

***ECHO CHAMBER* DALAM DISEMINASI NARASI
GERAKAN SOSIAL DI INSTAGRAM
(Studi Fenomenologi Generasi Z pada Kasus 17+8 Tuntutan
Rakyat)**

SKRIPSI

OLEH:

**Tri Vena Ananta Larosa
228530179**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 5/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/26

***ECHO CHAMBER DALAM DISEMINASI
NARASI GERAKAN SOSIAL DI INSTAGRAM
(Studi Fenomenologi Generasi Z pada Kasus 17+8 Tuntutan
Rakyat)***

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

Oleh:

**Tri Vena Ananta Larosa
228530179**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

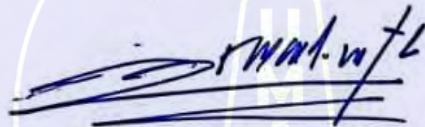
Document Accepted 5/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/26

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : *ECHO CHAMBER DALAM DISEMINASI NARASI GERAKAN SOSIAL DI INSTAGRAM (Studi Fenomenologi Generasi Z pada Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat)*
Nama : Tri Vena Ananta Larosa
NPM : 228530179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pekerjaan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing



Armansyah Matondang, S.Sos., M.Si

Pembimbing



Dr. Yoris Arief Lubis, S.sos, M.I.P

Dekan



Rehia K. Isabella Barus, S.Sos., M.SP.

Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 04 Maret 2026

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 04 Februari 2026



Tri Vena Ananta Larosa

228530179

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Vena Ananta larosa
NPM : 228530179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **"ECHO CHAMBER DALAM DISEMINASI NARASI GERAKAN SOSIAL DI INSTAGRAM (Studi Fenomenologi Generasi Z pada Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat)"**. Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 06 Februari 2026

Yang menandatangani



Tri Vena Ananta Larosa

KATA PENGANTAR

Dengan sepuh hati, peneliti mengucapkan puji dan syukur kepada Allah, Tuhan Yang Maha Kasih, yang senantiasa mendampingi setiap langkah perjalanan peneliti, khususnya dalam menyelesaikan skripsi berjudul *“Echo Chamber Dalam Diseminasi Narasi Gerakan Sosial Di Instagram (Studi Fenomenologi Generasi Z Pada Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat)”* ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area ini telah selesai dengan rasa terima kasih yang mendalam.

Pada kesempatan berharga ini, peneliti ingin mengungkapkan terimakasih yang luar biasa kepada kedua Orang Tua terkasih, Ayahanda Talizokhö Larosa dan Ibunda Desilia Lase yang memberikan kasih sayang serta motivasi dalam perjalanan menulis skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada kakak terbaik, Marta Lena Larosa dan Juliani Mariati Larosa, serta adik terkasih, Hizkia Natalius Larosa dan Febriani Larosa, yang telah menjadi pendamping setia. Tidak berkesan pula rasa terima kasih kepada diri sendiri, Tri Vena Ananta Larosa, atas ketegaran dalam mencapai titik ini.

Pada bagian ini, peneliti juga menyampaikan ungkapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M. Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Yurial Arief Lubis, S.Sos, M.I.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Ibu Evi Yunita Kurniaty, S.Sos., M.I.P., selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

4. Ibu Rehia K. Isabella Barus, S.Sos., M.SP., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
5. Bapak Dr. Armansyah Matondang, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan masukan yang membangun.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terkhususnya Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
7. Seluruh karyawan dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik.
8. Teman-teman Subjek Penelitian yang turut mewarnai skripsi ini.
9. Sahabat Shanti, May, Thesa, Ancy dan kepada teman-teman lainnya yang meyelipkan tawa.
10. Kepada semua pihak yang telah ikut serta dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan sempurna.

Dengan demikian, peneliti berharap karya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumber inspirasi bagi para pembaca. Namun, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan akibat keterbatasan peneliti sendiri. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran para pembaca sebagai bentuk komitmen untuk terus meningkatkan kualitas karya dan mencapai kesempurnaan yang lebih baik.

Medan, 10 Januari 2026

Tri Vena Ananta Larosa

RIWAYAT HIDUP

Peneliti yang bernama lengkap Tri Vena Ananta Larosa dan lebih dikenal dengan nama panggilan Ananta, lahir di Kota Gunungsitoli pada tanggal 16 Juli 2004. Peneliti merupakan anak ketiga dari pasangan Talizokhö Larosa dan Desilia Lase.

Perjalanan pendidikan peneliti dimulai dari Taman Kanak-kanak Anugerah Terpadu yang berlokasi di Kabupaten Nias, Kota Gunungsitoli. Pendidikan dasar ditempuh di Sekolah Dasar Negeri 071062 Umbuhumene, Kabupaten Nias, Kota Gunungsitoli. Setelah itu, peneliti melanjutkan ke jenjang menengah pertama di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Gunungsitoli Idanoi, Kabupaten Nias, Kota Gunungsitoli, dan kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Gunungsitoli Idanoi, Kabupaten Nias, Kota Gunungsitoli.

Hingga sejak tahun 2022, peneliti tercatat sebagai Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Selama menjalani pendidikan tinggi, peneliti juga melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Kantor Telkom Regional I Sumatera.

Selain menjalankan tanggung jawab akademik, peneliti aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan kampus. Salah satu pengalaman berharga yang pernah diikuti adalah program Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM) di Universitas Padjadjaran pada tahun 2024. Melalui pendidikan formal dan pengalaman praktis yang telah diraih, peneliti optimis dapat memberikan kontribusi yang bermakna bagi masyarakat di masa mendatang.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mekanisme Generasi Z dalam mengonsumsi informasi di Instagram terkait gerakan sosial “17+8 tuntutan rakyat” serta mengetahui bagaimana *echo chamber* pada Generasi Z dapat berkontribusi terhadap deseminasi informasi di Instagram. Generasi Z, sebagai digital natives yang tumbuh bersama teknologi internet, menunjukkan pola unik dalam mengonsumsi informasi dan berpartisipasi dalam gerakan sosial melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi Edmund Husserl untuk menggali makna dan pengalaman subjektif mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area sebagai representasi Generasi Z. Informan penelitian ditentukan melalui *purposive sampling*. Proses konsumsi informasi Generasi Z dimulai dari daya tarik visual, diikuti oleh aktivasi emosional yang kuat, setelah itu melakukan validasi terhadap informasi yang diterima dan fase terakhir melibatkan keterlibatan aktif dalam menyebarkan informasi. *Echo chamber* di Instagram berkontribusi melalui algoritma *filter bubble* dan peran krusial yang dimainkan oleh *opinion leader* seperti Ferry Irwandi, Jerome Polin, dan Andovi da Lopez dalam memperdalam efek *echo chamber*.

Kata kunci: *Echo chamber*, diseminasi narasi, gerakan sosial, Instagram, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to understand how Generation Z consumes information on Instagram related to the social movement “17+8 demands of the people” and to determine how echo chambers among Generation Z contribute to the dissemination of information on Instagram. Generation Z, as digital natives who grew up with internet technology, exhibit unique patterns in consuming information and participating in social movements through social media. This study uses a qualitative approach with Edmund Husserl's phenomenological method to explore the meanings and subjective experiences of students in the Communication Studies Program at the University of Medan Area as representatives of Generation Z. The research informants were determined through purposive sampling. The process of information consumption by Generation Z begins with visual appeal, followed by strong emotional activation, then validation of the information received, and finally active involvement in disseminating the information. The echo chamber on Instagram contributes through the filter bubble algorithm and the crucial role played by opinion leaders such as Ferry Irwandi, Jerome Polin, and Andovi da Lopez in deepening the echo chamber effect.

Keywords: *Echo chamber, narrative dissemination, social movement, Instagram, Generation Z.*

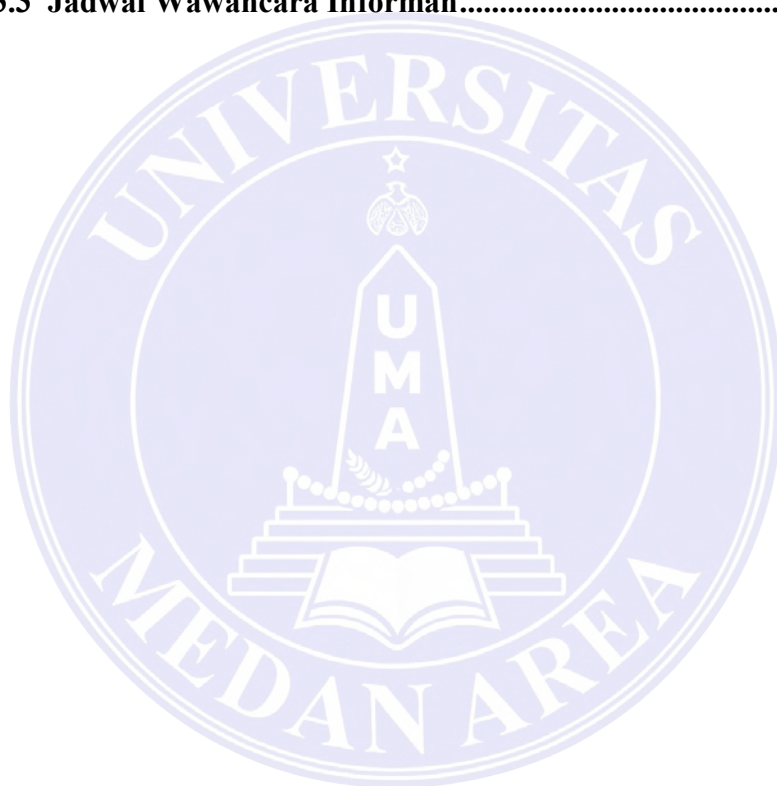
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
RIWAYAT HIDUP	iii
ABSTRAK..	iv
ABSTRACT.	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	10
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.5.2. Manfaat Akademis.....	11
1.5.3. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Komunikasi Massa	12
2.1.1. Pengertian Komunikasi Massa.....	12
2.1.2. Media Massa	13
2.1.3. Media Baru (<i>New Media</i>)	14
2.1.4. Media Sosial (<i>Sosial Media</i>).....	16
2.2. Instagram	20
2.2.1. Platform Instagram	20
2.2.2. Fitur-Fitur Intagram	21
2.3. <i>Echo Chamber</i>	26
2.4. Gerakan Sosial 17+8 Tuntutan Rakyat.....	30
2.5. Gambaran Umum Generasi Z.....	35
2.6. Fenomenologi Edmund Husserl	38
2.7. Penelitian Terdahulu.....	45
2.8. Kerangka Berpikir	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1. Jenis Penelitian	53
3.2. Instrumen Penelitian.....	54

