

Spiral Keheningan Melalui Tagar #indonesiaterserah Jelang Idul Fitri 2020

Harry Setiawan

Universitas Islam Riau

Jl. Kaharuddin Nasution No 113. Perhentian Marpoyan Pekanbaru-Riau 28284

Email: harry.setiawan@comm.uir.ac.id

DOI: 10.24002/jik.v19i1.3759

Submitted: October 2020

Reviewed: July 2021

Accepted: June 2022

Abstract: #indonesiaterserah is the voice bubble of a minority of health workers in Indonesia ahead of Idul Fitri 2020. This qualitative research of narrative tradition collected conversations on Twitter for 15 days starting from May 10–25, 2020. As a result, 8,144 (65 percent) of 12,553 accounts show negative narratives. Negative sentiment is the impact of cyber media coverage in Indonesia. The spiral of silence theory approach explains the narrative; social resonance of minority opinion that finds its new form in social media in a spiral became a significant issue for more than ten days before Eid al-Fitr's celebration in Indonesia.

Keywords: Eid al-Fitr's, narrative, social bookmarking, the spiral of silence

Abstrak: Tagar #indonesiaterserah adalah gelembung suara minoritas pekerja kesehatan di Indonesia menjelang Idul Fitri 2020. Penelitian tradisi naratif dengan metode kualitatif ini mengumpulkan percakapan di Twitter selama 15 hari dari tanggal 10–25 Mei 2020. Sejumlah 8.144 (65 persen) dari 12.553 akun bernarasi negatif. Pergerakan sentimen negatif merupakan dampak pemberitaan media siber di Indonesia dengan 200 juta keterlibatan akun pengguna. Narasi dibedah dengan teori spiral keheningan. Hasil penelitian menunjukkan resonansi sosial opini minoritas menemukan bentuk barunya dalam media sosial. Opini yang bergerak pada spiral menjadi isu utama yang bertahan lebih dari 10 hari jelang perayaan Idul Fitri.

Kata Kunci: Idul Fitri, naratif, penanda sosial, spiral keheningan

Tagar #indonesiaterserah menjadi gelembung narasi di *Twitter* sejak dr. Tirta, seorang tenaga medis sekaligus *influencer* mencuit soal kekecewaannya pada masyarakat yang tidak memedulikan protokol kesehatan saat berada di luar rumah. Narasi tersebut terus bergerak sejalan dengan sentimen masyarakat siber pada isu *COVID-19*. Tagar #indonesiaterserah dipotret dalam gerakan opini digital/*Digital Movement of Opinion* (DMO) yang merupakan gerakan reaktif

individu tanpa dikoordinasi oleh pihak manapun (Rakhman, Ramdhani, & Fatoni, 2021, h. 32). Riset DMO menemukan bahwa pergerakan tagar #indonesiaterserah menciptakan mobilitas pendapat masyarakat siber dengan bantuan *influencer*.

Menurut Suryani (2020), narasi #indonesiaterserah dimaknai dalam dua konteks, yaitu 1) tenaga medis menyerah, 2) tenaga medis berjuang menjadi garda terdepan menangani *COVID-19* meskipun masyarakat apatis.

Suryani (2020) menemukan bahwa narasi #indonesiaterserah berimplikasi pada tenaga medis yang menyerah, sehingga mendorong masyarakat siber untuk memberikan dukungan maupun kecaman. Pada kondisi ini, realitas sosial dalam menanggapi isu penanganan *COVID-19* baik tenaga medis maupun masyarakat menjadi sangat rentan. Pergerakan masyarakat sebagai respons dari isu penanganan *COVID-19* terus bergerak menjadi isu publik dalam skala yang luas.

Pergerakan tagar #indonesiaterserah dimaknai berbeda pada temuan riset lainnya. Menurut Yesicha dan Irawanto (2020, h. 282), makna visual melalui meme menjadi wacana kekecewaan tenaga medis. Tagar #indonesiaterserah menjadi narasi perlawanan atas tumpang tindihnya aturan pemerintah, masyarakat yang apatis, dan kejenuhan tenaga medis pada kondisi pandemi yang tak berkesudahan. Yesicha dan Irawanto (2020) menegaskan bahwa tindakan subversif dari masyarakat siber melalui tagar #indonesiaterserah merupakan dukungan pada kekecewaan tenaga medis dalam mengendalikan lonjakan kasus *COVID-19* di Indonesia.

Upaya pemerintah dalam menangani pandemi *COVID-19* turut disoroti pihak asing. Upaya pemerintah Indonesia menjadi bentuk dari *nation branding*/citra negara. Tagar #indonesiaterserah tercatat memberikan dampak negatif pada citra Indonesia di mata media internasional. Kelemahan pengelolaan informasi yang dilakukan pemerintah disoroti media asing, sehingga reputasi Indonesia berada pada posisi kurang

baik (Dida, Damayanti, Koswara, 2021, h. 202). Media siber di Indonesia turut menjadi pemicu amplifikasi narasi pada tagar #indonesiaterserah. Konektivitas media elektronik, media siber, dan media sosial digunakan untuk amplifikasi pesan. Kondisi ini menyebabkan masyarakat siber harus bersiap pada dua sisi mata pisau media sosial (Dai, Ali, & Wang, 2020, h. 1455).

Tagar #indonesiaterserah yang telah menjadi topik pada penelitian sebelumnya menghadirkan *gap* yang akan dilengkapi pada penelitian ini. Kebaruan penelitian ini adalah pergerakan gelembung narasi minoritas (tenaga medis) yang menjadi pusat pesan dan narasi tekanan kepada pemerintah menjelang perayaan Idul Fitri di Indonesia. Selain menggunakan tradisi naratif, penelitian ini menghadirkan fenomena jaringan media sosial sebagai potret jalur komunikasi yang berkuat dalam bentuk interaksi, sehingga hubungan manusia dengan manusia lainnya terekam dalam aktivitas naturalnya baik menggunakan media maupun tidak (Setiawan, 2019, h. 19).

