UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Konstruksi Representasi Isu Masyarakat Adat dalam #AllEyesOnPapua di Media Sosial
Krisnanda Kogoya, Dr. Indah Surya Wardhani, S.Sos., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana hashtag #AllEyesOnPapua mengonstruksi representasi isu masyarakat adat dalam ruang publik digital. Berangkat dari kritik terhadap anggapan bahwa hashtag hanya berfungsi sebagai alat agregasi konten, penelitian ini memposisikan hashtag sebagai mekanisme representasional yang mengorganisasi makna lintas platform. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi multi-platform yang dikombinasikan dengan summative content analysis dan analisis framing. Data penelitian terdiri dari 60 konten media sosial dari Instagram, TikTok, dan X (Twitter) yang dipilih secara purposif berdasarkan relevansi, tingkat engagement, dan keberagaman aktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi isu masyarakat adat dikonstruksi melalui tiga logika utama, yaitu simbolisasi ekologis, struktur konflik politis, dan mobilisasi afektif digital. Pertama, isu direpresentasikan melalui simbol ekologis, khususnya "hutan adat", yang tidak hanya merefleksikan persoalan lingkungan, tetapi juga identitas dan keberlangsungan hidup masyarakat adat. Kedua, narasi secara konsisten membingkai negara dan korporasi sebagai aktor utama dalam konflik, yang mencerminkan relasi kuasa dalam struktur ekonomi-politik. Ketiga, penggunaan bahasa yang emosional dan normatif berperan dalam membangun legitimasi moral sekaligus memobilisasi empati publik. Selain itu, analisis lintas platform menunjukkan bahwa representasi tidak bersifat homogen, melainkan terdiferensiasi sesuai dengan logika masing-masing platform: Instagram cenderung informatif dan visual, TikTok menonjolkan storytelling afektif, sementara X menjadi ruang artikulasi politik yang lebih eksplisit. Temuan ini menunjukkan bahwa hashtag berfungsi sebagai titik artikulasi yang mengintegrasikan berbagai lapisan makna ke dalam satu narasi digital yang koheren. Namun demikian, dominasi framing emosional juga berpotensi menyederhanakan kompleksitas isu struktural. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa representasi dalam media sosial bersifat dinamis dan dimediasi oleh interaksi antara aktor, konten, dan logika platform.

Kata Kunci: tagar; representasi politik; masyarakat adat; media sosial; framing; aktivisme digital

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Konstruksi Representasi Isu Masyarakat Adat dalam #AllEyesOnPapua di Media Sosial
Krisnanda Kogoya, Dr. Indah Surya Wardhani, S.Sos., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study examines how the hashtag #AllEyesOnPapua constructs the representation of indigenous peoples' issues in the digital public sphere. Departing from a critique of the assumption that hashtags merely function as tools for aggregating content, this study positions the hashtag as a representational mechanism that organizes meaning across platforms. The study uses a qualitative approach with multi-platform netnography combined with summative content analysis and framing analysis. The data consist of 60 social media contents from Instagram, TikTok, and X (Twitter), purposively selected based on relevance, level of engagement, and diversity of actors. The findings show that the representation of indigenous peoples' issues is constructed through three main logics: ecological symbolization, the structure of political conflict, and digital affective mobilization. First, the issue is represented through ecological symbols, particularly the "customary forest" (hutan adat), which reflects not only an environmental concern but also the identity and survival of indigenous peoples. Second, the narratives consistently frame the state and corporations as the main actors in the conflict, reflecting power relations in the political-economic structure. Third, the use of emotional and normative language builds moral legitimacy while mobilizing public empathy. In addition, the cross-platform analysis shows that representation is not homogeneous but differentiated according to the logic of each platform: Instagram tends to be informative and visual, TikTok emphasizes affective storytelling, while X becomes a more explicit space for political articulation. These findings show that the hashtag functions as a point of articulation that integrates various layers of meaning into a single coherent digital narrative. However, the dominance of emotional framing also risks oversimplifying the complexity of structural issues. Overall, this study affirms that representation on social media is dynamic and mediated by the interaction among actors, content, and platform logic.

Keywords: hashtag; political representation; indigenous peoples; social media; framing; digital activism