3.3. Waktu dan Tempat Penelitian	54
3.4. Teknik Sampling	55
3.4.1. <i>Purposive Sampling</i>	55
3.4.2. Identitas Informan	56
3.4.3. Jadwal Wawancara Informan.....	58
3.5. Sumber Data	59
3.5.1. Data Primer	60
3.5.2. Data Sekunder	60
3.6. Teknik Pengumpulan Data	61
3.6.1. Observasi	61
3.6.2. Wawancara.....	62
3.6.3. Dokumentasi	63
3.7. Teknik Analisis Data	63
3.8. Pengujian Validitas Data	65
3.8.1. Triangulasi Metode	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	66
4.1.1. Universitas Medan Area	66
4.1.2. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area	69
4.1.3. <i>Echo Chamber</i> Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area	70
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan	72
4.2.1. Bagaimana mekanisme Generasi Z dalam mengonsumsi informasi di Instagram terkait gerakan sosial 17+8 tuntutan rakyat?	72
4.2.2. Bagaimana <i>Echo Chamber</i> Pada Generasi Z Dapat Berkontribusi Terhadap Deseminasi Gerakan Sosial Di Media Sosial?	86
4.3. Pembahasan	95
4.3.1. Mekanisme Generasi Z dalam Mengonsumsi Informasi Di Instagram Terkait Gerakan Sosial 17+8 Tuntutan Rakyat	95
4.3.2. Kontribusi <i>Echo Chamber</i> Pada Generasi Z Terhadap Diseminasi Informasi Di Instagram.	101
4.4. Uji Validitas Data	107
4.4.1. Triangulasi Metode	107
BAB V PENUTUP.....	109
5.1. Kesimpulan.....	109
5.2. Saran.....	110
5.2.1. Saran untuk Universitas	110
5.2.2. Saran untuk Mahasiswa	110
5.2.3. Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112
DAFTAR LAMPIRAN	121

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kelompok generasi berdasarkan klasifikasi Dimock.....	31
Tabel 2.2 Kelompok generasi berdasarkan klasifikasi Bencsik, Csikos, dan Juhez	32
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Penelitian	55
Tabel 3.2 Tabel identitas Informan	57
Tabel 3.3 Jadwal Wawancara Informan.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @bemfisiuma yang membagikan postingan gerakan 17+ Tuntutan rakyat.....	9
Gambar 1.2 BEM FISIP UMA bersama IMAJINASI ikut serta dalam aksi demonstrasi.....	9
Gambar 2.1 Model Komunikasi Lasswell.....	13
Gambar 2.2 Postingan pribadi Jerome Polin, Andovi da Lopez dan JS Khairen Tentang Gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat.....	34
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	52
Gambar 3.1 Analisis Data Kualitatif Miles & Huberman (1994).....	64
Gambar 4.1 Logo Universitas Medan Area.....	67
Gambar 4.4 Mekanisme Generasi Z dalam mengonsumsi informasi di Instagram terkait gerakan sosial 17+8 Tuntutan Rakyat.....	101
Gambar 4.5 Kontribusi <i>echo chamber</i> pada generasi z terhadap diseminasi informasi di instagram	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Pedoman Wawancara	113
Lampiran 2 - Resume Transkrip Hasil Wawancara	117
Lampiran 3 - Pedoman Wawancara Triangulator	160
Lampiran 4 - Resume Transkrip Hasil Wawancara Triangulator	162
Lampiran 5 - Dokumentasi Selama Wawancara	167
Lampiran 6 – Surat Permohonan Izin Penelitian	171
Lampiran 7 – Surat Izin Penelitian	172
Lampiran 8 – Surat Keterangan Selesai Penelitian	173



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Generasi Z atau yang lebih dikenal dengan Gen-Z merupakan generasi yang lahir setelah Generasi Milenial, yaitu pada rentang tahun 1997 sampai 2012. Generasi Z lahir dan bertumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Generasi Z dijuluki sebagai penduduk asli digital (*digital native*) karena “sejak kecil mereka sudah akrab dengan internet dan telepon genggam (Zis dkk., 2021). Sejak usia dini, aktivitas sehari-hari mulai dari bermain, belajar, hingga berkomunikasi hampir selalu melibatkan perangkat digital, sehingga mereka tumbuh dengan cara pandang yang sangat berbeda dibandingkan generasi sebelumnya.

Generasi Z tidak memandang batas antara dunia fisik dan digital. Keduanya telah menjadi satu kesatuan dalam kehidupan sehari-hari mereka yang tidak bisa terpisahkan. Konsep inilah yang kemudian dikenal sebagai istilah Figital. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sekar Arum (2023) bahwa bagi Generasi Z, “pengalaman di dunia online dan offline tidak lagi dipisahkan”, mereka secara rutin memindahkan aktivitas fisik ke platform digital dan sebaliknya, interaksi digital sering kali menjadi bagian integral dari rutinitas mereka di dunia nyata.

Penetrasi internet di Indonesia yang semakin meningkat sejalan dengan pola kehidupan Generasi Z. Data *We Are Social Hootsuite 2025*, menunjukkan terdapat 212 juta pengguna internet (74,6% dari total populasi) mengalami peningkatan 8,7% (17 juta pengguna) dibandingkan tahun 2024. Mayoritas pengguna internet

tersebut berasal dari kalangan Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012) dengan proporsi 34,40%, disusul Generasi Milenial 30,62%, Generasi X 18,98%, *Post Gen Z* 9,17%, *Baby Boomers* 6,58%, dan *Pre-Boomers* 0,24% (APJII, 2024).

Generasi Z memanfaatkan internet untuk berbagai keperluan, mulai dari sekadar mencari informasi, jual beli online, hingga salah satu yang tidak bisa terlepas dari generasi ini yaitu akses ke media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Tiktok, Twitter, Facebook, dan lain-lain. Survei Literasi Digital Indonesia 2022, melaporkan bahwa 35% Generasi Z menggunakan internet lebih dari 6 jam per hari, lebih tinggi dibandingkan Generasi Milenial yang berada di angka 26%, dan Generasi X dan *Baby Boomers* yang masing-masing berada di angka 19% (Katadata, 2023).

Tingginya penggunaan internet di kalangan Generasi Z menimbulkan perubahan besar dalam pola komunikasi mereka, dimana interaksi tatap muka berangsur tergantikan oleh percakapan melalui pesan instan. Kehadiran media sosial “turut berkontribusi secara signifikan terhadap kestabilan struktur sosial karena dianggap sebagai sumber utama dalam pengambilan informasi” (Prasetyo dkk., 2023).

DataReportal per Februari 2025, menunjukkan bahwa pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 143 juta orang atau setara dengan hampir separuh populasi, yaitu sekitar 50,2% dari total penduduk Indonesia pada awal tahun 2025. Tingginya angka tersebut menempatkan Indonesia di peringkat ketiga kawasan Asia Pasifik, sekaligus menjadi negara dengan pengguna media sosial terbanyak di Asia Tenggara (Statista, 2025).

Dengan tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, terutama di kalangan Generasi Z yang mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi, kerap menyalahgunakan platform tersebut untuk mengekspresikan emosi. Fenomena ini berkaitan dengan karakteristik mereka yang mudah terpengaruh oleh faktor sosial, sehingga mereka cenderung cepat mencerna dan membagikan informasi.

Media sosial menerapkan algoritma *filter bubble* yang mempersonalisasi konten sesuai preferensi pengguna sehingga meningkatkan keterlibatan dan menghabiskan waktu lebih lama di platform tersebut (Wulandari dkk., 2021). *Filter bubble* berpotensi memperkuat polarisasi opini dengan secara otomatis merekomendasikan konten yang memiliki kemungkinan sesuai dengan pendapat dan pandangan pengguna.

Personalisasi konten oleh algoritma *Filter bubble* berpotensi mengikis fleksibilitas mental pengguna, yakni kemampuan untuk terbuka terhadap berbagai perspektif dan mempertimbangkan sudut pandang yang berbeda. Kondisi ini ibarat menutup jalur alternatif bagi pikiran untuk mengeksplorasi isu dari berbagai sisi, sehingga opsi penilaian menjadi semakin sempit. Jika fenomena ini dibiarkan, tanpa disadari pengguna akhirnya hanya menjadi konsumen pasif yang disuapi konten terkurasi, walaupun internet sejatinya menawarkan kebebasan dalam penelusuran informasi.

Algoritma yang menciptakan *filter bubble* juga berkontribusi pada terjadinya *echo chamber*, di mana pengguna yang menunjukkan ketertarikan pada topik tertentu secara otomatis dikelompokkan dan dipertemukan dengan sesama pengguna yang memiliki minat serupa. *Echo chamber* dapat menghambat

keaktivitas dan mempersempit pola pikir individu karena mereka terus-menerus terpapar informasi yang sama, memicu bias kognitif yaitu distorsi dalam proses berpikir tentang suatu topik.