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori spiral keheningan/*spiral of silence*. Noelle-Neumann (1974, h. 44-45) menghadirkan dua premis utama, yaitu 1) manusia mengetahui opini yang bersifat umum dan tidak, 2) manusia menyesuaikan opini mereka dengan persepsi-persepsi yang hadir. Pergerakan isu dan tokoh utama yang menjadi gelembung opini mayoritas adalah alat analisis yang diterapkan pada penelitian ini. Teori *spiral of silence* memberikan jalan pada logika riset yang diterapkan, panduan dalam mengupas realitas digital di mana opini minoritas

yang bergerak cepat dan pesat menjadi opini mayoritas dalam pusaran jaringan interaksi di media sosial, serta pisau analisis untuk menemukan interaksi gelembung opini pada narasi di media sosial. Tagar #indonesiaterserah menghadirkan budaya ekspresif secara virtual.

Sebagai sebuah pergerakan, narasi pada tagar #indonesiaterserah dipotret melalui percakapan masyarakat siber di *Twitter*. Narasi berkembang menjadi opini yang muncul dari hasil interaksi individu dengan media dan akhirnya menjadi opini masyarakat seperti spiral berputar (Neuwirth, Frederick, & Mayo, 2007; Knobloch-Westerwick & Johnson, 2014; Sohn, 2019). Pesan dan narasi pada percakapan digital menjadi celah eksplorasi pengindraan informasi di media sosial (Dai, Ali, & Wang, 2020, h. 1456).

Amplifikasi dan konektivitas media berubah menjadi opini publik yang menghadirkan dan memosisikan sesuatu yang sedang dirasakan masyarakat pada saat itu (Dvir-Gvirsman, Garrett, & Tsfati, 2018, h. 112). Media sosial menggeser peran media massa dalam penyebaran pesan dan opini. Media massa sebagai media arus utama (*mainstream*) yang merupakan jaringan penyiaran *free to air* mengalami stagnasi baik pada regulasi, interaksi, maupun teknologi (Setiawan, Karlinah, Hidayat, & Darwis, 2021).

Kehadiran media sosial mampu memberikan sensasi interpersonal dalam peningkatan keterlibatan khalayak. Media siber yang berada di era media kedua/*second media age* mampu melakukan

eksplorasi lingkungan sosial secara virtual. Identitas dan narasi dalam *storytelling* menjadi sebuah hubungan yang terkait pada realitas virtual (Erica, 2010, h. 2354). Manusia hadir dan terlibat dalam interaksi langsung karena signifikansi interaksi yang dijanjikan oleh *second media age* secara eksklusif melawan kekakuan dan sifat satu arah dari media di era media pertama/*first media age* (Holmes, 2005, h. 11).

Narasi #indonesiaterserah adalah opini pribadi dalam lingkaran minoritas yang berubah menjadi opini publik pada tataran mayoritas. Jaringan sosial yang membentuk partisipasi manusia dapat meningkatkan kekuatan sikap individual melalui penyediaan forum pendorong ekspresi (Visser & Mirabile, 2004, h. 781). Narasi pada media sosial *Twitter* dalam menghadapi pandemi *COVID-19* bergeser dari narasi isu-isu kesehatan menjadi isu lain seperti politik, ekonomi, budaya, dan agama. Tagar #indonesiaterserah menghadirkan resonansi sosial yang menunjukkan hubungan prinsip dalam interaksinya. Kelemahan pemerintah dalam menanggulangi *COVID-19*, kelelahan tenaga medis, serta apatisme masyarakat dipotret menjadi pusat isu dan narasi.

METODE

Paradigma penelitian ini adalah *interpretive* dengan pendekatan naratif. Penelitian naratif adalah penelitian yang mendefinisikan narasi lisan dan tertulis sebagai tindakan sosial, melakukan atau mencapai sesuatu (misalnya membela, membujuk, atau menghibur), dan secara

bersamaan membangun versi diri, orang lain, dan dunia sosial (Denzin & Lincoln, 2018, h. 947). Narasi akan diceritakan kembali atau dipulihkan oleh peneliti ke dalam kronologi naratif (Creswell, 2013, h. 42). Narasi dipahami sebagai teks yang dituturkan atau dituliskan dengan aksi yang terhubung secara kronologis (Creswell, 2014, h. 96). Narasi pada penelitian ini adalah teks, gambar, dan video yang menghadirkan interaksi digital di *Twitter* dengan tagar #indonesiaterserah.

Penelitian ini mengungkap tagar #indonesiaterserah yang menjadi ikon dan opini digital masyarakat Indonesia di *Twitter*. Pada kondisi ini, diversifikasi pesan dan narasi makin tersedia dengan baik dan menghadirkan interaksi digital melalui media sosial (Setiawan, Hero, & Hidayat, 2021, h. 460). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan memberikan gambaran keseluruhan dari fenomena (Thyer, 2011, h. 2). Fenomena yang dimaksud adalah polarisasi spiral narasi #indonesiaterserah melalui peta percakapan, narasi, *influencer* dalam jaringan, sentimen pesan, serta resonansi sosial di *Twitter* pada narasi #indonesiaterserah. Data naratif dikumpulkan selama 15 hari menjelang perayaan Idul Fitri, yaitu tanggal 10–25 Mei 2020.

Pengumpulan data menggunakan aplikasi *drone emprit* sebagai penyelaras data percakapan yang dihadirkan dalam algoritma dan grafik/map *Yifan Hu*, serta dibahas dengan pendekatan teori *spiral of silence*. Masyarakat siber yang menggunakan *Twitter*

pada tanggal tersebut adalah subjek dari penelitian ini. Objek dari penelitian ini adalah percakapan dan tagar #indonesiaterserah yang berada dalam ruang siber.

