerakan Akademi Berbagi Indonesia tidak hanya di lakukan dengan media sosial semata, kolaborasi dan kombinasi ruang "*real*" dan "*virtual*" telah memberikan konteks dan validasi dalam melakukan Gerakan Sosial. Pengorganisasian yang dilakukan melalui aplikasi sosial media, dijadikan sebagai infrastruktur mereka dalam membangun komunikasi sesama relawan di Akademi berbagi. sedangkan ruang *offline* atau ruang real dilakukan dengan berbagi ilmu kepada para peserta kelas dan dilakukan dengan gratis.

Implikasi yang dapat di lihat dari kasus penelitian ini adalah bahwa Gerakan Akademi Berbagi Indonesia telah membangkitkan masyarakat sipil dalam melakukan sesuatu yang baik yang bermanfaat bagi masyarakat Indonesia. Seperti apa yang di katakan oleh John F. Kennedy dalam kutipan pidatonya yaitu "*Jangan tanyakan apa yang negara dapat perbuat kepada Anda, tetapi tanyakan apa yang dapat kita perbuat kepada negara..*". inilah kalimat yang tepat Gerakan Akademi Berbagi, berbuat untuk negara, memberikan alternatif belajar bagi masyarakat untuk menimbah ilmu. Dengan mengadopsi sosial media, maka

gerakan ini menjadi mudah di adopsi di kota lain di Indonesia, sehingga manfaatnya di rasakan oleh semua orang yang pernah mengikuti kelas Akademi Berbagi.

5. Daftar Pustaka

- Axel, i. K. (2004). *The Context of Diaspora*. Cultural Anthropology vol. 19: 26-60.
- Baym, N. K. (1995). "The Emergence of Community in Computer-Mediated Communication," in *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community*. Edited by S. G. Jones, pp. 138-163. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Bender, T. (1982). *Community and Social Change in America, 2 edition*. Baltimore: John Hopkins. University Press.
- Bell, david. (2001). *An Introduction to Cyberculture*. Routledge. Taylor & Francis Group. London and new York.
- Bromberg, H. (1996). "Are MUDs Communities? Identity, Belonging and Consciousness in Virtual Worlds," in *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies*. Edited by R. Shields, pp. 143-152. Thousand Oaks: Sage.
- Cohen, R. (1996). *Diasporas and the nation-state: from victims to challengers*. *International Affairs* 72:507-520.
- Escobar, Arturo., Hess, David., Licha, Isabel., Sibley, Will., Strathern, Marilyn., Sutz, Judith. (1994). *Welcome to Cyberia: Notes on the Anthropology of Cyberculture* [and Comments and Reply]. *Current Anthropology*, Vol. 35, No. 3 (Jun., 1994), pp. 211-231 di akses pada tanggal 28 februari 2011 www.jstor.org
- Faisal, Moch. (2008). *Dari Anarchic Cyber Space menjadi Transnational Public Sphere: Membaca Relasi antara Cyberspace dan Civil Society di Era Postmodern*. Diterbitkan oleh Global Jurnal Politik Internasional vol. 9 No.2 Desember 2007 – Mei 2008. Departemen Ilmu HI. FISIP Universitas Indonesia.
- Galston, W. A. (2000). *Does the Internet Strengthen Community?* *National Civic Review* 89:193202.
- Hine, Cristian. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE Publication.
- Howard, P. N., and S. Jones. Editors. (2004). *Society Online: The Internet in Context*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Ignacio, E. (2005). *Building Diaspora: Filipino Community Formation on the Internet*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Ismail, Ahmad. (2010). *Berteman Lewat Facebook. Studi Jaringan Sosial Mahasiswa Fisip Unhas*. (Skripsi). Fisip Universitas Hasanuddin.
- Nugroho, Yanuar. (2011). @ksi Warga: Kolaborasi, demokrasi partisipatoris dan kebebasan informasi – Memetakan aktivisme sipil kontemporer dan

penggunaan media sosial di Indonesia. Laporan. Kolaborasi penelitian antara Manchester Institute of Innovation Research, University of Manchester dan HIVOS Regional Office Southeast Asia. Manchester dan Jakarta: MIOIR dan HIVOS.

Schmier, Stephanie Anne, (2010). *Our Space: Researching Literacies and Identities in and across classroom and Online spaces*. Dissertation. Columbia University.

Scout, J. (2007). *Senjatanya Orang-orang yang Kalah*. Penerbit Yayasan Obor Indonesia.

Singh, Rajendra. (2010). *Gerakan Sosial baru*. Penerbit Resist Book. Yogyakarta.