Dalam konteks media sosial, *echo chamber* menggambarkan situasi di mana individu atau kelompok hanya berinteraksi dengan mereka yang memegang pandangan serupa, sehingga menciptakan “ruang gema” yang memperkuat keyakinan awal tanpa adanya paparan terhadap perspektif yang berbeda.

Dari perspektif ilmu komunikasi, kondisi ini menimbulkan tantangan besar bagi terciptanya diskursus publik yang sehat, karena *echo chamber* tidak hanya menghambat arus informasi yang seimbang, tetapi juga mengikis kapasitas kritis dan empati antarkelompok. Fenomena ini mengarahkan pada sifat FoMO (*Fear of Missing Out*) yang cenderung dimiliki oleh Generasi Z. Karena tidak ingin tertinggal informasi sehingga mendorong mereka untuk terus menyegarkan pembaruan di tampilan beranda agar dapat aktif muncul dalam tren media sosial.

Penyebaran informasi lewat platform media sosial menimbulkan tantangan serius, karena peristiwa di dunia nyata memicu percakapan yang berbeda-beda di setiap platform. Selain itu, kampanye pengaruh yang terkoordinasi mampu mengarahkan diskusi ke arah yang tidak terkendali, sementara algoritma platform dengan menentukan siapa yang melihat pesan apa, secara halus memengaruhi pola bagaimana sebuah informasi itu menyebar.

Fenomena ini sering kali mempercepat dan memperbesar dampak suatu informasi karena mekanisme viralitas, sinyal keterlibatan (*likes; shares; comment*) serta keberadaan ribuan akun palsu, *influencer*, *buzzer*, dan *bot* yang beroperasi di ranah digital yang dapat memperkuat narasi tertentu.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Miawani, dkk. (2024), Instagram terbukti sangat efektif dalam menyebarkan informasi, terutama lewat penggunaan tagar yang dirancang secara strategis. Instagram termasuk dalam media sosial yang berfokus pada konten berupa gambar dan video. Kebiasaan masyarakat era digital yang lebih menyukai hal ringkas dan berbentuk visual ini, kemudian juga membuat Instagram kian disukai banyak kalangan Generasi Z. Adapun laporan Digital Global 2024, menunjukkan bahwa *Instagram* menempati urutan kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak dipakai di Indonesia setelah WhatsApp, yaitu dengan penetrasi sebesar 85,3% dari penduduk Indonesia.

Pengguna *Instagram* dengan latar belakang dan afiliasi yang beragam, memiliki kebebasan dalam mempublikasikan informasi apapun melalui akun mereka. *Instagram* menjadi wadah di mana setiap orang dapat menyalurkan aspirasi atau opini termasuk berita. Pengguna Instagram kerap memanfaatkan *hashtag* untuk mengelompokkan dan menandai postingan mereka, sehingga memudahkan konten mereka menjadi *trend topic* dan memperoleh jangkauan yang lebih luas. Sebagai saluran amplifikasi, *hashtag* berfungsi untuk membangkitkan kesadaran publik sekaligus mendorong diskusi kolektif mengenai isu-isu terkini.

Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang telah menjadi alat utama dalam ruang digital, memberikan pengaruh signifikan terhadap cara masyarakat berpartisipasi dalam gerakan sosial. Sebagai bentuk perilaku kolektif yang didorong oleh sikap dan aspirasi masyarakat, gerakan sosial tidak mensyaratkan keanggotaan formal, melainkan menuntut komitmen serta aktivisme politik. Pemanfaatan Instagram dalam gerakan sosial memudahkan interaksi dan

percepatan proses komunikasi antar masyarakat sekaligus memperluas jangkauan pengaruh gerakan yang diorganisir.

Hasil penelitian Jasmine Khairina dkk. (2022) yang berjudul “*Fenomena Echo Chamber Di Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Polarisasi Politik Bagi Mahasiswa*” menunjukkan bahwa *echo chamber* di media sosial memang belum sepenuhnya mengasingkan mahasiswa dari sudut pandang yang berbeda, meskipun kecenderungan untuk menghindari dan ketidaknyamanan masih ada.

Namun, penelitian Cassese (2021) menunjukkan temuan berbeda, bahwa *echo chamber* di media sosial dapat memunculkan perbedaan pandangan yang disertai persepsi moralitas yang beragam antar kelompok, sehingga memicu dehumanisasi terhadap pihak-pihak yang berbeda pendapat. Dengan kata lain, ketika suatu kelompok menyadari ketidaksamaan nilai moral, mereka cenderung memandang kelompok lain sebagai kurang manusiawi.

Temuan-temuan pada penelitian tersebut telah mengkaji fenomena *echo chamber* di media sosial dari berbagai perspektif, namun belum terdapat kajian mendalam yang secara spesifik mengeksplorasi pengalaman subjektif dan makna yang dibangun oleh Generasi Z dalam menghadapi *echo chamber* saat terjadi gerakan sosial di Instagram, khususnya dalam konteks Indonesia.

Kekosongan penelitian ini menjadi peluang bagi peneliti mengingat diseminasi gerakan sosial di kalangan mahasiswa sebagai representasi Generasi Z memiliki dinamika dan karakteristik unik yang membedakannya dari kelompok generasi lainnya, terutama dalam hal pola konsumsi informasi, partisipasi digital, serta pembentukan opini publik di ruang digital.

Ilustrasi empiris yang jelas tentang bagaimana *echo chamber* beroperasi dalam skala masif terhadap penyebaran gerakan sosial di Instagram terlihat jelas pada kasus gerakan “17+8 Tuntutan Rakyat” yang muncul dari serangkaian demonstrasi di berbagai daerah Indonesia pada akhir Agustus hingga awal September 2025. Gerakan ini bermula sebagai bentuk protes yang menyoroti penolakan terhadap kebijakan dan tuntutan pembubaran DPR, penolakan atas tunjangan legislatif yang dinilai tidak wajar, kemudian diperparah oleh insiden kematian A. K. sehingga tuntutan publik menjadi meluas, termasuk reformasi menyeluruh terhadap sistem peradilan pidana yang melibatkan institusi kepolisian.

Gerakan “17+8 Tuntutan Rakyat” menciptakan *emotional trigger*, yaitu *sympathy* (simpati), *anger* (kemarahan), dan *sense of injustice* (rasa ketidakadilan) yang sangat kuat bagi berbagai aktor sosial, antara lain mahasiswa, serikat pekerja, dan tokoh publik, sehingga secara fundamental mengubah karakteristik penyebaran narasi gerakan ini.

Gerakan “17+8 Tuntutan Rakyat” berkembang pesat di Instagram sebagai platform dominan untuk diseminasi narasi gerakan sosial, melampaui platform media sosial lainnya. Pertumbuhan konten terkait gerakan ini menunjukkan tagar #tuntutanrakyat yang telah mencapai lebih dari 500 unggahan dalam dua minggu pertama sejak peluncuran pada 30 Agustus 2025, disertai dengan #ntutanrakyat17plus8 yang juga mencapai ratusan unggahan.

Dominasi Instagram dalam diseminasi narasi ini terlihat dari peran strategis *influencer* yang menjadi ujung tombak penyebaran konten, dengan unggahan dari akun-akun seperti @jeromepolin, @andovidalopez, @kittendust (Fathia Izzati), dan @afutami (Andhyta F Utami) yang masing-masing meraih

engagement (*like*, *comments*, dan *share*) lebih dari satu juta per postingan (binokular.net, 2025).

Berdasarkan analisis data dari Socindex (platform monitoring media sosial berbasis big data), penelitian yang dilakukan antara 28 Agustus hingga 8 September 2025 mencatat total 832.925 percakapan di lima platform media sosial utama (X, Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok) dengan kata kunci "17+8" dan "Tuntutan Rakyat". Meskipun demikian, Instagram muncul sebagai platform dengan *engagement* tertinggi, dengan konten berfokus pada infografis visual yang menampilkan tuntutan 17 poin (jangka pendek) dan 8 poin (jangka panjang), diiringi dengan identitas visual yang kuat berupa warna *pink* dan hijau yang menjadi simbol gerakan (binokular.net, 2025).

Peneliti berpendapat bahwa dalam lingkungan Generasi Z, mekanisme *echo chamber* memainkan peran krusial dalam mempercepat dan memperluas sebaran informasi mengenai narasi gerakan sosial "17+8 Tuntutan Rakyat" yang terjadi di instagram. Ribuan mahasiswa dari berbagai kampus di Indonesia, termasuk Sumatera Utara, turun ke jalan untuk mengawal tuntutan rakyat, yaitu pada demonstrasi awal (26 Agustus 2025) di depan Gedung DPRD Sumatera Utara dan aksi demo lanjutan (4 September 2025).

Fenomena ini terlihat jelas di lingkungan kampus Universitas Medan Area, dimana narasi terkait isu "17+8 Tuntutan Rakyat" tersebut sering sekali menjadi topik hangat yang memicu perdebatan dan saling penguatan pendapat di antara mahasiswa dalam obrolan santai di kantin, atau diskusi kelompok di ruang kelas. Dari hasil observasi awal peneliti menemukan bahwa Organisasi Mahasiswa BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) FISIP universitas Medan Area turut serta dalam

membagikan postingan mengenai gerakan “17+8 Tuntutan Rakyat di akun Instagram @bemfisipuma pada tanggal 28 Agustus dan 4 September 2025.



Gambar 1.1. Akun Instagram @bemfisipuma yang membagikan postingan gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat.
Sumber: Akun Instagram @bemfisipuma, 2026

Tidak hanya terbatas pada diskusi saja, BEM FISIP Universitas Medan Area bersama organisasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (IMAJINASI) juga telah secara aktif berpartisipasi dalam aksi demonstrasi mengenai gerakan “17+8 Tuntutan Rakyat” yang terjadi pada bulan Agustus - September 2025.