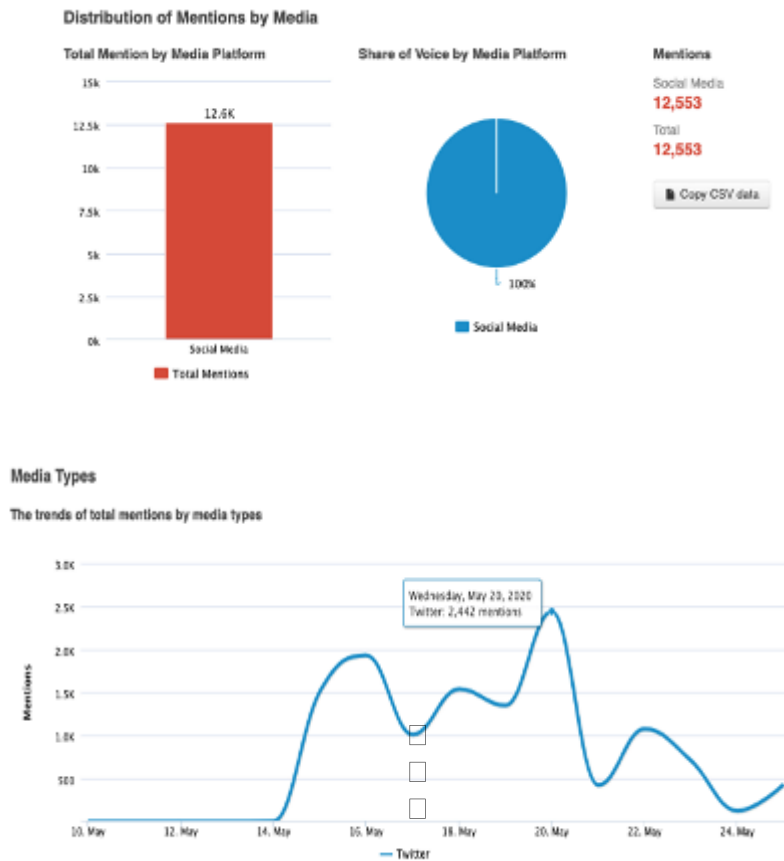
HASIL

Tagar #indonesiaterserah mulai muncul dan menjadi perbincangan masyarakat siber pada tanggal 14 Mei 2020, tepat 10 hari sebelum perayaan Idul Fitri. Pengumpulan data selama 15 hari menghasilkan sejumlah data dari 12.553 akun dengan tagar #indonesiaterserah.

Lima hari jelang perayaan Idul Fitri 2020, tepatnya tanggal 20 Mei 2020, tagar #indonesiaterserah menjadi *trending* topik di *Twitter* dengan penyebutan (*mentions*) sebanyak 2.442 *tweet*. Keragaman narasi yang menyematkan tagar #indonesiaterserah menjadi sangat tinggi, namun sebagai sebuah interaksi digital, narasi-narasi tersebut merujuk pada penanda sosial/*social bookmarking* masyarakat siber.

Melalui *social bookmarking*, kumpulan narasi dikelompokkan menjadi dua, yaitu 1) isu menanggapi keresahan kepada pemerintah dalam hal penanganan *COVID-19*, dan 2) pembagian bantuan kepada keluarga yang terdampak *COVID-19* menjelang Idul Fitri. Masyarakat siber memberikan sentimen negatif pada masyarakat lainnya yang melakukan ritual budaya persiapan lebaran, seperti datang ke pusat keramaian untuk membeli kelengkapan perayaan Idul Fitri.

Masyarakat siber memberikan respons pada unggahan dengan narasi



Gambar 1 Distribusi Pesan Media Sosial #indonesiaterserah 10–25 Mei 2020

Sumber: Drone Emprit (2020)

#indonesiaterserah. Narasi #indonesiaterserah menjadi sangat populer karena merupakan bentuk apatis masyarakat yang juga melanggar aturan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.

Gambaran popularitas narasi #indonesiaterserah baik dalam narasi/teks maupun dalam *social bookmarking* menjadi sangat populer dan berada di puncak popularitas kata/ *word cloud* di *Twitter*. Popularitas kata pada gambar 2 adalah *hampirgila* yang menggambarkan frustrasi masyarakat siber menjelang perayaan Idul Fitri 2020.

Polarisasi kata yang muncul sebagai narasi perbincangan adalah bentuk dari jaringan sosial yang melibatkan kehadiran manusia dalam ruang virtual dan berkumpul menjadi warganet. Polarisasi tersebut adalah hasil interaksi individu dalam media sosial yang terpapar narasi pada poster yang diunggah oleh tenaga medis tanggal 14 Mei 2020.

Sebagai isu minor, pergerakannya mulai mendapat perhatian pada tanggal 16 Mei 2020 saat dr. Tirta menyebarkan pesan yang dikemas dalam bentuk pernyataan dan visual yaitu *Indonesia? Terserah!!!* seperti yang tertera pada gambar 3.

Sentimen negatif pada tagar #indonesiaterserah pun meningkat hingga



Gambar 2 Word Cloud #indonesiaterserah pada 10–25 Mei 2020

Sumber: Drone Emprit (2020)



Gambar 3 Narasi pada Poster Tagar #indonesiaterserah

Sumber: Drone Emprit (2020)

mencapai 8.144 perbincangan dari total 12.553 perbincangan. Sentimen negatif dari masyarakat dipengaruhi oleh *influencer* yang mendapat peringkat lima teratas yaitu @WahyuHutabarat3, @joemadieH, @jokoanwar, @smsespi, dan @mpuanon.

Narasi yang disampaikan akun @WahyuHutabarat3 berada pada sentimen negatif dan diikuti masyarakat siber sebanyak 498 kali.

Sebenarnya musuh terbesar kita sekarang bukan *Corona*, tapi orang-orang egois yang menyepelkan semua ini. #Whatsapp #hampirgila” (@WahyuHutabarat3, 2020).

