

TAGAR, WACANA, DAN PERLAWANAN: STUDI TENTANG #KAWALPUTUSANMK SEBAGAI SIMBOL MOBILISASI GERAKAN SOSIAL

Rodrigo Mauris Luntungan¹⁾
Alvianto U. Wahyudi²⁾
Rizki Amalia Yanuartha³⁾

Universitas Kristen Satya Wacana¹²³⁾
email: rigoluntungan@gmail.com
alvianto.utomo@uksw.edu
rizk.amalia@uksw.edu

ABSTRACT

Article History:

Received:
Nov /024

Accepted:
Dec/2024

Published:
Dec/2024

Keywords:

#KawalPutusanMK, The
Constitutional Court,
Hashtag, Social movements

Recently, social media has been buzzing about a movement aimed at preserving the decisions of The Constitutional Court (MK – *Mahkamah Konstitusi*). The hashtag #KawalPutusanMK is used as a tool for mobilizing social movements in Indonesia, particularly related to the protest actions on August 21, 2024. Amid the increasing use of social media as a means to express opinions, this study examines how the hashtag functions as a symbol that motivates people to express their dissatisfaction with The Constitutional Court's decisions regarding the regional elections (Pilkada – *Pemilihan Kepala Daerah*) law. Using a qualitative approach and discourse analysis, this research collects data from social media platforms such as *Instagram*, *X*, and *TikTok* to identify the factors that triggered the emergence of the hashtag and its impact on mass mobilization. The findings indicate that #KawalPutusanMK encourages the dissemination of information and the building public support, thereby creating an interactive network that enhances public awareness of social issues. This hashtag not only serves as a tool for organizing protest actions but also legitimizes the demands for social change put forth by the community, reflecting new dynamics in social movements in the digital era. As a direct outcome of this movement, the hashtag contributed to the cancellation of the draft regional elections law (*RUU Pilkada*), demonstrating how public mobilization using the hashtag #KawalPutusanMK can influence political decisions and result in concrete policy changes.

PENDAHULUAN

Di era yang semakin maju ini membawa dampak yang signifikan bagi kehidupan manusia di berbagai sektor, contohnya adalah sektor media. Berbagai

informasi, menyampaikan pendapat, berinteraksi dan berkomunikasi, kondisi-kondisi ini membawa pengaruh yang besar bagi sebagian orang. Internet menjadi salah satu media yang digunakan untuk menyebarkan informasi. Di Indonesia, penggunaan internet terus berkembang. Berdasarkan data Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, tingkat penggunaan internet di Indonesia telah mencapai 79,5% dengan total 221.563.479 orang yang terhubung dari populasi Indonesia yang berjumlah 278,6 juta jiwa (KOMINFO, 2024).

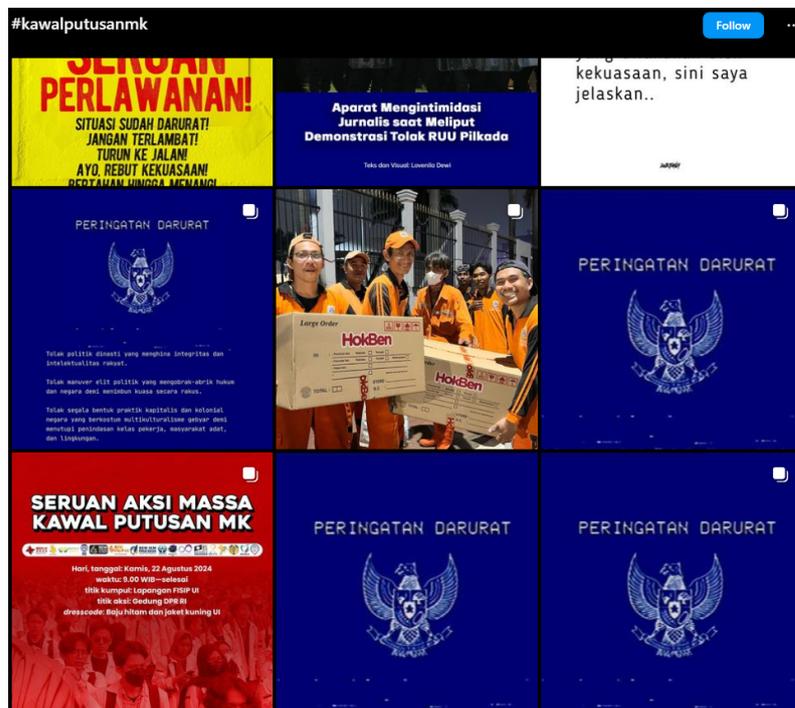
Media sosial muncul dalam berbagai format, termasuk teks, yang memungkinkan pengguna untuk mengungkapkan dan berbagi pendapat mereka (Elshahed, 2020). Menurut Apriyani (2021), kehadiran media sosial lebih dari sekadar *platform*. Media sosial juga berfungsi sebagai alat untuk mendorong dan menggerakkan masyarakat dalam menyuarakan protes terhadap pemerintah. Selama beberapa dekade terakhir, sejumlah gerakan sosial baru telah berkembang melalui *platform* media sosial. Tidak sedikit juga para *influencer* yang dapat menyebarkan informasi dan pendapat mereka melalui media sosial dengan tujuan agar para pengikutnya sependapat dengan opininya. Dengan menggunakan perangkat seluler, masyarakat dapat menghubungkan gagasan, individu, organisasi, negara, dan gerakan sosial baru. Peningkatan aktivitas dan penetrasi internet telah mengakibatkan pertumbuhan pesat dalam aktivitas gerakan sosial secara daring (Seebaluck, 2014).