Gambar 1.2. BEM Fisip UMA bersama IMAJINASI ikut serta dalam aksi demonstrasi
Sumber: Akun Instagram @bemfisipuma, 2026.

Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Medan Area untuk memahami bagaimana *echo chamber* bekerja dalam menyebarkan narasi gerakan sosial di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menjadi penting karena menangkap fenomena yang sedang berlangsung dalam konteks sosio-politik Indonesia kontemporer.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka ditetapkanlah fokus penelitian ini, yaitu menjelaskan mekanisme Generasi Z dalam mengonsumsi informasi di Instagram terkait gerakan sosial 17+8 tuntutan rakyat, serta menjelaskan bagaimana *echo chamber* pada Generasi Z berkontribusi terhadap diseminasi informasi di Instagram.

1.3. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yakni, sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme Generasi Z dalam mengonsumsi informasi di Instagram terkait gerakan sosial 17+8 tuntutan rakyat?
2. Bagaimana *echo chamber* pada Generasi Z dapat berkontribusi terhadap diseminasi gerakan sosial di Instagram?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diterangkan diatas maka tujuan dari penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk memahami bagaimana mekanisme Generasi Z dalam mengonsumsi informasi di Instagram terkait gerakan sosial 17+8 tuntutan rakyat.

2. Untuk mengetahui bagaimana *echo chamber* pada Generasi Z dapat berkontribusi terhadap diseminasi informasi di instagram.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dan tujuan penelitian yang sudah diterangkan diatas dapat dirumuskan manfaat dalam penelitian antara lain:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan menambah khazanah teori dan literatur mengenai fenomena *echo chamber*, penyebaran informasi di media sosial, gerakan sosial, dan pola perilaku informasi Generasi Z.

1.5.2. Manfaat Akademis

Secara akademis, diharapkan memberikan referensi dalam memperkaya literatur ilmiah bagi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area dan perguruan tinggi lain serta dapat menjadi sumber bacaan.

1.5.3. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan dapat memberikan masukan ataupun referensi terhadap pihak yang membutuhkan dan dapat memberikan acuan bagi penelitian selanjutnya serta bermanfaat bagi masyarakat luas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Massa

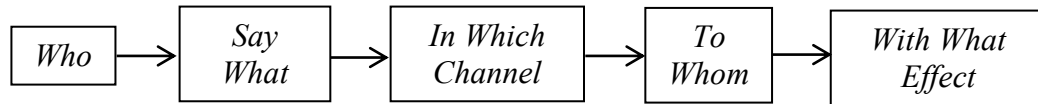
2.1.1. Pengertian Komunikasi Massa

George Gerbner 1967, dalam Jalaluddin Rakhmat (2019) menjelaskan bahwa *“mass communication is the process of continuously and widely creating and disseminating messages in industrial society”* artinya komunikasi massa adalah proses pembuatan dan penyebaran pesan yang terus-menerus dan paling meluas di masyarakat industri. Sementara menurut Onong Uchjana Effendy (2000), komunikasi massa adalah “proses menyampaikan pesan melalui suatu media kepada audiens yang bersifat abstrak” yakni sekumpulan orang yang tidak terlihat langsung oleh pengirim pesan.

Secara garis besar, komunikasi massa adalah proses komunikasi yang berlangsung melalui saluran media massa, di mana komunikator berperan sebagai pengirim pesan dan komunikan sebagai penerima. Terdapat dua perspektif dalam memandang komunikasi massa. Pertama, proses pembuatan dan penyebaran pesan oleh media, dan kedua ialah cara audiens mencari, memilih, serta memanfaatkan pesan tersebut. Harold D. Lasswell dalam (Kurniawan, 2018) menjelaskan bahwa komunikasi akan berjalan secara efektif apabila melewati lima tahapan, yang kemudian dikenal sebagai Model Komunikasi Lasswell.

Model Komunikasi Lasswell tersebut terdiri dari *“Who?”* (Siapa yang berperan sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi), *“Say What?”* (Pesan atau informasi apa yang akan disampaikan oleh komunikator), *“In Which Channel?”* (Saluran atau media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan

dalam proses komunikasi), “*To Whom?*” (Siapa yang menjadi penerima pesan dalam proses komunikasi) “*With What Effect?*” (Perubahan apa yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan yang disampaikan). Skema kerja Model Komunikasi Lasswell dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Komunikasi Lasswell
Sumber: Kurniawan, 2018

2.1.2. Media Massa

Media massa adalah sarana komunikasi yang dipergunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan atau khalayak luas melalui alat-alat komunikasi (Changara, 2011). Media massa memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi dan sikap publik. Selain fungsi utamanya sebagai penyampai informasi, media massa juga menjalankan peran kontrol social, yaitu bertindak sebagai penjaga pemantau kebijakan publik.

Menurut Syafrina (2022), media massa dibagi menjadi dua bentuk, yaitu media lama/tradisional (*old media*) dan media baru/digital (*new media*). Disebut sebagai media lama/tradisional karena proses produksinya masih bergantung pada teknik konvensional khususnya percetakan seperti surat kabar, majalah, buletin, dan poster. Di sisi lain, istilah media baru/digital tidak menandakan ketinggalan zaman, melainkan merujuk pada platform berbasis teknologi digital dan internet, seperti portal berita daring, media sosial, *podcast*, dan layanan *streaming*.

Keunggulan media baru terletak pada kecepatan distribusi, kemudahan akses dari berbagai perangkat, serta kemampuan interaktivitas dan umpan balik secara

real time yang jauh lebih tinggi dibanding media tradisional. Sementara itu, media tradisional masih dipandang sebagai sumber informasi yang kredibel dan terverifikasi, meski prosesnya lebih lambat dan umpan balik audiens biasanya tertunda. Namun demikian, kedua bentuk media ini saling melengkapi dalam strategi penyampaian pesan kepada khalayak luas.

2.1.3. Media Baru (*New Media*)

Menurut McQuail (2011), istilah media baru merujuk pada kumpulan teknologi komunikasi yang berbasis digital dan dirancang agar mudah diakses secara pribadi untuk keperluan alat komunikasi. Martin Lister et al. (2009) dalam bukunya yang berjudul *New Media: A Critical Introduction*, menjelaskan bahwa media baru (*new media*) adalah sebuah terminologi yang digunakan untuk menggambarkan pergeseran besar dalam cara kita memproduksi dan mendistribusikan konten.

Media baru, kerap disebut sebagai era interaktif, karena sifatnya yang mengintegrasikan berbagai platform teknologi dengan jaringan internet, sehingga memungkinkan pertukaran informasi secara dinamis. Sebagaimana dijelaskan oleh Mondry (2008) dalam karyanya "*Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*", bahwa salah satu ciri utama media baru adalah kemampuannya untuk beradaptasi dalam berbagai konteks penggunaan, serta memfasilitasi interaksi dua arah antar penggunanya.

Menurut Wardrip-Fruin dan Montfort (2003), media baru memberikan perubahan dalam model penyebaran informasi, yaitu dengan memanfaatkan teknologi jaringan dan perangkat lunak, sehingga penyebaran informasi dilakukan

melalui sistem komputer yang memproses data digital sesuai dengan model-model aplikasi ini.

Media baru mempunyai kelebihan dibandingkan media tradisional karena dapat menyebarkan informasi dalam hitungan detik ke seluruh dunia, tanpa terhalang oleh sekat waktu maupun batasan geografis. Sebelum hadirnya media baru, koran dan majalah merupakan saluran utama bagi publik untuk memperoleh informasi. Namun sejak kehadiran media baru, berita dan konten kini dapat diakses secara instan melalui internet, menghadirkan tingkat efisiensi komunikasi yang lebih tinggi.

Selain itu, media baru juga mempermudah pengguna dalam mengakses kebutuhan pencarian berita atau informasi yang jauh lebih cepat dan praktis. Dengan ragam sumber informasi yang tersedia secara online dan kemudahan akses melalui aplikasi seluler dan situs web, setiap individu kini dapat menemukan jawaban atas pertanyaan mereka atau melakukan transaksi digital kapan saja dan di mana saja.

Denis McQuail (2011) memaparkan empat karakteristik utama dari *new media* (media baru), yaitu:

- 1) Desentralisasi, artinya bahwa audiens kini dapat dengan mudah memilih sendiri berita atau informasi yang ingin mereka akses.
- 2) Kemampuan tinggi, yaitu penyampaian pesan memanfaatkan transmisi satelit, yang secara signifikan memangkas hambatan komunikasi sehingga informasi dapat disalurkan dengan cepat dan dalam jumlah tak terbatas.

- 3) Interaktivitas, yaitu salah satu ciri paling menonjol dari media baru jika dibandingkan dengan media pada era sebelumnya.
- 4) Kelenturan bentuk, isi, dan penggunaan, dimana siapa pun dapat mengakses informasi kapan saja dan di mana saja melalui portal berita daring.

2.1.4. Media Sosial (*Sosial Media*)

Media sosial adalah platform digital yang memfasilitasi individu maupun kelompok untuk saling terhubung, berkomunikasi, dan membagikan berbagai macam konten. Menurut Dang et al. (2018) media sosial merupakan teknologi jaringan yang dipakai oleh pengguna internet untuk memperoleh berita, berkomunikasi, serta menyebarkan informasi.

Melalui media sosial, pengguna dapat berinteraksi, mencipta, dan mendistribusikan pesan di seluruh dunia tanpa hambatan jarak maupun perbedaan waktu. Chris Brogan (2010) dalam bukunya "*Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business*" menyebut media sosial sebagai sebuah sarana komunikasi yang membuka kesempatan bagi terwujudnya bentuk-bentuk interaksi yang inovatif dan kreatif.