Selain akun @WahyuHutabarat3, akun sutradara film di Indonesia, Joko Anwar yaitu @jokoanwar juga diikuti sebanyak 371 kali. Cuitan negatifnya langsung

disampaikan kepada Presiden Joko Widodo melalui akun resminya.

Apakah pemerintahan @jokowi sudah menyerah kepada *Corona*? Atau diam-diam sudah menjalankan *herd immunity*? (@jokoanwar, 2020)

Interaksi interpersonal dalam media sosial menjadi salah satu keunggulan *second media age* yang diadopsi masyarakat siber. *Direct message* merupakan interaksi direksional antarmasyarakat di mana sekat ruang dan waktu yang menjadi *gap* komunikasi interpersonal menjadi hilang dan komunikasi interpersonal termediasi komputer terjadi secara *real time*.

True, semuanya hanya pengalihan isu, tanpa sadar kita semua dibuat jadi bodoh #indonesiaterserah. (@JoemadieH, 2020)



Gambar 4 Grafik Sentimen Narasi #indonesiaterserah
 Sumber: Drone Emprit (2020)



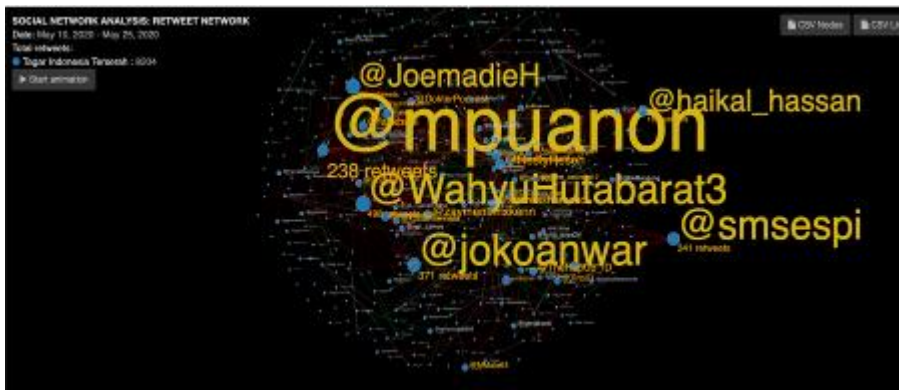
Gambar 5 Tokoh Panutan Narasi #indonesiaterserah
 Sumber: Drone Emprit (2020)

Akun @JoemadieH melalui cuitannya mendapatkan respons sebanyak 451 kali. Narasi yang disampaikan terdeteksi pada sentimen negatif masyarakat. Narasi pengalihan isu yang dimaksud akun @JoemadieH merupakan luapan kekecewaan pada pemerintah dalam menanggulangi pandemi COVID-19 di Indonesia. Pergeseran isu yang sebelumnya berfokus pada masalah kesehatan dipotret masyarakat siber sebagai sentimen negatif yang diwakili oleh akun @JoemadieH. Entitas frustrasi masyarakat siber pun menemukan polanya di mana sebanyak 65 persen sentimen negatif atau 8.144 mentions dilontarkan. Hampir seluruh sentimen negatif ditujukan kepada Presiden Jokowi sebagai representasi pemerintah dalam penanggulangan COVID-19.

Narasi yang dihadirkan di Twitter muncul dalam bentuk rantai interaksi.

Pola komunikasi pada jaringan sosial menunjukkan isu frustrasi masyarakat, serta memosisikan tagar #indonesiaterserah menjadi narasi utama. Narasi bergulir membentuk polarisasi percakapan yang menjadi fenomena komunikasi masyarakat siber dalam menghadapi perayaan Idul Fitri 2020.

Gambar 6 menunjukkan polarisasi tokoh panutan yang berinteraksi dengan 8204 akun lainnya. Polarisasi tokoh (node) pada gambar 6 dikelompokkan berdasarkan algoritma dan map Yifan Hu. Sesuai dengan nama penciptanya, algoritma ini mampu menyatukan daya tarik (attraction), penolakan (repulsion), dan grafiti. Algoritma ini mampu mengelompokkan node berdasarkan jarak dan interaksinya dalam percakapan digital (Eriyanto, 2021, h. 341).



Gambar 6 Polarisasi Jaringan Sosial Tokoh Panutan #indonesiaterserah
Sumber: Drone Emprit (2020)

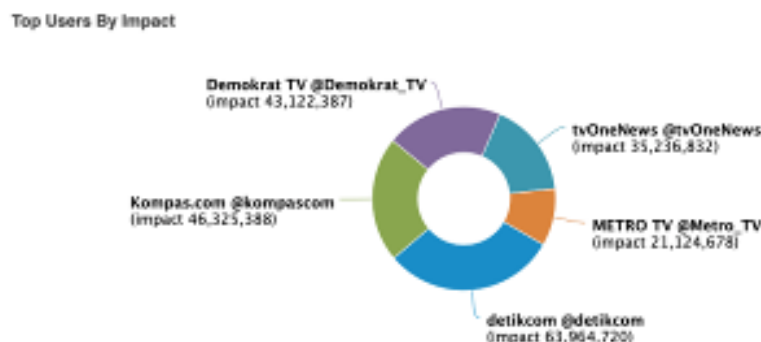
Kelima *influencer* yang berada pada pusat lingkaran *map Yifan Hu* menandakan bahwa interaksi virtual dalam narasi #indonesiaterserah mempunyai relasi cukup besar. Hal inilah yang menempatkan kelima *influencer* dalam pusran daya tarik narasi #indonesiaterserah.

Relasi Media Sosial, Media Siber, dan Media Massa

Masyarakat mulai mengalami frustrasi sejak 15 hari jelang perayaan Idul Fitri karena pemberitaan media siber. Narasi berita dari media siber dan media sosial memunculkan dinamika baru dalam isu *COVID-19* ditambah isu persiapan perayaan Idul Fitri yang tidak sama seperti tahun sebelumnya.

