

STRATEGI GERAKAN MAHASISWA NASIONAL INDONESIA DALAM ARAS MEDIA SOSIAL

Keberadaan media-media sosial ini menciptakan fenomena baru yang menarik untuk di lihat dan didiskusikan lebih dalam. Fenomena yang paling jelas adalah hiperealitas. Jean Baudrillard, seorang sosiologis ternama dari Prancis, dalam bukunya *Simulacra and Simulation*, menyebutkan bahwa hiperealitas adalah sebuah konsep di mana realitas yang dalam konstruksinya tidak bisa dilepaskan dari produksi dan permainan tanda-tanda yang melampaui realitas aslinya (*hyper-sign*).

Hiperealitas adalah suatu keadaan di mana kepalsuan bersatu dengan keaslian, tercampur-baur. Masa lalu berbaur dengan masa kini, fakta bersimpang siur dengan rekayasa, tanda melebur dengan realitas, dusta bersenyawa dengan kebenaran. Hiperealitas menghadirkan model-model kenyataan sebagai sebuah simulasi (tiruan yang mirip dengan aslinya). Simulasi itu menciptakan simulacrum (jamak: *simulacra*), di definisikan sebagai *image* atau *representation*. Hiperealitas membuat orang akhirnya terjebak pada *simulacra*, dan bukan pada sesuatu yang nyata.

Dalam konteks ini, perlu juga menyimak pemikiran filsuf dan sosiolog Manuel Castell terhadap gerakan sosial, sebagai penyeimbang bagi struktur sosial, pada abad informasi ini dapat diekspresikan dengan identitas kata, kebijakan identitas, dan gerakan sosial yang baru. Dia menawarkan tentang masyarakat jejaring (*network society*) keunggulan diberikan pada kategori agen sosial yang berbeda: identitas dan gerakan yang berdasarkan pada politik identitas. Identifikasi terhadap hal tersebut bersifat ahistoris dan merupakan

fenomena sosio-psikologis yang sifatnya universal, tetapi di masyarakat jejaring fenomena ini beranjak pada pusat dari perubahan sosial. Ini adalah makna yang sebenarnya dari keunggulan politik identitas dalam masyarakat jejaring.

Dalam masyarakat jaringan selalu terkait dengan budaya teknologi (*techno-culture*) yang memiliki struktur sosial yakni media informasi global dan gerakan yang berdasarkan identitas. Pembentukan identitas dapat dimulai dengan menggambarkan antagonisme internal yang ada di masyarakat jejaring. Dalam masyarakat jejaring ini Castell menekankan tentang adanya identitas resistensi yang memiliki kecenderungan membentuk sumber makna utama, singularitas kebudayaan, simbol atau bendera, dan juga pada umumnya tidak dapat berkomunikasi dengan realitas sosial di sekitar mereka. Singkatnya ini bisa diterjemahkan sebagai "konsep kesalahan mengenali" (*misrecognition*). Sebuah pengalaman yang terprivatisasi, menjadi identitas primordial, dan gagal menafsirkan kondisi sosial lain, selain "kita" sebagai lawan yang lain-lain.

Hal ini juga terlegitimasi pada diskusi yang bertema dalam *5th International Conference on Nusantara Philosophy* yang dilakukan oleh



salah satu kampus ternama di Indonesia yang menyatakan bahwa *social media* di Indonesia merupakan alat teknologi baru ini tidak menghasilkan suatu komunikasi dan dialog antara kelompok-kelompok yang saling berbeda pandangan. Jadi fenomena kejadian pengerasan identitas salah satu agama yang meluas yang baru-baru ini merupakan hasil rekonstruksi identitas yang di timbulkan akibat kemajuan teknologi. Hal tersebut bagi GMNI merupakan sebuah ancaman serius terhadap persatuan nasional yang ditimbulkan dari kehadiran media sosial baru-baru ini.

Di sisi lain, berdasarkan data Kemkominfo, angka tersebut pada tahun 2017 ini bahkan sudah mencapai di atas 100 juta orang. Di mana dari 258.316.051 juta jumlah penduduk sebanyak 102,8 juta adalah pengguna internet dengan perbandingan pria 52,5% dan wanita 47,5%. Di dunia sendiri, Indonesia adalah pengguna internet nomor 6 di dunia, di mana 5 besarnya ditempati oleh China, India, Amerika Serikat, Brasil dan kelima Jepang.

Pada penetrasi penggunaan internet berdasarkan riset terbaru yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia diketahui rentang usia 20-24 tahun ditemukan 22,3 juta jiwa yang setara 82 persen dari total penduduk keseluruhan. Sedangkan pada kelompok 25-29 tahun, terdapat 24 juta pengguna internet atau setara 80 persen total jumlah jiwa. .Generasi muda yang menggunakan media teknologi informasi tersebut populer didengar dengan generasi Z.