Platform media sosial kini berfungsi sebagai alat komunikasi yang penting dalam keseharian masyarakat, khususnya bagi anak-anak dan remaja di Indonesia, serta menawarkan potensi besar bagi berbagai bentuk interaksi dan kolaborasi yang tak dapat diabaikan. Melalui media sosial, pengguna dapat membuat profil pribadi, berinteraksi dengan orang lain, mengunggah serta membagikan foto dan video, dan ikut serta dalam diskusi dan kelompok yang dibentuk berdasarkan minat atau topik tertentu (Awaliyah dkk., 2021).

Platform media sosial yang kini banyak digunakan meliputi Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, LinkedIn, WhatsApp, *blog*, dan berbagai lainnya (Harahap dan Adeni, 2020). Menurut Silius dkk. (2011) layanan media sosial dapat dikelompokkan ke dalam enam kategori yaitu pembuatan dan penerbitan konten, berbagi konten, jejaring sosial, produksi kolaboratif, dunia virtual, serta *add-on*. Media sosial memberikan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia, membentuk perilaku serta berbagai aspek mulai dari politik, ekonomi, sosial, hingga budaya secara menyeluruh (Wahyuni, 2017).

Rahadi (2017) menyebutkan bahwa seiring perkembangan zaman, berbagai jenis media sosial terus bermunculan dan berkembang pesat. Ia mengelompokkan media sosial ke dalam enam kategori utama berdasarkan fungsi dan karakteristiknya. Adapun ke enam kategori tersebut meliputi:

1) Jejaring media sosial (*social networking*)

Media sosial berfungsi sebagai sarana untuk menjalin hubungan sosial di ranah *virtual*, mencakup dampak dan konsekuensi yang timbul dari interaksi di dunia siber. Pengguna dapat menjalin pertemanan lewat berbagai fitur yang disediakan, baik dengan orang yang sudah dikenal secara langsung maupun dengan individu baru yang belum pernah ditemui.

2) *Blog*/jurnal online

Aktivitas ini melibatkan para pengguna yang saling memberi komentar dan berbagi informasi, tautan web, atau materi lain yang relevan di platform *blog*. *Blog* sendiri terbagi menjadi dua jenis: pertama, *personal home page*

yang menggunakan domain kustom seperti .com atau .net; kedua, blog yang memanfaatkan layanan penyedia platform seperti *Blogspot* atau *WordPress*.

3) *Microblog*

Twitter merupakan salah satu *platform microblogging* terpopuler, menyediakan kemudahan bagi penggunanya untuk menulis dan menerbitkan pembaruan singkat, membagikan aktivitas harian, serta terlibat dalam diskusi atau perdebatan secara *real-time*.

4) *Media sharing*

Platform ini menyediakan kemampuan untuk membagikan beragam format konten mulai dari audio seperti *podcast* atau klip suara, video termasuk siaran langsung, gambar (foto, ilustrasi, infografis), hingga dokumen dan file lainnya misalnya presentasi, PDF, atau GIF sehingga pengguna dapat menyampaikan informasi secara lebih variatif, menarik, dan sesuai kebutuhan komunikasi mereka.

5) *Social bookmarking*

Social bookmarking adalah jenis platform yang memungkinkan pengguna untuk menandai (*bookmark*), mengorganisir, mengelola, dan menyimpan tautan ke konten atau berita daring secara sistematis.

6) *Wiki*

Layaknya sebuah kamus digital, platform *Wiki* menyediakan ruang bagi pengguna internet untuk berkolaborasi menyusun dan memperkaya konten mereka mulai dari definisi istilah, penjabaran sejarah, hingga daftar pustaka.

Kietzmann (2011) dalam Rahadi (2017), menjabarkan media sosial dalam *framework honeycomb* sebuah kerangka kerja yang merinci tujuh komponen fungsional utama, yaitu:

- 1) *Identity*, mengacu pada kumpulan data pribadi pengguna di platform seperti nama, usia, jenis kelamin, pekerjaan, lokasi, foto profil, dan bio yang membentuk representasi diri secara digital.
- 2) *Conversations*, menekankan peran media sosial sebagai ruang dialog mulai dari obrolan singkat melalui komentar dan mention, hingga diskusi mendalam lewat pesan langsung (*direct message*) atau forum grup.
- 3) *Sharing*, yaitu media sosial yang berfungsi sebagai saluran untuk menukarkan berbagai jenis konten berupa teks, foto, video, tautan artikel, hingga dokumen antara pengguna.
- 4) *Presence*, media sosial menggambarkan kemampuan pengguna untuk mengetahui apakah teman atau kontak mereka sedang online, aktif di *story*, atau baru saja memperbarui status.
- 5) *Relationship*, media sosial berfungsi sebagai penghubung antara pengguna satu dengan pengguna lainnya, maupun antara pengguna dengan grup atau halaman.
- 6) *Reputation*, media sosial berfungsi dalam mengidentifikasi pengguna lain serta dirinya sendiri. Ini tentang bagaimana orang lain menilai dan mengenali mereka berdasarkan aktivitas daring, jumlah *like*, *followers*, *review*, atau rekomendasi.

- 7) *Groups*, media sosial berfungsi dalam membantu pengguna untuk membentuk suatu kelompok atau komunitas virtual berdasarkan minat dan juga demografi.

2.2. Instagram

2.2.1. Platform Instagram

Instagram adalah salah satu inovasi teknologi komunikasi daring paling berpengaruh di abad ke-21. Diluncurkan pada 06 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram dengan cepat menarik jutaan pengguna di seluruh dunia, bahkan melampaui pertumbuhan sejumlah jejaring sosial lain seperti Facebook, Twitter, dan Tumblr. Keunikan fitur-fiturnya dan kemudahan berbagi informasi membuat Instagram menjadi salah satu media pelopor interaksi publik dalam jagat daring melalui fitur suka, komentar, dan berbagi, sehingga menumbuhkan rasa kebersamaan.

Instagram termasuk dalam kategori platform media sosial berbagi foto/video dengan interaksi visual yang tinggi. Pengguna dapat berinteraksi melalui unggahan *feed*, *Stories*, *Reels*, *caption*, komentar, *mention*, tagar (#), pesan langsung (*DM*), serta berbagi video, foto atau tautan dan fungsi multimedia lainnya. Pada dasarnya, masyarakat Indonesia memanfaatkan *Instagram* untuk tujuan serupa dengan platform media sosial lainnya, yaitu membangun jejaring pertemanan, menjalin interaksi sosial, memperoleh informasi terkini, mencari hiburan, mengekspresikan diri, dan mendokumentasikan aktivitas pribadi (Malik dkk., 2018).

Fitur Instagram memberikan kesempatan bagi pengguna untuk dapat membagikan unggahan publik ke *stories* melalui opsi bagikan (*share to story*).

Ketika dibagikan, unggahan muncul sebagai pratinjau/tautan dalam *stories* dan nama pembuat asli tetap terlihat sehingga audiens dapat menavigasi ke sumber unggahan. Melalui penggunaan tagar, sebutan, dan opsi balasan, pengguna Instagram juga dapat membangun relasi dan melakukan percakapan dengan pengguna lain di platform ini (Malik et al., 2019). Melalui platform Instagram, seseorang dapat memperoleh informasi secara instan hanya dengan memasukkan kata kunci, di mana topik atau minat yang dicari akan muncul dalam hitungan detik.

Menurut laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang bekerja sama dengan Dana Anak Bangsa dari Amerika Serikat dalam penelitian pola penggunaan internet di kalangan remaja, Indonesia menjadi salah satu peringkat teratas dunia dalam jumlah akun Instagram. Pada awal tahun 2025 terdapat sekitar 103 juta pengguna aktif media sosial Instagram (DataReportal, 2025). Jumlah ini setara dengan 36,3% populasi masyarakat Indonesia.

2.2.2. Fitur-Fitur Instagram

1. Fitur Utama

1) *Home feed* (beranda)

Halama beranda (*home feed*) di Instagram adalah tampilan utama yang menampilkan kumpulan unggahan baik berupa foto, video, atau *carousel* dari akun yang diikuti, dipadukan dengan rekomendasi konten lain yang menurut algoritme relevan bagi pengguna.

2) *Explore* (jelajahi)

Fitur eksplorasi di Instagram berfungsi untuk menampilkan topik dan tagar yang sedang populer. Di dalamnya, pengguna disuguhkan konten yang dipersonalisasi berdasarkan minat pengguna, termasuk *posting*, *reels*, dan akun baru yang berguna untuk menemukan topik atau kreator baru yang sedang populer.

3) *Activity/notifications* (notifikasi/pusat aktivitas)

Fitur *activity/notifications* pada Instagram memungkinkan pengguna untuk melihat notifikasi tentang berbagai aktivitas yang melibatkan mereka, seperti *like*, komentar, *mention*, dan aktivitas lain yang relevan.

4) *Profile* (profil pengguna)

Fitur *profile* di Instagram adalah ruang personal di mana pengguna dapat menampilkan identitas dan rangkaian aktivitas mereka, seperti avatar, bio singkat, jumlah pengikut (*followers*) dan yang diikuti (*following*), serta kumpulan unggahan (*feed*), *reels*, dan tab khusus lain misalnya *reposts* atau *tagged*.

5) *Stories* (unggahan sementara)

Fitur ini berfungsi sebagai unggahan sementara. Mirip dengan fitur *stories* di platform media sosial lainnya, di mana pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bertahan selama 24 jam sebelum hilang dari profil.

2. Fitur Pendukung Unggahan Konten

1) *Caption* (teks unggahan)

Caption berfungsi sebagai keterangan yang memperkuat dan menjelaskan isi unggahan, sekaligus menyampaikan pesan utama yang ingin dibagikan kepada audiens.