Baker (dalam Wright & Madrid, 2007, h. 144) menyatakan bahwa *double-reflexive crowd* (refleksi ganda) menempatkan pengguna pada teknologi yang muncul pada perangkat digital dan *platform* media sosial. Teknologi digunakan seutuhnya oleh pengguna, sehingga konten yang disajikan memberikan informasi terhadap sebuah fenomena yang sedang terjadi.

Relasi yang terjadi antarmedia menghasilkan tipologi akses media yang menjadi rutinitas dan dominasi kompetensi media dalam upaya distribusi pesan (Drotner, 2002, h. 240). Akses khalayak saat berinteraksi dengan media massa menjadi subordinat pada distribusi pesan dan informasi kepada masyarakat siber. Media massa arus utama



Gambar 7 Top User Impact #indonesiaterserah
Sumber: Drone Emprit (2020)

turut berinteraksi pada media siber dan memberikan amplifikasi popularitas tagar #indonesiaterserah.

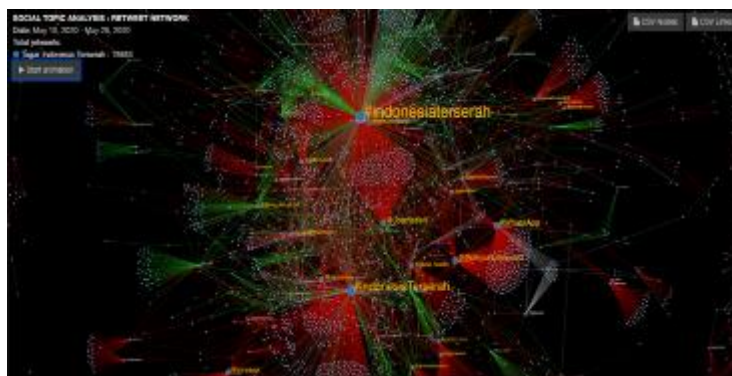
Menurut Baker (dalam Wright & Madrid, 2007, h. 144), *double-reflexive crowd* tercipta melalui dampak signifikan dari media siber. Amplifikasi media siber mendorong narasi #indonesiaterserah menjadi opini mayoritas dan bertahan hingga 15 hari sebelum perayaan Idul Fitri. Gambar 7 menjelaskan bahwa ekologi media baru hadir dalam fenomena ini melalui aplikasi *drone empirit*.

Narasi pemberitaan yang hadir melalui *platform* media siber dan media arus utama menunjukkan bahwa *first media age* menjadi subordinat dari *second media age*. Penonton *first media age* menjadi pasif karena disugahi tontonan (*spectacle*) (Elkins, 2010; Holmes, 2005; Kozinets, 2010). Melalui *second media age*, penonton menjadi aktif dan bisa bertindak menjadi produsen narasi dan teks dalam interaksinya. Media siber pun menasar pada isu dan khalayak yang spesifik, sehingga ekologi ini disebut sebagai *user generated content* (Kim, 2012; Shuqair, Cragg, Zaidan, & Mitchell, 2016; Van Dijck, 2009).

Pada gambar 7, empat akun pada *top user by impact*, yaitu @tvonenews, @kompascom, @Metro_TV, dan @detikcom, adalah media siber yang berafiliasi dengan jaringan media arus utama nasional di Indonesia. Lebih dari 200 juta pengguna terlibat dalam berbagai interaksi, seperti *tweet*, *retweet*, *like*, *share*, *reply*, dan *comment*. *Platform* digital yang digunakan memungkinkan media-media tersebut memiliki kendali penuh atas opini yang akan dihadirkan dalam *agenda setting* media. Pada kondisi ini, pusaran isu sepenuhnya dikendalikan oleh media siber melalui akun media sosialnya. Interaksi virtual pun terbentuk menjadi polarisasi isu melalui narasi dan *social bookmarking* pada waktu yang bersamaan.

Narasi pada Jaringan Sosial #indonesiaterserah

Narasi yang terekam selama 15 hari jelang Idul Fitri melalui aplikasi *drone empirit* menghadirkan sudut pandang dalam memahami fenomena komunikasi masyarakat siber di Indonesia. Narasi tagar #indonesiaterserah membentuk opini dan sentimen yang menjadi bentuk lain dari narasi frustrasi masyarakat. Narasi ini ditujukan kepada pemerintah sebagai



Gambar 8 Jaringan Sosial #indonesiaterserah
Sumber: Drone Empirit (2020)

kritik atas penanganan dan penyaluran bantuan bagi masyarakat yang terdampak *COVID-19* di Indonesia.

Warna merah pada gambar 8 menunjukkan bahwa representasi sentimen negatif melalui tagar *#indonesiaterserah* mendominasi individu yang selanjutnya membentuk polarisasi besar dalam jaringan percakapan di *Twitter*. Narasi yang muncul merupakan representasi kekecewaan dan kritik masyarakat siber Indonesia. Narasi-narasi tersebut dengan cepat diterima dan diteruskan kepada individu lain dalam jaringan. Tagar *#indonesiaterserah* menjadi pusat dari interaksi virtual dan melibatkan jutaan pengguna lain yang terhimpun dalam jaringan sosial berbasis digital.

Pada algoritma *Yifan Hu*, pada kerumunan interaksi antar-*node*, *codes* merah menjadi *attraction* pada sentimen negatif warga minoritas melalui tagar *#indonesiaterserah*. Pada gambar 8, *codes* hijau yang jauh dari pusat interaksi menunjukkan peluang *repulsion*. Secara visual, *codes* merah menjadi penanda frustrasi tenaga medis dalam menghadapi ritual perayaan Idul Fitri 2020. Frustrasi ini kemudian menjadi sentimen negatif yang direpresentasikan melalui tagar *#indonesiaterserah*. Opini minoritas tenaga medis menggelembung ke tengah dan diterima sebagai opini mayoritas masyarakat siber.