Pada Agustus 2024, media sosial gempar dengan adanya gerakan untuk menjaga agar keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) tidak dibatalkan. Berita ini telah viral di media sosial seperti *Instagram*, *X*, dan juga *Tiktok*. Tanda pagar (tagar) *#KawalPutusanMK* muncul dan menjadi *trending topic* di *X*. Berdasarkan berita yang dimuat oleh Tempo, pada Rabu, 21 Agustus 2024 pukul 14.27 WIB, telah ada lebih dari 397 ribu unggahan terkait tagar tersebut (Abdurrahman, 2024). Sebagai hasil dari tagar *#KawalPutusanMK*, ribuan massa melakukan aksi unjuk rasa pada Kamis, 22 Agustus 2024 di depan kompleks parlemen DPR RI, Jakarta, untuk menyuarakan hasil Putusan MK. Aksi serupa juga berlangsung di beberapa kota lain di Indonesia, contohnya Solo, Makassar dan Surabaya. Demonstrasi massal ini dipicu oleh keputusan panitia kerja Badan Legislasi (Baleg) DPR RI yang membatalkan putusan MK mengenai Undang-undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pemilihan Kepala Daerah (UU Pilkada). Para pengunjuk rasa menuntut agar DPR tidak mengabaikan putusan MK terkait ambang batas syarat pencalonan kepala daerah (Muhid, 2024).

Kajian terkait topik ini sebenarnya telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Kapriani & Lubis (2014) dan Kade Galuh (2016) lebih membahas pada peran dan keefektifan dari media sosial dalam melakukan gerakan sosial. Hal tersebut berbeda dengan penelitian ini yang akan mengkaji hal yang lebih spesifik yaitu peran dari tagar di media sosial sebagai simbol mobilisasi gerakan sosial. Penelitian lain yang dilakukan oleh Nur Hasanah (2017) dan Anshori & Nadiyya (2023) membahas mengenai transformasi gerakan sosial oleh mahasiswa melalui media sosial. Penelitian tersebut berfokus bagaimana proses transformasi gerakan sosial oleh mahasiswa melalui media sosial. Penelitian mengenai tagar juga sudah dilakukan oleh Ningrum & Hartanto (2023), di mana

pembahasan yang diangkat mengenai opini publik dalam aktivisme tanda pagar. Penelitian tersebut hanya menunjukkan bahwa opini yang terbangun dari tanda pagar tidak selalu pro, melainkan juga ada yang kontra. Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini lebih berfokus pada peran dari tagar di media sosial dalam gerakan sosial serta faktor-faktor apa yang memengaruhi terbentuknya tagar tersebut sebagai bentuk dari aksi perlawanan pada gerakan sosial, di mana kasus yang diangkat pada penelitian ini adalah tagar *#KawalPutusanMK*.

Hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara keseluruhan menjadi alat untuk mengekspresikan opini dan aktivisme serta media untuk melakukan aksi protes. Namun, dari hal tersebut dapat menimbulkan permasalahan, salah satunya yaitu adanya *buzzer*. Protes di media sosial saat ini sering disalahgunakan oleh *buzzer*, sehingga permasalahan yang muncul dan *trending* menjadi tidak murni lahir dari kegelisahan masyarakat (Apriyani, 2021).