2) *Hashtag* (#)

Hashtag di Instagram yang ditandai dengan simbol “#”, berfungsi untuk mengelompokkan unggahan ke dalam topik atau tema tertentu, sehingga memudahkan pengguna lain menemukan konten serupa, tetapi juga membantu memasukkan *posting* ke dalam daftar *trending*.

3) *Location tag/geo-tagging*

Geo-tagging adalah fungsi yang memungkinkan pengguna menambahkan informasi lokasi ke setiap unggahan agar pengguna lainnya dapat mengetahui konteks geografis unggahan.

4) *Tag people* (menandai akun)

Fitur *tag* atau tanda “@” memungkinkan pengguna menyertakan pengguna lain dalam satu unggahan. Dengan menandai (*mention*) seseorang, mereka akan menerima notifikasi langsung.

5) *Polls and interactive stickers* (stiker interaktif)

Polls adalah fitur yang menyediakan stiker interaktif pada *stories* dengan beberapa opsi pilihan, biasanya hingga dua pilihan (*quiz*, dan *emoji slider*)

yang memungkinkan pengguna Instagram untuk langsung melibatkan pengikut dalam memberikan suara atau respons secara *real time*.

6) *GIFS, sticker and media attachments*

Fitur *GIF, sticker* dan *media attachments* memungkinkan pengguna menyertakan elemen visual seperti foto, klip video, *carousel* dalam satu unggahan. Serta stiker dan *GIF* yang terintegrasi dengan repositori *GIF* seperti *GIPHY* khususnya pada *stories*.

7) *Reshare/repost & share-to-story*

Fitur yang dikenal sebagai *reshare/repost & Share-to-story* pada Instagram memungkinkan pengguna membagikan ulang konten publik, baik melalui fitur resmi *repost/reshare* yang menyertakan atribusi pembuat asli maupun opsi *share to story* yang menampilkan pratinjau *posting* di *Stories* dengan tautan ke sumber.

3. Fitur interaksi & experience

1) *Follow* (mengikuti)

Fitur *follow*, yang dalam bahasa Indonesia berarti mengikuti, memungkinkan pengguna Instagram untuk membangun koneksi dan mengikuti akun lain.

2) *Like* (suka)

Fitur *like*, terletak tepat di bawah setiap unggahan, memungkinkan pengguna memberikan respons terhadap unggahan sebagai tanda ketertarikan atau apresiasi terhadap konten orang lain.

3) *Comment/reply* (komentar/balasan)

Fitur *comment* menyediakan kolom khusus bagi pengguna untuk merespons unggahan pengguna lain dengan beragam bentuk mulai dari teks, stiker, foto, video, hingga emotikon. Sedangkan dengan fitur *reply* pengguna dapat melakukan balasan berantai (*reply to comment*), sehingga para pengguna lain dapat menyampaikan komentar atau tanggapan secara langsung di bawah unggahan asli, mendorong percakapan terbuka dan interaksi yang lebih erat antar pengguna.

4) *Mentions* (menyebut akun)

Fitur *mention* serupa dengan *tag*, dengan menyertakan simbol “@” diikuti nama pengguna, seseorang dapat menyebut akun lain dalam *caption*, komentar, atau *stories*.

5) *Repost/share* (membagikan ulang)

Fitur *repost/share* memungkinkan pengguna untuk membagikan ulang sebuah unggahan demi memperluas jangkauan konten yang diunggah oleh akun lain.

6) *Direct Message* (pesan langsung)

Fitur *DM (Direct Message)* di Instagram merupakan jalur komunikasi privat antar pengguna yang mendukung teks, gambar, video, *voice note*, tautan, dan percakapan grup.

2.3. *Echo Chamber*

Echo chamber merupakan sebuah fenomena yang terjadi ketika sekelompok orang yang memiliki minat atau pandangan yang sama saling berinteraksi, khususnya dalam komunitas mereka. Mereka secara aktif mencari dan membagikan informasi yang sejalan dengan nilai dan norma kelompok mereka, sehingga memperkuat keyakinan yang telah terbangun sebelumnya dan membatasi paparan terhadap sudut pandang yang berbeda (Dubois and Blank, 2018).

Echo chamber adalah kondisi dimana individu atau kelompok hanya mendapat aliran informasi yang menegaskan keyakinan mereka sendiri sehingga mereka terisolasi dari sudut pandang yang berbeda dan berpotensi memperdalam polarisasi sosial (Turner, 2023). Proses ini membuat ruang diskusi menjadi sempit karena konten yang berlawanan pandangan tak masuk ke dalam gelembung mereka, sehingga perbedaan pendapat semakin sulit dijembatani.

Fenomena *echo chamber* dapat menghambat kreativitas dan mempersempit pola pikir individu karena mereka terus-menerus terpapar informasi yang sama, memicu bias kognitif yaitu distorsi dalam proses berpikir tentang suatu topik. Jika kondisi ini dibiarkan, pengguna akan terjebak dalam polarisasi yang semakin dalam, sulit membuka diri untuk berdiskusi dengan pihak yang memegang pandangan berbeda. Seiring waktu, narasi yang berulang kali dikonsumsi akan mengakar kuat menjadi kepercayaan, sehingga menimbulkan resistensi tinggi terhadap gagasan baru dan memperkecil kemungkinan perubahan perspektif.

Dalam konteks media sosial, *echo chamber* menggambarkan situasi di mana individu atau kelompok hanya berinteraksi dengan mereka yang memegang

pandangan serupa, sehingga menciptakan “ruang gema” yang memperkuat keyakinan awal tanpa adanya paparan terhadap perspektif yang berbeda. Proses ini mirip dengan pengulangan gema dalam ruang tertutup, dimana setiap gagasan yang sesuai dengan kerangka berpikir kelompok dikumandangkan berkali-kali, sementara sudut pandang yang berlawanan teredam atau bahkan diabaikan.

Morini dkk. (2021) mengidentifikasi empat dimensi untuk mendeteksi keberadaan *echo chamber* di media sosial.

- 1) Identifikasi isu kontroversial, dalam hal ini isu kontroversial merupakan permasalahan yang memicu perbedaan pandangan secara signifikan di kalangan individu yang memperdebatkannya.
- 2) Perdebatan menciptakan segmentasi kelompok dengan orientasi ideologi yang berbeda, misalnya kelompok biner yang terpolarisasi antara pro dan kontra, di mana perpecahan ini didasarkan pada nilai-nilai ideologis. Terdapat kemungkinan keterlibatan tokoh publik dalam membentuk ideologi masing-masing kelompok.
- 3) Pengguna media sosial yang terlibat dalam *echo chamber* harus dapat dimapakan berdasarkan pola interaksi dan cara mereka mengonsumsi konten. Sesuai dengan karakteristik ruang gema, pengguna dalam fenomena ini hanya berinteraksi dengan anggota kelompok sejenis dan mengonsumsi konten yang sejalan dengan ideologi mereka (Cinelli et al., 2021).
- 4) Dimensi terakhir memungkinkan untuk mengklasifikasikan ideologi afiliasi pengguna berdasarkan pola perilaku yang teramati, sehingga dapat menentukan apakah seorang pengguna merupakan anggota dari kelompok pro atau kontra.

Adapun dampak *echo chamber* yang dapat bervariasi tergantung pada konteksnya, tetapi beberapa dampak umum dari fenomena ini adalah:

1) Memperkuat pandangan yang sudah ada

Orang-orang hanya terpapar dengan pandangan atau informasi yang sesuai dengan apa yang mereka sudah percayai atau inginkan, sehingga *echo chamber* dapat memperkuat pandangan yang sudah ada dan mengurangi kemampuan seseorang untuk mempertimbangkan pendapat atau informasi yang berbeda.

2) Membuat orang-orang tertutup terhadap ide-ide baru

Echo chamber dapat menghambat pertukaran ide atau informasi yang sehat, sehingga membuat orang-orang tertutup terhadap ide-ide baru atau pendapat yang berbeda.

3) Memperburuk polarisasi

Echo chamber dapat memperkuat perbedaan pandangan dan menyebabkan polarisasi, yang dapat menyebabkan perpecahan dalam masyarakat dan menghambat kemampuan untuk mencapai kesepakatan atau solusi yang bermanfaat bagi semua pihak.

4) Mengurangi kemampuan untuk memahami perspektif orang lain

Orang-orang hanya terpapar dengan pandangan yang sesuai dengan apa yang mereka sudah percayai, sehingga *echo chamber* dapat mengurangi kemampuan seseorang untuk memahami perspektif orang lain atau menempatkan diri mereka dalam konteks yang lebih luas.

Menurut Wollebaek dkk. (2019) kemarahan dalam media sosial muncul karena anggota kelompok cenderung mengisolasi diri dari informasi yang bertentangan dengan ideologi ideologi mereka. Akibatnya, ketika dihadapkan dengan perspektif berlawanan, mereka lebih rentan mengalami ledakan emosi dan reaksi agresif.

Dalam proses interpretasi pesan, terdapat fenomena *confirmation bias*, yaitu kecenderungan psikologis di mana seseorang secara selektif mencari, menafsirkan, dan mengingat informasi yang mendukung keyakinan atau hipotesis yang telah dimilikinya, sekaligus mengabaikan atau meremehkan pandangan atau data yang berlawanan.

Confirmation bias memengaruhi setiap tahap pemrosesan informasi. Pada saat mencari konten, pengguna lebih tertarik pada sumber yang sejalan. Ketika menafsirkan pesan, pengguna akan memberi makna positif pada bukti yang mendukung pandangan mereka sendiri sembari meremehkan bukti yang berlawanan. Dan dalam proses mengingat, ingatan tentang informasi konflik akan terdistorsi atau terlupakan.