Gelembung opini minoritas turut disuarakan oleh salah satu akun *Twitter*, yaitu *@TheRapUp_ID*. Akun tersebut menuai popularitas dengan karya video musik *rap* yang berisikan narasi

kekecewaan terhadap aktivitas masyarakat Indonesia. Video tersebut mengumpulkan 21.200 *retweet* dan disukai lebih dari 32.500 masyarakat siber Indonesia.

Narasi melalui tagar *#indonesiaterserah* pada akun *@TheRapUp_ID* memberikan kontribusi besar dalam mendorong opini minoritas tenaga medis. Akun *@TheRapUp_ID* memosisikan tagar *#indonesiaterserah* sebagai *trending* karena opini minoritas sesuai dengan kondisi Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB yang diberlakukan di Indonesia dinilai tidak signifikan dalam mencegah *COVID-19*, ditambah lagi perayaan Idul Fitri yang kental dengan aktivitas sosial dalam jumlah yang besar.



Gambar 8 Posting akun *@TheRapUp_ID*
Sumber: https://twitter.com/TheRapUp_ID (2020)

Akun *@TheRapUp_ID* meraup popularitas sebagai aktivitas *social climbing*/panjat sosial, yakni upaya peningkatan status individu maupun

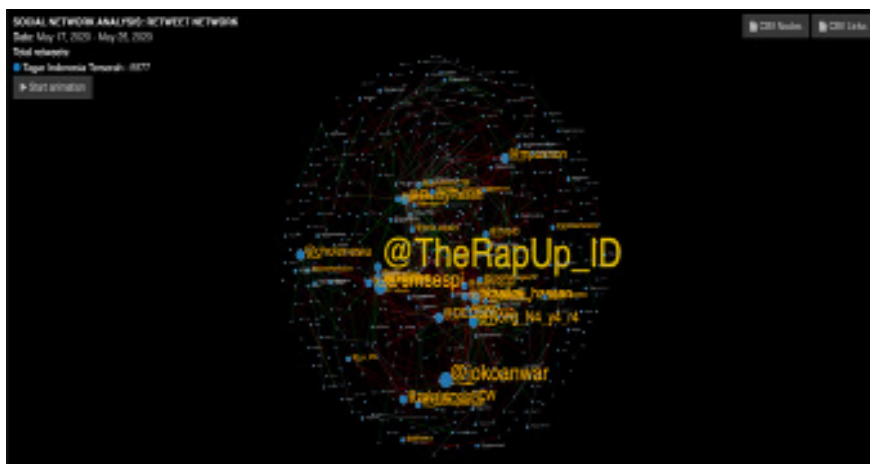
kelompok dari marginal menuju penerimaan sosial (Wood, 2010, h. 239). Narasi dan teks audiovisual yang dihadirkan oleh akun @TheRapUp_ID memberikan implikasi sentimen negatif masyarakat siber pada tagar #indonesiaterserah dan mendapatkan interaksinya pada jaringan sosial masyarakat siber.

Narasi dan teks yang muncul dalam klip berdurasi 1 menit 38 detik tersebut menyoroti kekesalan *rapper* pada kebijakan-kebijakan yang terjadi. Media trivial, isu sosial terkait, dan dinamika kebijakan pemerintah menghadirkan posisi dilematis bagi masyarakat. Di satu sisi masyarakat harus patuh pada aturan pemerintah, namun di sisi lain pemerintah dinilai absen dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat menjelang Idul Fitri. Relevansi pesan dan narasi pada opini akun @TheRapUp_ID menjadi opini utama pada jaringan sosial masyarakat siber. Masyarakat hanya membutuhkan waktu 24 jam untuk menjadikan opini antartokoh untuk dapat berinteraksi dalam jaringan sosial.

Selama satu hari sejak diunggah pada 16 Mei 2020, narasi akun @TheRapUp_

ID menduduki posisi paling pusat pada algoritma *Yifan Hu* dan bertahan hingga 25 Mei 2020. Pada algoritma, kemampuan *node* menarik dan membentuk jaringan interaksi (*relative strength*) menempatkan *node* lainnya berada di dalam jaringan interaksi virtual akun @TheRapUp_ID. Jaringan sosial akun @TheRapUP_ID memiliki kekuatan dan mampu melibatkan *influencer* dalam rentang *attraction* yang rapat. Hal tersebut memunculkan interaksi pada gelembung opini minoritas bergerak menjadi penerimaan sosial dalam jaringan sosial tagar #indonesiaterserah.

Narasi #indonesiaterserah yang disuarakan tenaga medis menggelembung membentuk kelompok jaringan sosial dan resonansi sosial. Resonansi sosial adalah sebuah bentuk jaringan sosial di mana interaksi antarperilaku mendapatkan stimulus yang memunculkan dinamika interaksi *real time* yang saling memengaruhi. Hal tersebut terjadi dalam mekanisme koordinasi perilaku yang berada pada pertukaran dialogis dan terdiri dari pola koordinatif dalam perilaku linguistik (Kopp, 2010, h. 588).



Gambar 9 Jaringan @TheRapUp_ID pada 17–25 Mei 2020

Sumber: Drone Emprit (2020)



Gambar 10 Resonansi Sosial #indonesiaterserah

Sumber: Drone Emprit (2020)

Resonansi yang terjadi adalah interaksi yang berjalan linier dan terdapat 1.379 *retweets* yang terpusat pada tagar #indonesiaterserah. Resonansi ini melibatkan *influencer* yang memiliki kesamaan sudut pandang pada narasi masyarakat siber Indonesia menghadapi perayaan Idul Fitri 2020. Sentimen negatif yang beresonansi secara luas dan terus-menerus membentuk polarisasi narasi melalui tagar #indonesiaterserah. Sebanyak 22.048 individu yang berada dalam akun-akun *Twitter* pun saling terlibat.