Generasi Z adalah orang-orang yang lahir di generasi internet—generasi yang sudah menikmati kemajuan teknologi usai kelahiran internet. Generasi Z atau generasi pasca milenial merupakan kelompok manusia termuda di dunia saat ini. Mereka lahir dalam rentang 1996 hingga 2010. Di Indonesia, pada 2010 saja jumlah mereka sudah lebih dari 68 juta orang, nyaris dua kali lipat Generasi X (kelahiran 1965-1976). Berbagai kajian

demografi menyatakan bahwa Generasi Z cenderung menghargai keberagaman, ingin menjadi agen perubahan, menyukai kampanye kekinian, berorientasi pada target, dan senang berbagi, berbeda dari kaum milenial atau Generasi Y (kelahiran 1977-1995) yang egoistik. Tentunya bagi GMNI Generasi Z merupakan sebuah sasaran bagi organisasi untuk menyadarkan peran pemuda Indonesia dalam meraih cita-citanya.

Dalam arus media sosial ditemukan dua permasalahan bagi organisasi GMNI yaitu pengerasan identitas yang mengancam persatuan nasional dan munculnya generasi baru yang merupakan target utama penyadaran organisasi ini. Di tengah-tengah fundamentalisme pasar dan fundamentalisme agama akibat globalisasi, GMNI tentunya harus memiliki posisi yang strategis dalam pertarungan globalisasi dalam kemajuan teknologi informasi ini.

Bagi GMNI media sosial merupakan suatu alat perjuangan untuk menuju cita-cita bangsa Indonesia yaitu Sosialisme Indonesia. Oleh karena itu GMNI harus memanifestasi penggunaan media sosial yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna dalam gerakan “populer” saat ini. Sudah saatnya GMNI untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pada media sosial yang dimiliki kader maupun secara struktur organisasi.

Penggunaan Media sosial bagi GMNI, penggunaannya sebagai sarana pengorganisasian aksi kolektif, dan lebih spesifik lagi sebagai sarana mobilisasi dalam membuat gerakan nyata secara bersama. Media sosial merupakan alat membangun kesadaran bersama rakyat Indonesia yang mengikis konstruksi sosial semu yang dilakukan oleh kapitalisme melalui khayalan media sosial. Dalam penyusunan gerakan pada media sosial, tindakan dan kejadian tidak muncul begitu saja melainkan perlu perencanaan, koordinasi dan pembentukan koalisi, memperhatikan ikatan sosial yang sudah

ada sebelumnya, memobilisasi struktur dan jejaring sosial. Sedangkan pada pola Kepemimpinan dalam pengorganisasian di media sosial sudah seharusnya bersifat kolektif dan terpimpin, sehingga gerakan tersebut tidak mengalami pembiasan tujuan.

Dalam menghadapi pengerasan identitas akibat perkembangan teknologi yang menghegemoni pada isu SARA terutama memiliki perhatian khusus dalam perkembangan bangsa Indonesia. Dengan membangun kontra-hegemoni dengan wacana persatuan nasional merupakan suatu kewajiban yang harus di perjuangkan GMNI. Dalam membangun wacana dan kontra hegemoni tersebut haruslah melalui bahasa yang mudah dimengerti oleh rakyat. Dalam praktiknya pembangunan wacana juga harus melalui proses dialogis agar tidak memunculkan sentimen terhadap kelompok. selain itu, GMNI juga harus melakukan pola-pola infiltrasi terhadap jejaring kelompok yang mengalami pengerasan identitas agar dapat memberikan gambaran situasi serta melakukan pengikisan gerakan tersebut.

Sedangkan dalam kemunculan generasi baru dengan hadirnya media sosial merupakan tantangan yang tidak bisa dihindari oleh GMNI. Kehadiran generasi baru ini merupakan basis gerakan GMNI dalam mewujudkan kesadaran politik bagi kaum muda. Pernah Media sosial juga merupakan sarana agitasi dan propaganda. Sarana tersebut digunakan dalam rangka penyadaran politik kaum muda terlebih tentang rekrutmen kader. Peluang baru dan mobilisasi struktur dalam gerakan GMNI ditekankan pada konten tentang praktik pelaksanaan Pancasila oleh organisasi, serta penyebaran wacana-wacana tentang sosio-demokrasi yang berhubungan dengan keadilan sosial dan wacana gotong royong.

Memberitahukan keberhasilan organisasi dan kader merupakan satu kebutuhan dalam sarana agitasi dan propaganda yang di media sosial. Selain

itu, berdasarkan hasil observasi penggunaan media sosial sering kali melemahkan muruah organisasi. Oleh karena itu organisasi ini perlu menangkis isu pelemahan muruah organisasi secara dialogis yang direncanakan dan dilakukan secara komunal agar masyarakat mengerti tentang kondisi yang sebenarnya.