Gambar 1. Unggahan di Media Sosial Instagram “Peringatan Darurat”
#KawalPutusanMK

(Sumber:

<https://www.instagram.com/explore/search/keyword/?q=%23kawalputusanmk>)



Gambar 2. Topik *Trending* Tagar #KawalPutusanMK di Media Sosial X
(Sumber: https://x.com/Metro_TV/status/1826129134998925530)

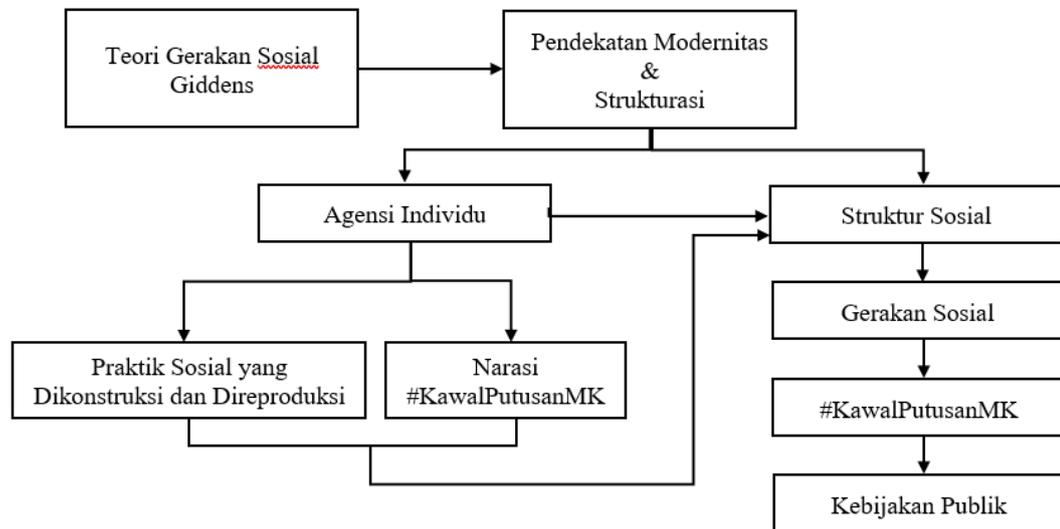
Dari permasalahan di atas, berita mengenai keputusan MK menimbulkan banyak pro-kontra dari masyarakat. Berbagai cara untuk menyampaikan pendapat oleh masyarakat beragam, mulai dari mengunggah ulang *posting-an* dari *Instagram* (Gambar 1.), menyuarakan pendapat dengan menggunakan tanda pagar (tagar) #KawalPutusanMK (Gambar 2.), hingga terjun langsung ke lapangan untuk melakukan aksi unjuk rasa. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran tanda pagar #KawalPutusanMK dalam menggerakkan gerakan sosial unjuk rasa yang terjadi pada hari Rabu, 21 Agustus 2024 dan untuk mengetahui faktor yang menyebabkan munculnya tagar #KawalPutusanMK sehingga terjadi gerakan sosial unjuk rasa.

Di tengah fenomena sosial yang semakin berkembang, penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi, terutama dengan munculnya gerakan #KawalPutusanMK yang mengundang perhatian besar di media sosial. Di era digital ini, media sosial telah menjadi arena utama bagi masyarakat dalam berpendapat dan berinteraksi, serta untuk memobilisasi aksi protes. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada efektivitas media sosial dalam gerakan sosial secara umum, penelitian ini mengkaji secara spesifik peran tanda pagar #KawalPutusanMK sebagai simbol mobilisasi gerakan sosial. Dengan memanfaatkan alat analisis jaringan sosial, penelitian ini tidak hanya akan menggali faktor-faktor yang memicu munculnya tagar tersebut, tetapi juga meneliti bagaimana tagar ini berfungsi dalam memfasilitasi aksi unjuk rasa yang terjadi pada 21 Agustus 2024. Dengan demikian, penelitian ini dapat menawarkan kontribusi baru terhadap pemahaman tentang dinamika gerakan sosial di era media digital dan memberikan pemahaman mendalam tentang interaksi antara media sosial dan gerakan sosial di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah kualitatif dengan analisis diskursif yang bertujuan untuk memahami konsep-konsep utama yang digunakan dalam membentuk identitas *agensi individu*. Proses analisis diskursif terdiri dari empat tahap: (1) pengumpulan data wacana, (2) persiapan analisis, (3) analisis, dan (4) penulisan laporan. Tujuan analisis ini adalah untuk

mengungkap dimensi konstruktif, variabilitas, dan fungsi wacana. Data dikumpulkan melalui *screenshot* hasil dari #KawalPutusanMK di beberapa media sosial, yang kemudian ditranskrip secara verbatim untuk dianalisis.



Gambar 3. Bagan Alur Berpikir (Sumber: Dokumen Pribadi)

Dari bagan di atas (Gambar 3.) menjelaskan bahwa pendekatan, modernitas dan strukturasi menciptakan struktur sosial dan agen (Giddens, 2010). Agen menimbulkan adanya peran individu atau kelompok dalam praktik sosial yang berulang (*memposting ulang*), dikonstruksi (*komentar*) dan direproduksi (*sharing*) yang menciptakan tindakan gerakan sosial yang berpengaruh kepada kebijakan publik.