Fenomena konfirmasi bias ditandai dengan semakin meningkatnya keyakinan seseorang terhadap pendapatnya seiring dengan bertambahnya informasi yang selaras dengan perspektifnya (Kurniawan, 2018). Konsep ini menggambarkan adanya kecenderungan individu untuk memberikan kepercayaan yang berlebihan terhadap informasi yang memperkuat keyakinan mereka, sekaligus mengabaikan atau menolak informasi yang bertentangan dengan pandangan tersebut.

2.4. Gerakan Sosial 17+8 Tuntutan Rakyat

Narasi 17+8 Tuntutan Rakyat adalah sebuah gerakan sosial pro-demokrasi yang muncul dari rangkaian demonstrasi di berbagai daerah di Indonesia pada akhir Agustus hingga awal September 2025. Gerakan ini menonjol karena menggabungkan tuntutan jangka pendek yang bersifat tuntutan mendesak dengan agenda reformasi jangka panjang, serta melibatkan berbagai aktor sosial, antara lain mahasiswa, serikat pekerja, dan tokoh publik.

Gelombang demonstrasi besar pertama digelar secara serentak pada 28–30 Agustus 2025 di berbagai kota di Indonesia, meliputi Serang, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Banda Aceh, Batam, Bandar Lampung, Banjarmasin, Pontianak, Samarinda, Makassar, Gorontalo, serta kota-kota lain seperti Palu, Padang, Jambi, Cirebon, Indramayu, Tasikmalaya, Purwokerto, Yogyakarta, Kudus, Demak, Madiun, Tuban, Sidoarjo, Ngawi, Malang, Kediri, Blitar, Probolinggo, Jember, Banyuwangi, Palangka Raya, Kendari, Manado, Bengkulu (cnnindonesia.com, 2025).

Aksi ini awalnya dipicu oleh penolakan terhadap tunjangan yang dianggap berlebihan bagi anggota parlemen. Meskipun pada awalnya tuntutan belum terformulasi secara tunggal, aspirasi para demonstran beragam, mulai dari tuntutan moderat hingga yang bersifat ekstrem (lamongan.pikiran-rakyat.com, 2025). Seruan untuk berpartisipasi dalam aksi 25 Agustus tersebar melalui Instagram beberapa hari sebelum pelaksanaan. Narasi utama yang mengemuka menyoroti ketidakpuasan terhadap kinerja anggota DPR yang dinilai tidak mewakili kepentingan rakyat banyak.

Berdasarkan analisis *Drone Emprit* sebagaimana dikutip dalam (tirto.id, 2025), terdapat setidaknya tiga agenda utama yang mendominasi wacana *online* menjelang aksi 25 Agustus. Masing-masing agenda tersebut diusung oleh klaster yang berbeda:

- 1) Pembubaran DPR, didukung oleh sebagian besar klaster; narasinya menegaskan DPR tidak mewakili rakyat, bersikap arogan, dan tidak peka;
- 2) Permintaan agar Presiden Prabowo membubarkan DPR, dibawa oleh klaster tersendiri dengan narasi dominan bahwa DPR korup, tidak berpihak pada rakyat, dan membebani anggaran negara;
- 3) Seruan mengadili kelompok yang disebut “Geng Solo” sekaligus membubarkan DPR, yang juga berasal dari klaster khusus.

Pada 1 September 2025, sekelompok *influencer* merumuskan dan mempublikasikan rangkaian tuntutan yang kemudian dikenal sebagai 17+8 Tuntutan Rakyat. Inisiatif ini dimaksudkan untuk menyatukan berbagai tuntutan yang tersebar menjadi sebuah dokumen tuntutan terpadu. Penamaan “17+8” dipilih sebagai penghormatan simbolis terhadap Hari Kemerdekaan Indonesia (17 Agustus).

Dokumen tersebut memuat 25 tuntutan yang ditujukan kepada berbagai lembaga pemerintahan, terdiri dari 17 tuntutan jangka pendek (batas waktu 5 September 2025) dan 8 tuntutan jangka panjang (batas waktu 31 Agustus 2026). Dokumen tuntutan ini diserahkan kepada DPR pada 4 September 2025 (tempo.co, 2025). Adapun isi dari 25 tuntutan yang ditujukan kepada lembaga pemerintahan tersebut, adalah:

17 tuntutan jangka pendek (batas waktu 5 September 2025) :

- 1) Tarik TNI dari pengamanan sipil dan pastikan tidak ada kriminalisasi demonstran.
- 2) Bentuk Tim Investigasi Independen kasus Affan Kurniawan, Umar Amarudin, maupun semua korban kekerasan aparat selama demonstrasi 28-30 Agustus dengan mandat jelas dan transparan.
- 3) Bekukan kenaikan gaji tunjangan anggota DPR dan batalkan fasilitas baru (termasuk pensiun),
- 4) Publikasikan transparansi anggaran (gaji, tunjangan, rumah, fasilitas DPR).
- 5) Dorong Badan Kehormatan DPR periksa anggota yang bermasalah (termasuk selidiki melalui KPK).
- 6) Pecat atau jatuhkan sanksi tegas kepada kader DPR yang tidak etis dan memicu kemarahan publik.
- 7) Umumkan komitmen partai untuk berpihak pada rakyat di tengah krisis.
- 8) Libatkan kader dalam ruang dialog publik bersama mahasiswa serta masyarakat sipil.
- 9) Bebaskan seluruh demonstran yang ditahan.
- 10) Hentikan tindakan kekerasan polisi dan taati SOP pengendalian massa yang sudah tersedia.
- 11) Tangkap dan proses hukum secara transparan anggota dan komandan yang melakukan dan memerintahkan tindakan kekerasan dan melanggar HAM.
- 12) Segera kembali ke barak, hentikan keterlibatan dalam pengamanan sipil.

- 13) Tegakkan disiplin internal agar anggota TNI tidak mengambil alih fungsi Polri.
- 14) Komitmen publik TNI untuk tidak memasuki ruang sipil selama krisis demokrasi.
- 15) Pastikan upah layak untuk seluruh angkatan kerja (termasuk namun tidak terbatas pada guru, buruh, nakes, dan mitra ojol) di seluruh Indonesia.
- 16) Ambil langkah darurat untuk mencegah PHK massal dan lindungi buruh kontrak.
- 17) Buka dialog dengan serikat buruh untuk solusi upah minimum dan *outsourcing*.

8 tuntutan jangka panjang (batas waktu 31 Agustus 2026) :

- 1) Bersihkan dan reformasi DPR besar-besaran.
- 2) Reformasi partai politik dan kuatkan pengawasan eksekutif.
- 3) Susun rencana reformasi perpajakan yang lebih adil.
- 4) Sahkan dan tegakkan uu perampasan aset koruptor.
- 5) Reformasi kepemimpinan dan sistem di kepolisian agar profesional dan humanis.
- 6) TNI kembali ke barak, tanpa pengecualian.
- 7) Perkuat KOMNAS HAM dan lembaga pengawas independen.
- 8) Tinjau ulang kebijakan sektor ekonomi & ketenagakerjaan.

Pada 4-5 September 2025, Aksi massa kembali berlanjut setelah terjadinya kasus kematian seorang pengemudi ojek online berinisial AK di bawah kendaraan taktis polisi. Aksi demonstrasi berlangsung di depan Gedung DPR/MPR RI

Jakarta, bersamaan di daerah seperti Blitar (Jatim) dan Solo (ANTARA News, 2025).

Dipimpin oleh mahasiswa, demonstran kemudian memperluas tuntutan, termasuk menuntut reformasi menyeluruh terhadap sistem peradilan pidana yang melibatkan institusi kepolisian serta menuntut pengunduran diri atau pemberhentian Kepala Kepolisian Republik Indonesia, Listyo Sigit Prabowo (detik.com, 2025).

Instagram berperan sentral sebagai medium penggalangan dukungan dan penyebaran narasi gerakan sosial 17+8 Tuntutan Rakyat. Dengan menggalang partisipasi di Instagram yang memanfaatkan *hashtag* untuk memperluas jangkauan narasi misalnya, *hashtag* #tuntutanrakyat yang tercatat lebih dari 3.000 unggahan, dan *hashtag* #tuntutanrakyat17plus8 mencapai lebih dari 100 unggahan. Inisiatif awal di Instagram tidak terlepas dari tindakan sejumlah *influencer*, antara lain Jerome Polin, Andovi da Lopez, JS Khairen, Cania Citta, Fathia Izzati, dan Abigail Limuria, yang mengunggah pesan berjudul “17+8 Tuntutan Rakyat .Transparansi. Reformasi. Empati.” pada akun pribadi mereka.



Gambar 2.2 Postingan pribadi Jerome Polin, Andovi da Lopez dan JS Khairen Tentang Gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat
Sumber: Instagram @jeromepolin, @andovidalopez dan @JS_Khairen, 2026.

Selain unggahan dan tagar tersebut, bentuk solidaritas di media daring lainnya berupa perubahan foto profil akun menjadi kombinasi warna *Brave Pink* dan *Hero Green*, yang diadopsi oleh banyak figur publik dan pengguna *Instagram* khususnya Generasi Z sebagai simbol dukungan terhadap gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat.

2.5. Gambaran Umum Generasi Z

Generasi adalah sekelompok orang yang lahir dan tumbuh dalam rentang waktu yang sama, sehingga mengalami peristiwa sejarah yang sama dan berbagai pola pengalaman kehidupan, membentuk konstruksi sosial yakni cara pandang, nilai, serta norma kolektif yang khas bagi setiap kelompok generasi, memengaruhi cara mereka memahami dunia dan berinteraksi satu sama lain.