PEMBAHASAN

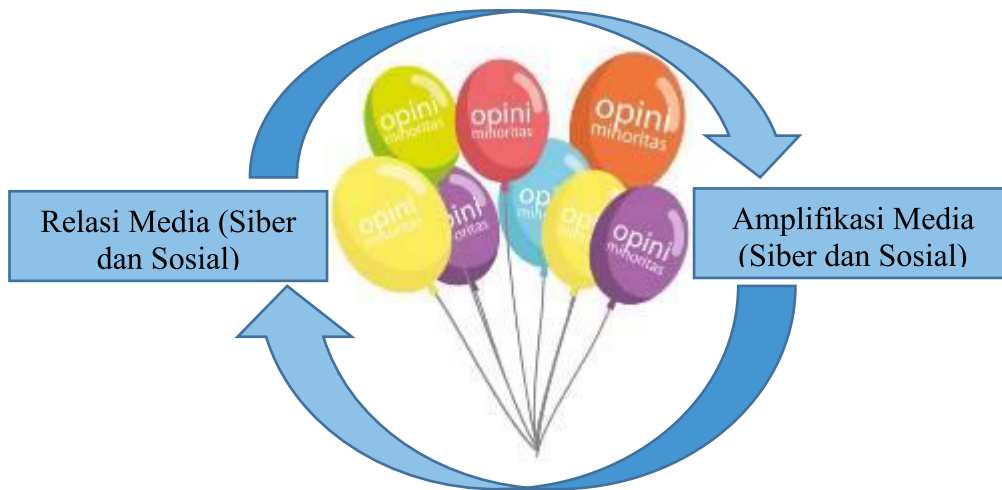
Spiral of Silence Media Sosial *COVID-19* di Indonesia

Pendekatan teori ini pada dasarnya memberikan pemahaman baru bagi peneliti dalam menelisik fenomena komunikasi pada jaringan media sosial di Indonesia. Fenomena komunikasi pada media sosial di Indonesia bergerak dari isu kesehatan terkait *COVID-19* sebagai wabah penyakit. Isu kesehatan tidak lagi menjadi fokus utama, namun bergerak masuk pada isu-isu sosial masyarakat di Indonesia.

Isu sosial yang berbalut isu *COVID-19* merambah di berbagai bidang, yakni politik, ekonomi, budaya, dan agama. Narasi politik mengambil posisi dalam perguliran isu *COVID-19* di Indonesia karena pandemi ini terjadi selama bulan Ramadhan (April–Mei 2020) dan perayaan Idul Fitri. Suasana serta interaksi sosial masyarakat di Indonesia pada bulan tersebut erat dengan aktivitas keagamaan dan budaya. Akun @jokowi yang merupakan akun resmi Presiden Joko Widodo menjadi pusat sentimen negatif narasi-narasi masyarakat siber di *Twitter* pada 15 hari menjelang perayaan Idul Fitri.

Sebagai sebuah temuan, penelitian ini menawarkan model balon sebagai representasi pergerakan opini masyarakat siber. Pergerakan tersebut dikendalikan oleh arah angin yang dihembuskan melalui relasi media siber dan media sosial.

Kelompok minoritas sejatinya adalah balon kosong yang diisi oleh opini yang dihembuskan secara konstan hingga berubah menjadi balon berisi udara (representasi opini minoritas). Pada bentuk pergerakan, aktivitas dan opini minoritas mendapatkan tempatnya sebagai penerimaan sosial.



Gambar 11 Model Balon Representasi Pergerakan Opini Masyarakat Siber

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Opini tersebut diikuti oleh kumpulan minoritas lainnya dan segera bermunculan balon-balon yang berkumpul menjadi satu ikatan balon minoritas.

Arah angin yang direpresentasikan oleh amplifikasi dan relasi antarmedia siber dan media sosial menghantarkan kumpulan balon tersebut ke arah hembusan media yang akhirnya terlihat oleh kumpulan masyarakat lainnya. Sebagai sebuah entitas, balon (opini) terus bergerak dan berubah menjadi opini mayoritas sebagai realitas sosial. Naik turunnya pergerakan opini bergantung pada kuatnya hembusan angin dari relasi dan amplifikasi media (siber dan sosial). Durasi bertahannya balon tersebut di udara bergantung pada ketahanan opini yang berada di dalamnya. Udara yang masuk ke dalam balon (opini minoritas) akan segera terhenti pada saat balon sudah mengudara dan dikendalikan oleh hembusan angin (media).

Opini mayoritas yang menyetujui PSBB dengan seluruh dinamika politisnya perlahan mulai berganti. Opini minoritas terkait PSBB sering kali berbenturan dengan aktivitas

budaya dan ritual keagamaan masyarakat dalam menghadapi perayaan Idul Fitri 2020. Opini minoritas tenaga medis nyaris tidak terdengar pada saat aturan penutupan masjid dan penghentian seluruh aktivitas keagamaan selama bulan Ramadhan di rumah masing-masing. Narasi negatif perlahan muncul ke permukaan saat pusat perbelanjaan diperbolehkan tetap dibuka.

Menurut asumsi teori *spiral of silence*, pekerja medis sebagai minoritas mendapatkan kekuatannya untuk bersuara karena pemberitaan media siber di Indonesia. Narasi pada opini ini juga mendapatkan dukungan dari masyarakat siber di media sosial. Selama 15 hari menjelang perayaan Idul Fitri 2020, ingar bingar masyarakat dalam mempersiapkan kebutuhan perayaan mendadak viral dan berubah menjadi opini mayoritas.

Gelembung narasi sentimen negatif memosisikan tagar #indonesiaterserah menjadi narasi utama masyarakat siber di Indonesia. Narasi negatif tersebut membentuk resonansi sosial atas frustrasi

masyarakat. Sebagai sebuah spiral, narasi negatif berada pada puncak dialogisnya pada 20 Mei 2020 di narasi jaringan sosial masyarakat siber Indonesia.