Dari teori gerakan sosial Giddens ini membuat para pengguna media sosial (agensi individu) untuk saling menegosiasikan dan mempengaruhi struktur sosial dan menciptakan ruang untuk gerakan sosial dan memobilisasi massa untuk mengambil tindakan. Jadi pada dasarnya, agensi individu (#KawalPutusanMK) menciptakan struktur sosial yang berlanjut pada gerakan sosial lalu berpengaruh pada kebijakan publik.

Penelitian ini akan dilakukan di media sosial (*Instagram, X, dan Tiktok*) dengan menganalisis jumlah tagar #KawalPutusanMK dan opini yang disampaikan publik melalui penggunaan tagar tersebut. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan oleh peneliti ada dua, yaitu data primer yang diperoleh dari pengguna media sosial yang menggunakan tagar #KawalPutusanMK pada unggahannya dari tanggal 21 Agustus 2024 hingga 30 Agustus 2024, serta data sekunder yang diperoleh dari artikel, buku, atau jurnal artikel dari internet dan sumber data lainnya yang berkaitan dengan subjek penelitian dan mendukung analisis dari data primer.

Pengumpulan data dilakukan dengan menganalisis diskusi yang terjadi dengan menggunakan tanda pagar #KawalPutusanMK di media sosial (*Instagram, X, dan Tiktok*). Penulis akan mengambil semua percakapan yang mencakup kata kunci "#KawalPutusanMK", yang memungkinkan untuk memperoleh informasi

tentang tren yang sedang viral di media sosial *Instagram*, *X*, dan *Tiktok*. Penelitian ini memanfaatkan alat analisis jaringan sosial, yaitu *Brand24*, untuk mengekstrak data percakapan. Alat pemantauan media sosial ini dapat memberikan data statistik yang konsisten selama periode waktu tertentu.

Pada penelitian ini, analisis diskursus diterapkan untuk memahami bagaimana bahasa dan narasi yang digunakan dalam tagar tersebut membentuk persepsi publik dan mempengaruhi mobilisasi sosial. Berangkat dari isu Revisi UUD Pilkada memunculkan wacana yang dikonstruksi melalui media sosial yaitu *#KawalPutusanMK*, berdampak pada munculnya wacana gerakan sosial baik di media sosial maupun demonstrasi di dunia riil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk baru dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan publik adalah melalui media sosial. Salah satunya adalah melalui penggunaan tanda pagar (tagar) atau *hashtag* yang disimbolkan dengan “#”. *Hashtag* atau tagar menunjukkan suatu topik atau tema dari berita yang ada di media sosial. Sistem tagar adalah sistem pemberian *tag*, pengorganisasian, dan sistem klasifikasi. Tagar berperan dalam pengklasifikasian pesan atau berita, peningkatan pencarian, dan memungkinkan suatu organisasi untuk menghubungkan pesan dengan topik yang sedang diperbincangkan atau topik yang berkembang di publik. Secara singkat, tagar memimpin pembentukan “*ad hoc public*” atau jaringan publik yang berkembang di sekitar tagar (Bruns & Burgess, 2011; Mulyadi, 2018). Menurut Mulyadi (2018), tagar dapat menjadi sarana untuk membangun sebuah gerakan yang bertujuan menyebarkan gagasan, informasi, atau pandangan mengenai topik tertentu. Pada penelitian ini kasus yang diangkat adalah tagar *#KawalPutusanMK*.



Gambar 4. Unggahan Instagram Kasus *#KawalPutusanMK*
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/C-7FoMISi0M/>)

Kasus yang diangkat melalui #KawalPutusanMK pertama kali diunggah oleh akun media sosial *Instagram* @narasinewsroom yang berkolaborasi dengan akun lainnya yaitu @matanajwa, @narasi.tv, dan @najwashihab (Gambar 4.). Melalui unggahan tersebut, diperoleh 4 juta likes, 120 ribu komentar, dan dibagikan sebanyak 683 ribu kali. Unggahan tersebut menjadi salah satu faktor terbentuknya tagar #KawalPutusanMK. Tagar #KawalPutusanMK merupakan opini publik yang berasal dari proses penggabungan pikiran, perasaan, dan saran yang diungkapkan oleh masyarakat. Opini sering muncul sebagai respons terhadap kebijakan pemerintah (Sarihati *et al.*, 2022). Bernard Hennessy dalam Sultan & Silviana Purwanti (2022) juga menjelaskan faktor yang dapat mendukung terbentuknya opini publik adalah adanya isu. Opini publik terbentuk di sekitar isu ketika ada konsensus yang nyata mengenai masalah tersebut. Isu ini bisa berupa topik kontemporer yang mungkin melibatkan ketidaksepakatan atau konflik. Selain itu juga didukung oleh adanya kelompok yang dikenal dan memiliki kepentingan terhadap isu tertentu (*nature of public*). Pada kasus ini, peran dari akun sosial yang pertama kali mengunggah isu #KawalPutusanMK sangat besar kontribusinya. Hal ini ditunjukkan melalui jumlah total pengikut akun *Instagram* @narasinewsroom, @matanajwa, @narasi.tv, dan @najwashihab adalah sebanyak 32 juta, sehingga akan banyak masyarakat yang mengakses unggahan tersebut.

