

# **ADVOKASI MASYARAKAT SIPIL DI ERA DIGITAL**

## **STUDI KASUS: MENGENAI STRATEGI ADVOKASI MASYARAKAT SIPIL OLEH MASYARAKAT DIGITAL JOGJA (MASDJO) MELALUI MEDIA SOSIAL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY)**

### **Abstraksi**

Perkembangan teknologi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Teknologi dikembangkan untuk memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitasnya. Tidak terkecuali dengan perkembangan teknologi di dunia maya, munculnya berbagai macam media sosial turut andil dalam perubahan sosial dan politik secara global dan nasional. Media sosial sudah digunakan oleh beberapa kelompok untuk melakukan kampanye di bidang sosial dan politik. Caranya dengan menciptakan konten dan mengangkat isu tertentu untuk mencapai tujuan kampanye. Bahayanya, tidak jarang konten yang tercipta berupa konten negatif dan isu yang diangkat adalah isu yang bisa memecah belah masyarakat. Hal tersebut membuat sekelompok masyarakat di Jogja, tergabung dalam Masdjo (Masyarakat Digital Jogja), tergerak untuk menjawab masalah tersebut dengan cara mengadvokasi masyarakat melalui kampanye konten positif di media sosial.

Penelitian ini akan menjawab bagaimana strategi Masdjo dalam melakukan advokasi melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Adapun sumber data yang digunakan adalah data-data primer berupa observasi dan wawancara dengan Masyarakat Digital Jogja dan data sekunder dari buku, jurnal, surat kabar, maupun situs dalam jaringan. Kerangka teori yang digunakan adalah teori media sosial, yang mampu mempengaruhi khalayak umum. Serta teori advokasi masyarakat sipil melalui kampanye konten positif di media sosial.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial berperan penting dalam dinamika sosial politik di wilayah DIY. Strategi Masdjo melakukan kampanye konten positif melalui media sosial telah beberapa kali membuat *trending topic* di Twitter. Hasil dari penelitian ini juga menemukan bahwa aktivitas kampanye *online* ternyata tidak hanya berhenti pada dunia maya saja tetapi bisa bergerak menjadi aktivitas di dunia nyata. Beberapa kegiatan yang berawal dari kampanye konten positif di dunia maya berlanjut ke kegiatan positif di dunia nyata seperti diskusi rutin sejarah dan budaya yang diadakan di bangunan cagar budaya wilayah DIY. Masdjo juga telah menjalin relasi dengan pemerintah dan instansi daerah seperti Dinas Pariwisata, Polda DIY, dan BPOM wilayah DIY.

***Kata kunci: Advokasi, Media Sosial, Konten Positif, dan Konten Negatif.***

**CIVIL SOCIETY ADVOCACY IN THE DIGITAL ERA  
CASE STUDY: ABOUT CIVIL SOCIETY ADVOCACY STRATEGY BY  
KOMUNITAS DIGITAL JOGJA (MASDJO) THROUGH SOCIAL MEDIA  
IN THE SPECIAL REGIONS YOGYAKARTA (DIY)**

***Abstraction***

*The development of technology can not be separated from human life. Technology developed to facilitate human in carrying out its activities. Not with the exception of technological developments in cyberspace, the emergence of a variety of social media contribute to social and political changes, globally and nationally. Social media has been used by some groups to conduct social and political campaigns. How to create content and raise certain issues to achieve campaign goals. The danger of that activities are the content created in the form of negative content and issues raised is an issue that can divide the community. This case made a group of people in Jogja, incorporated in Masdjo (Digital Society of Jogja), moved to answer the problem by way of advocating the community through positive content campaigns on social media.*

*This research will answer how Masdjo's strategy to advocate through social media. This research use case study method. The data sources used are the primary data in the form of observation and interviews with the Masdjo and secondary data from books, journals, newspapers, and sites in the network. The theoretical framework used is social media theory, which is able to influence the general public. As well as civil society advocacy theory through positive content campaigns on social media.*

*The results of this study revealed that social media play an important role in the dynamics of socio-politics in the region of Yogyakarta. Masdjo's strategy of positive content campaigns through social media has made trending topics several times on Twitter. The results of this study also found that online campaign activity was not only stopped in the virtual world but can move into activity in the real world. Some activities that start from a positive content campaign in cyberspace continue into positive activities in the real world such as regular historical and cultural discussions held in the DIY cultural heritage building. Masdjo also has established relationships with the government and local institutions such as Tourism Department, Regional Police DIY, and BPOM DIY region*

***Keywords: Advocacy, Social Media, Positive Content, and Negative Content.***