SIMPULAN

Tagar #indonesiaterserah berada pada puncak dialogisnya sebagai spiral pada 20 Mei 2020. Pergeseran narasi opini mayoritas terkait isu kesehatan berubah menjadi isu politik dan sosial pada narasi opini minoritas. Opini minoritas yang diwakili oleh dr. Tirta terus bergulir, menggelembung, menghadirkan resonansi sosial yang bersifat linier, serta berpusat pada tagar #indonesiaterserah. Tagar ini melibatkan 12.533 akun dan sebanyak 65 persen atau 8.144 akun berada pada sentimen negatif. Sentimen negatif ini merupakan dampak amplifikasi media siber dalam konektivitasnya dengan media sosial.

Pada spiral keheningan, tenaga medis yang merupakan representasi minoritas mendapatkan porsinya sebagai mayoritas. Tagar #indonesiaterserah mendapatkan posisi sebagai kelompok mayoritas dan menjadi penerimaan sosial pada jaringan sosial masyarakat siber di Indonesia. Melalui narasi pada tagar #indonesiaterserah, para tenaga medis yang diwakili oleh dr. Tirta dipandang berhasil menyuarakan kenyataan bahwa pemerintah dinilai lemah dalam penerapan aturannya menjelang perayaan Idul Fitri 2020.

DAFTAR RUJUKAN

Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. United States of America, USA: Sage Publication, Inc.

- (2014). *Penelitian kualitatif & desain riset memilih di antara lima pendekatan* (Edisi Ke-3). Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Pelajar.
- Dai, B., Ali, A., & Wang, H. (2020). Exploring information avoidance intention of social media users: A cognition–affect–conation perspective. *Internet Research*, 30(5), 1455–1478.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The sage handbook of qualitative research fifth edition*. Los Angeles, US: Sage Publication, Inc.
- Dida, S., Damayanti, T., & Koswara, A. (2021). Representasi Indonesia pada penanganan COVID-19 di media asing. *Profesi Humas*, 5(2), 186-207.
- Drotner, K. (2002). New media, new paradigms? A comparative European perspective. *Annales Des Telecommunications-Annals Of Telecommunications*, 57(3–4), 238–245.
- Dvir-Gvirzman, S., Garrett, R. K., & Tsfati, Y. (2018). Why do partisan audiences participate? Perceived public opinion as the mediating mechanism. *Communication Research*, 45(1), 112–136.
- Elkins, J. (2010). *Visual culture, in intellect Bristol*. Chicago, US: Intellect Book.
- Erica, R. H. (2010). Film as identity exploration: A multimodal analysis of youth-produced films. *Teachers College Record*, 112(9), 2352–2378.
- Eriyanto. (2021). *Analisis jaringan media sosial*. Jakarta, Indonesia: Kencana.
- Holmes, D. (2005). *Communication theory: Media, technology and society*. London, UK: Sage Publication, Inc.
- Kim, J. (2012). The institutionalization of youtube: From user-generated content to professionally generated content. *Media, Culture and Society*, 34(1), 53–67.
- Knobloch-Westerwick, S., & Johnson, B. K. (2014). Selective exposure for better or worse: Its mediating role for online news' impact on political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2), 184–196.

- Kopp, S. (2010). Social resonance and embodied coordination in face-to-face conversation with artificial interlocutors. *Speech Communication*, 52(6), 587–597.
- Kozinets, R. V. (2010). *Nethnography doing ethnographic research online*. London, UK: Sage Publications Inc.
- Neuwirth, K., Frederick, E., & Mayo, C. (2007). The spiral of silence and fear of isolation. *Journal of Communication*, 57(3), 450–468.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51.
- Rakhman, F. R., Ramadhani, R. W., & Fatoni, A. (2021). Gerakan opini digital #indonesiaterserah pada media sosial Twitter di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 24(1), 29–44.
- Setiawan, H. (2019). Memilih di antara 7 tradisi ilmu komunikasi dalam kerangka filosofis. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 11(1), 18–35.
- Setiawan, H., Hero, E., & Hidayat, A. (2021). Retorika digital pada konten podcast (Analisis tema fantasi narasi podcaster di Pekanbaru). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 6(4), 457–479.
- Setiawan, H., Karlinah, S., Hidayat, D. R., & Darwis, Y. (2021). The failure of implementation broadcasting regulations in Indonesia-Malaysia border region: Case study on free-to-air television in Meranti Regency, Riau Province-Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal Of Communication*, 37(1), 88–106.
- Shuqair, S., Cragg, P., Zaidan, A., & Mitchell, T. (2016). The influence of users generated content on attitude towards brand and purchase intentions-case of Bahrain. *International Journal of Business Marketing and Management*, 1, 2456–4559.
- Sohn, D. (2019). Spiral of silence in the social media era: A simulation approach to the interplay between social networks and mass media. *Communication Research*, 49(1), 139–166.
- Suryani, C. (2020). Empati: Rasa yang terkalahkan oleh ego. Dalam Nugroho, S. E., Wahid, A. A., & Astuti, S. I., *Kolaborasi, riset, dan volunterisme, membangun resiliensi dalam gejolak pandemi* (264-272). Jakarta, Indonesia: Mafindo.
- Thyer, B. (2011). *The handbook of social work research methods*. Thousand Oaks, California: Sage Publication, Inc.
- Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture and Society*, 31(1), 41–58.
- Visser, P. S., & Mirabile, R. R. (2004). Attitudes in the social context: The impact of social network composition on individual-level attitude strength. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(6), 779–795.
- Wood, J. (2010). *Communication mosaics: An introduction to the field of communication*. United States of America, USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Wright, C., & Madrid, G. (2007). Contesting ethical trade in Colombia's cut-flower industry: A case of cultural and economic injustice. *Cultural Sociology*, 1(2), 255–275.
- Yesicha, C., & Irawanto, B. (2020). Dekonstruksi wacana subversif meme #IndonesiaTerserah. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(2), 282–299.