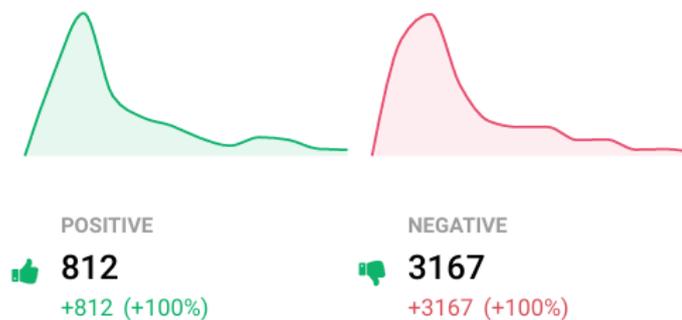
Tagar #KawalPutusanMK pada kasus ini menjadi dasar terbentuknya gerakan sosial dengan berperan dalam menyebarkan informasi, dan memobilisasi dukungan. Media sosial bertindak sebagai struktur sosial yang memfasilitasi interaksi publik dan mempengaruhi gerakan sosial. Gerakan sosial adalah upaya yang dilakukan oleh kelompok orang untuk menyuatkan tujuan tertentu, biasanya dalam bentuk organisasi atau kelompok sosial yang besar. Fokusnya bisa pada isu-isu politik atau sosial dengan tujuan untuk menantang, menolak, atau mendukung perubahan sosial dalam masyarakat. Bagi para pendukungnya, gerakan sosial dianggap sebagai usaha positif. Kesepakatan di antara anggotanya merupakan salah satu karakteristik yang membedakan gerakan sosial dari bentuk penyimpangan lainnya (Mirsal, 2004).

Anthony Giddens menggambarkan gerakan sosial sebagai kelompok individu yang berupaya menemukan solusi atau menghambat proses perubahan sosial. Gerakan sosial biasanya muncul setelah terjadi keresahan sosial (Astuti, 2013). Menurut Fauzi (2005) dan Haris *et al.* (2019), terdapat beberapa faktor yang menjadi dasar lahirnya gerakan sosial, antara lain gerakan sosial muncul sebagai respon terhadap situasi yang dihadapi masyarakat akibat adanya ketimpangan atau pelanggaran terhadap norma-norma tertentu, adanya peluang bagi gerakan tersebut untuk berkembang, ketidakpuasan terhadap kondisi yang ada, dan kemampuan pemimpin gerakan dalam melakukan persuasi. Pratama & Rahmat (2018) menambahkan gerakan sosial merupakan upaya untuk memobilisasi suatu perubahan dan juga berkontribusi dalam pembentukan opini publik. Hal ini dapat diwujudkan melalui diskusi mengenai fenomena sosial dengan menggabungkan gagasan-gagasan gerakan sosial sehingga menghasilkan suatu perubahan.



Gambar 5. Grafik Volume Cuitan pada Media sosial dan Pencarian tagar #KawalPutusanMK (Sumber: Brand24)

Berdasarkan data yang diperoleh dari alat analisis Brand24 pada rentang waktu 21 Agustus 2024 hingga 30 Agustus 2024, ditemukan bahwa terdapat 14.333 unggahan di media sosial yang menggunakan tagar #KawalPutusanMK dengan sebanyak 462 juta pengguna yang melakukan pencarian melalui tagar tersebut (Gambar 5.). Selain merupakan bentuk opini publik yang disampaikan melalui media sosial, data-data ini juga menunjukkan banyak masyarakat yang mengungkapkan pendapatnya melalui penggunaan tagar #KawalPutusanMK.



Gambar 6. Grafik Distribusi Sentimen Opini Publik #KawalPutusanMK (Sumber: Brand24)

Sentimen berkaitan dengan pro atau kontra. Sentimen merujuk pada perasaan atau sikap seseorang terhadap suatu isu, dan bisa bersifat positif, yang berarti pro terhadap isu (pengesahan RUU) atau negatif yang berarti kontra terhadap isu (pengesahan RUU). Melalui data tersebut juga diperoleh data mengenai distribusi atau sebaran sentimen positif (812) dan sentimen negatif (3.167) (Gambar 6.). Hal ini menunjukkan bahwa opini publik yang disampaikan di media sosial beragam, antara pro dan kontra. Sarihati *et al.* (2022) menegaskan bahwa opini publik juga dapat memicu kontroversi, seperti yang sering terjadi antara pemerintah dan masyarakat, atau di antara pendukung elit politik yang memiliki pandangan berbeda. Selain itu, opini publik dapat mencerminkan keinginan rakyat terkait kebijakan pemerintah. Menurut teori strukturasi Giddens, tagar seperti #KawalPutusanMK dapat dipahami sebagai praktik sosial yang berulang, yang berkembang melalui tindakan individu dan kelompok di media sosial. Penggunaan tagar ini memfasilitasi interaksi yang meningkatkan kesadaran mengenai isu

tertentu dan membentuk komunitas virtual yang mendorong tindakan nyata, seperti demonstrasi.



Gambar 7. Opini Publik di *Instagram*, *X*, dan *Tiktok* dari Unggahan Tagar #KawalPutusanMK

(Sumber:

<https://x.com/kristoimmanuel/status/1826208988784148713?s=46&t=osjGcCh-5vhHfaNw0rV1Dg>

<https://vt.tiktok.com/ZSjhddq9n/>

<https://www.instagram.com/p/C-7FoMISi0M/>)

Unggahan di media sosial, khususnya pada kasus #KawalPutusanMK mendorong masyarakat untuk menyuarakan opininya. Dari berbagai unggahan media sosial di atas menimbulkan banyak komentar dari *netizen*, ada yang pro dan kontra (Gambar 7.). Dari unggahan di media sosial *X*, dianalisis dari komentar teratas dengan jumlah *likes* terbanyak bahwa *netizen* yang berkomentar lebih banyak kontra kepada isu pengesahan RUU atau dengan kata lain pro terhadap perlawanan. Konteks perlawanan ini ditunjukkan dengan komentar yang mengatakan “*jangan pernah berhenti bersuara, terus lawan!*”. Begitu juga dengan komentar dari *netizen* di media sosial *Tiktok*, dimana komentar dengan jumlah *likes* terbanyak adalah komentar yang kontra terhadap isu pengesahan RUU, ditunjukkan dengan komentar “*jangan lengah, tetap kawal putusan MK*”. Komentar teratas di *Instagram* pun ada banyak *netizen* yang memberi *likes* pada komentar perlawanan akan hasil putusan MK, ditunjukkan dengan komentar “*LAWAN!*”. Namun, di samping itu juga tak sedikit *netizen* yang berkomentar pro dengan isu pengesahan RUU. Konteks komentar yang pro ditunjukkan dengan pernyataan “*apanya yang darurat... berlebihan*”. Menurut Bernard Hennessy dalam Sultan & Silviana

Purwanti (2022), adanya pernyataan atau opini (*expression of opinion*) merujuk pada berbagai pendapat yang berfokus pada isu tertentu, yang umumnya disampaikan melalui kata-kata yang diucapkan atau tertulis. Dari beberapa media sosial di atas bisa disimpulkan bahwa ada banyak cara beropini yang dapat dilakukan *netizen* dengan berkomentar pada unggahan yang menggunakan tagar *#KawalPutusanMK*. Pada kasus ini, opini yang diungkapkan publik lebih banyak kontra terhadap isu pengesahan RUU dibandingkan dengan yang pro terhadap isu tersebut. Dengan kata lain, publik mendukung adanya tagar *#KawalPutusanMK*.



Gambar 8. Unggahan Ajakan Aksi Unjuk Rasa *#KawalPutusanMK*
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/C-7vOOyykSR/>)

Pada Gambar 8., menunjukkan mengenai salah satu ajakan aksi demonstrasi atau unjuk rasa yang disebarkan melalui tagar *#KawalPutusanMK*. Tagar dianggap sebagai aktivisme untuk memperjuangkan kesadaran akan suatu topik atau isu yang memunculkan perdebatan di media sosial (Tomblison & Wolf, 2017). Tagar menyertakan frasa pemersatu yang memungkinkan individu yang terpinggirkan untuk bergabung dalam protes diskursif melalui media sosial (Yang, 2016). Banyak isu dan gerakan menemukan suaranya melalui tagar, memperkaya diskusi dengan mengaitkan topik terkait. Tagar bertindak sebagai jembatan, memfasilitasi pengambilan informasi dan peningkatan diskusi untuk kelompok (Agustya *et al.*, 2023). Pengguna media sosial (agen) menggunakan tagar untuk berkomunikasi, menyebarkan informasi, dan memobilisasi dukungan. Media sosial bertindak sebagai struktur sosial yang memfasilitasi interaksi publik dan mempengaruhi gerakan sosial. Penggunaan tagar berulang kali mereproduksi narasi dan wacana yang memperkuat gerakan sosial, memperluas pengaruhnya di ruang publik. Dengan kata lain, tagar seperti *#KawalPutusanMK* memberikan legitimasi pada

gerakan sosial dengan menunjukkan dukungan publik yang luas, yang memotivasi lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam aksi nyata, seperti unjuk rasa.

Gerakan sosial yang dipicu oleh tagar #KawalPutusanMK pada 22 Agustus 2024 berhasil memengaruhi kebijakan publik di Indonesia, khususnya dalam pembatalan pengesahan Rancangan Undang-Undang (RUU) Pilkada. Gerakan ini mencerminkan ketidakpuasan masyarakat terhadap keputusan Mahkamah Konstitusi dan berhasil memobilisasi dukungan luas dari berbagai kalangan, yang mendorong diskursus mengenai transparansi dan akuntabilitas dalam pembuatan kebijakan. Sebagai respons terhadap tekanan publik, Wakil Ketua DPR RI, Sufmi Dasco Ahmad, mengumumkan bahwa pengesahan UU Pilkada dibatalkan (Setuningsih, 2024). Keputusan ini menunjukkan dampak konkret dari partisipasi masyarakat, terutama melalui tagar #KawalPutusanMK, dalam memengaruhi keputusan politik dan kebijakan pemerintah. Selain itu, gerakan ini menegaskan pentingnya media sosial sebagai alat untuk memperkuat dialog antara masyarakat dan pemerintah, serta membuka ruang bagi partisipasi publik dalam proses pembuatan kebijakan.

SIMPULAN

Tagar #KawalPutusanMK dalam gerakan sosial unjuk rasa pada 21 Agustus 2024 berperan sebagai alat mobilisasi yang mendorong untuk menyebarkan informasi dan membangun dukungan publik. Penggunaan media sosial memungkinkan pengorganisasian opini yang beragam, menciptakan jaringan publik yang memperkuat kesadaran akan isu-isu yang dihadapi masyarakat. Faktor munculnya tagar ini dipicu oleh respon terhadap kebijakan pemerintah dan adanya kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan terhadap isu tersebut, yang terwujud dalam bentuk interaksi dan diskusi di *platform* sosial. Dengan dukungan dari akun-akun besar, tagar ini berhasil menarik perhatian luas, mendorong banyak orang untuk terlibat dalam aksi demonstrasi, dan menjadikan suara publik lebih terdengar. Tagar #KawalPutusanMK tidak hanya menjadi simbol gerakan, tetapi juga legitimasi terhadap tuntutan perubahan sosial yang didorong oleh ketidakpuasan masyarakat terhadap kondisi yang ada. Sebagai hasil dari gerakan ini, pembatalan pengesahan RUU menjadi kebijakan baru yang terbentuk dan menunjukkan bahwa kekuatan opini publik melalui tagar #KawalPutusanMK dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pemerintah.

REFERENSI

- Abdurrahman, S. (2024). *Viral, Tagar Kawal Putusan MK di Tengah Isu DPR Anulir Putusan Mahkamah Konstitusi*. Nasional Tempo. <https://nasional.tempo.co/read/1906639/viral-tagar-kawal-putusan-mk-di-tengah-isu-dpr-anulir-putusan-mahkamah-konstitusi>
- Agustya, S. V., Natalia, K., & Irwansyah, I. (2023). Communication Through Hashtags in Social Movements: A Systematic Literature Review. *Journal La Sociale*, 4(5), 319–328. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v4i5.908>
- Anshori, I., & Nadiyya, F. A. A. (2023). Peran Ruang Digital Sebagai Transformasi Gerakan Aksi Sosial Mahasiswa Melalui Platform Sosial Media. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(2), 343–362. <https://doi.org/10.20961/jas.v12i2.68981>
- Apriyani, T. (2021). Peran Sosial Media pada Gerakan Protes Massa Aksi dan Demokrasi Baru di Era Digital. *Kalijaga Journal of Communication*, 3(1), 17–30.

<https://doi.org/https://doi.org/10.14421/kjc.31-02.2021>

- Astuti, S. A. (2013). Media Sosial Sebagai Ruang Publik Antara Netiket dan Netizen. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 203–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/kanal.v1i2.339>
- Bruns, A., & Burgess, J. (2011). The use of twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. *European Consortium for Political Research Conference, Reykjavik, 25-27 Aug. 2011*, 1–9. [http://eprints.qut.edu.au/46515/%0Ahttp://snurb.info/files/2011/The Use of Twitter Hashtags in the Formation of Ad Hoc Publics \(final\).pdf](http://eprints.qut.edu.au/46515/%0Ahttp://snurb.info/files/2011/The%20Use%20of%20Twitter%20Hashtags%20in%20the%20Formation%20of%20Ad%20Hoc%20Publics%20(final).pdf)
- Elshahed, H. (2020). Social Media Mobilization and Political Activism in Egypt. *Global Media Journal*, 18(34), 1–8. <https://www.globalmediajournal.com/open-access/social-media-mobilization-and-political-activism-in-egypt.php?aid=87917%0Ahttps://www.globalmediajournal.com/peer-reviewed/social-media-mobilization-and-political-activism-in-egypt-87917.html>
- Fauzi, N. (2005). *Gerakan-gerakan rakyat dunia ketiga*. Yogyakarta : INSIST Press.
- Giddens, A. (2010). *Teori strukturasi: dasar-dasar pembentukan struktur sosial masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Haris, A., AB Rahman, A. Bin, & Wan Ahmad, W. I. (2019). Mengenal Gerakan Sosial dalam Perspektif Ilmu Sosial. *Hasanuddin Journal of Sociology*, 1(1), 15–24. <https://doi.org/10.31947/hjs.v1i1.6930>
- Kade Galuh, I. G. A. A. (2016). Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(1), 73–92. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i1.602>
- Kapriani, D. R., & Lubis, D. P. (2014). Efektivitas Media Sosial Untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. *Sodality : Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 02(03), 160–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.22500/sodality.v2i3.9423>
- KOMINFO. (2024). *Pengguna Internet Meningkat, Kominfo Galang Kolaborasi Tingkatkan Kualitas Layanan*. 80/HM/KOMINFO/01/2024. https://www.kominfo.go.id/content/detail/54481/siaran-pers-no-80hmkominfo012024-tentang-pengguna-internet-meningkat-kominfo-galang-kolaborasi-tingkatkan-kualitas-layanan/0/siaran_pers
- Mirsel, R. (2004). *Teori pergerakan sosial* (1st ed.). Yogyakarta : INSIST Press.
- Muhid, H. (2024). *Kronologi Ribuan Massa Kepung Gedung DPR Unjuk Rasa Kawal Putusan MK*. Nasional Tempo. <https://nasional.tempo.co/read/1907463/kronologi-ribuan-massa-kepung-gedung-dpr-unjuk-rasa-kawal-putusan-mk>
- Mulyadi, U. (2018). Tanda Pagar (#) Sebagai Identitas Pesan Pada Komunitas Virtual. *Jurnal The Message*, 10, 44–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/w5p9m>
- Ningrum, M. W., & Hartanto, E. (2023). Opini Publik Pada Aktivisme Tanda Pagar '#Di Media Sosial Twitter (Social Network Analysis Dan Sentiment Analysis Pengguna *BroadComm*, 1–13. <https://jurnal.akmrtv.ac.id/index.php/bcomm/article/view/328%0Ahttps://jurnal.akmrtv.ac.id/index.php/bcomm/article/download/328/182>
- Nur Hasanah, A. (2017). Transformasi Gerakan Sosial Di Ruang Digital. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(6), 1–15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21831/e-societas.v6i6.9126>
- Pratama, F. F., & Rahmat, R. (2018). Peran karang taruna dalam mewujudkan tanggung jawab sosial pemuda sebagai gerakan warga negara. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 15(2), 170–179. <https://doi.org/10.21831/jc.v15i2.19182>
- Sarihati, T., Muhammad, L., & Budi, K. (2022). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. PT. RajaGrafindo Persada.

- Seebaluck, A. (2014). How Social Media Affects The Dynamics Of Protest. *Naval Postgraduate School, 1*.
- Setuningsih, N. (2024). *Perlawanan Sehari Kawal Putusan MK, RUU Pilkada Batal Disahkan*. Kompas. <https://nasional.kompas.com/read/2024/08/22/19221311/perlawanan-sehari-kawal-putusan-mk-ruu-pilkada-batal-disahkan>
- Sultan, F. F., & Silviana Purwanti. (2022). Pembentukan Opini Publik Pada Akun Twitter Pribadi Novel Baswedan. *EJournal Ilmu Komunikasi, 10*(4), 155–164.
- Tombleson, B., & Wolf, K. (2017). Rethinking the circuit of culture: How participatory culture has transformed cross-cultural communication. *Public Relations Review, 43*(1), 14–25. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.10.017>
- Yang, G. (2016). Narrative agency in hashtag activism: The case of #blacklivesmatter. *Media and Communication, 4*(4), 13–17. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>