Generasi dibentuk oleh kondisi sosial dan budaya di masa kelahiran mereka. Misalnya, Generasi *Baby Boomers* yang muncul sebagai respons terhadap dinamika pasca Perang Dunia II (Francis and Hoefel, 2018). Oleh karena itu, faktor-faktor seperti usia, proses perubahan sosial, dan perkembangan budaya yang terjadi pada periode tersebut sangat memengaruhi cara pandang individu dalam kerangka sejarah.

Dimock (2019) mengungkapkan bahwa penentuan rentang tahun antar generasi tidak mengikuti pola atau rumus yang bersifat sistematis. Karena tidak adanya formula pasti, maka tidak dapat menetapkan secara tepat jangka atau batas waktu yang membedakan satu generasi dengan generasi lainnya. Adapun lima kelompok generasi berdasarkan klasifikasi Dimock (2019), yaitu :

Tabel 2.1 Kelompok generasi berdasarkan klasifikasi Dimock

No.	Generasi	Tahun Lahir
1.	<i>Silent</i>	1928-1945
2.	<i>Boomers</i>	1946-1964
3.	<i>Generasi X</i>	1965-1980
4.	<i>Millennials</i>	1981-1996
5.	<i>Generasi Z</i>	1997-2012

Sumber: Dimock, 2019

Berdasarkan klasifikasi Bencsik, Csikos, dan Juhez sebagaimana dikutip dalam Putra (2016), manusia dapat dikategorikan ke dalam enam kelompok generasi yang dibedakan oleh karakteristik sosial, budaya, dan teknologi masing-masing masa. Berikut ini adalah tabel yang merangkum keenam kelompok generasi tersebut beserta rentang kelahiran dan ciri khasnya:

Tabel 2.2 Kelompok generasi berdasarkan klasifikasi Bencsik, Csikos, dan Juhez

No.	Generasi	Tahun Lahir
1.	<i>Veteran Generation</i>	1925 – 1946
2.	<i>Baby boom Generation</i>	1946 – 1960
3.	<i>X Generation</i>	1960 – 1980
4.	<i>Y Generation</i>	1980 – 1995
5.	<i>Z Generation</i>	1995 – 2010
6.	<i>Alfa Generation</i>	2010 +

Sumber: Putra, 2016

Menurut Dimock (2019), Generasi Z yang lahir antara 1997-2012 merupakan kelompok yang dibentuk oleh dominasi teknologi digital. Berbeda dengan

generasi sebelumnya, mereka tak pernah merasakan hidup tanpa akses internet atau ponsel pintar. Sebagai *digital natives*, Generasi Z adalah generasi pertama yang tumbuh dengan kehadiran internet sejak lahir.

White (2017) berpendapat bahwa, “*basically generation Z is an independent generation, so it has broad insight to see the future*” yang berarti bahwa pada dasarnya Generasi Z adalah generasi yang mandiri sehingga memiliki wawasan luas mengenai masa depan. Menurut Gaidhani dalam (Arora & Sharma, 2019), “*generation Z is easily connected with many people in various places without being limited by space and time*” Generasi Z mudah terhubung dengan banyak orang di berbagai tempat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu; dengan kata lain, kemampuan jaringan dan konektivitas mereka sangat tinggi.

Teknologi yang sangat canggih telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan Generasi Z, penggunaan *gadget* atau media digital rutin mengisi waktu mereka setiap hari. Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan Generasi Z hidup di era yang serba instan. Sebagaimana dikemukakan oleh Leorince dkk. dalam penelitiannya, Generasi Z dapat dikategorikan sebagai *i-generation* atau “generasi internet” (Leorince et al., 2022). Mereka tumbuh dan dibesarkan di tengah kemajuan teknologi yang menyediakan berbagai fasilitas canggih sehingga perkembangan tersebut turut memengaruhi pola hidup dan kepribadian mereka.

Generasi Z memiliki preferensi kuat terhadap platform media sosial sebagai sarana komunikasi utama; mereka cenderung memilih platform yang menonjolkan interaksi visual dan konten berdurasi pendek, seperti TikTok dan Instagram, karena platform tersebut memungkinkan ekspresi diri secara kreatif dan instan (Syardi et al., 2024). Generasi Z dapat mengakses berbagai informasi dan berita

secara cepat dan instan, mereka cenderung merespons serta mengamati berbagai realitas yang dapat dipahami, disaksikan, dan dikonsumsi melalui media sosial. Fitur-fitur pada media sosial menjadi salah satu sarana bagi mereka untuk beradaptasi dan mengembangkan diri.

Dengan tersedianya beragam platform berita yang tidak terbatas, Gen Z kerap memanfaatkan berbagai saluran media untuk memperoleh informasi. Hal ini sejalan dengan salah satu dari karakteristik Gen Z yang lebih suka membentuk kelompok bersama individu yang memiliki pandangan dan visi serupa (Christy, 2022).

2.6. Fenomenologi Edmund Husserl

Istilah fenomenologi berakar dari bahasa Yunani *phainai* yang artinya “menampakkan diri” dan *phainomenon*, yang berarti “apa yang tampak”. Dengan demikian, fenomena menunjuk pada segala kejadian atau objek yang secara langsung disadari oleh kesadaran manusia. Dalam kerangka ini, keberadaan suatu entitas hanya dapat dipahami melalui relasinya dengan pengalaman subjek. Objek tidak berdiri sendiri di luar pikiran, melainkan selalu muncul dalam ruang kesadaran.

Sejak diperkenalkan Edmund Husserl pada awal abad ke-20, fenomenologi berkembang menjadi dua ranah utama, yaitu sebagai aliran filsafat yang menguraikan struktur dasar kesadaran, dan sebagai metode penelitian kualitatif yang menggali “bagaimana” suatu pengalaman/fenomena dialami bukan hanya “mengapa” pengalaman/fenomena itu terjadi. Melalui metode *epoche* dari Edmund Husserl penangguhan segala prasangka dan asumsi ilmiah peneliti

meneliti intensionalitas pengalaman, dimensi waktu-ruang dalam kesadaran, hingga makna subjektif yang terselip dalam setiap persepsi.

Engkus Kuswarno (2009), dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Komunikasi, "Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya", menjelaskan bahwa:

Tindakan manusia adalah bagian dari posisinya dimasyarakat. Sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi kamuflase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada disekelilingnya.

Fenomenologi pada hakikatnya merupakan kajian sistematis atas segala sesuatu yang tampak dalam kesadaran manusia mulai dari objek inderawi hingga proses berpikir dan perasaan yang menyertainya. Pendekatan ini menempatkan analisis gejala-gejala kesadaran sebagai pusat refleksi filosofis, di mana setiap "penampakan" dianggap layak dikaji secara mendalam sebelum menarik kesimpulan apa pun.

Fenomenologi berupaya mengungkap cara manusia merangkai makna dan menyusun konsep-konsep fundamental melalui lensa intersubyektivitas, yakni pemahaman bahwa realitas kita terbentuk dalam interaksi dan pertukaran makna dengan orang lain (Kuswarno, 2009). Di balik pendekatan ini terselip keyakinan bahwa setiap individu tidak pasif menerima data indrawi, melainkan secara aktif menafsirkan pengalaman hidupnya, sehingga cara kita "melihat" dan memahami dunia senantiasa dipengaruhi oleh narasi personal dan konteks sosial tempat kita berada (Littlejohn, 2009).

Dengan demikian, fenomenologi kini berfungsi tidak hanya sebagai metode deskriptif tentang penampakan, tetapi juga sebagai landasan teoritis bagi berbagai

disiplin ilmu yang ingin menangkap realitas subjektif secara autentik (Adian dan Donny Gahrial, 2019).

Husserl menegaskan bahwa manusia memahami dan mengalami dunia lewat kesadarannya sendiri, sehingga penafsiran atas dunia tersebut muncul dari bagaimana kita menghayati realitas itu. Di sinilah konsep konstitusi kesadaran Husserl menjadi krusial: ia membiarkan entitas atau fenomena menampilkan diri sesuai cara mereka terlahir dalam pengalaman, tanpa mengurangi otonomi objek di luar kendali pikiran.

Adapun pokok pikiran Edmund Husserl mengenai fenomenologi, adalah sebagai berikut :

1. fenomena adalah realita sendiri (*realitas in se*) yang tampak.
2. tidak ada batasan antara subyek dan realitas.
3. kesadaran bersifat intensional.
4. terdapat interaksi antara tindakan kesadaran (*noesis*) dengan obyek yang disadari (*noema*).

Berkenaan dengan upaya menelaah fenomenologi secara menyeluruh, Edmund Husserl memperkenalkan sejumlah konsep kunci yang menjadi landasan berpikir fenomenologis yang terangkum dalam Akhyar Yusuf Lubis (2019), sebagai pondasi teori Husserl, yang berfungsi untuk menguraikan struktur kesadaran dan cara fenomena muncul dalam pengalaman manusia.

a. *Epoche*

Konsep *epoche* atau upaya mengurangi atau menunda penilaian (*bracketing*) dikembangkan oleh Edmund Husserl sebagai cara untuk menanggukkan asumsi dan prasangka, sehingga kita dapat menyingkap

pengetahuan murni yang bebas dari keraguan. Pendekatan ini selaras dengan tradisi rasionalisme Descartes dan idealisme transendental Kant, di mana Husserl berpendapat bahwa akar pengetahuan terletak pada intuisi, serta bahwa esensi suatu fenomena harus dipahami sebelum kita mengumpulkan data empiris apa pun.

Epoche berasal dari bahasa Yunani, yang secara harfiah berarti “menahan diri untuk menilai”. Dalam keseharian kita, pengetahuan sering terbentuk dari kecenderungan untuk cepat memilah dan menilai segala sesuatu yang muncul di depan mata. *Epoche* menawarkan sebuah perspektif yang baru dalam melihat sesuatu. Sebelum kita membuat asumsi atau menarik suatu kesimpulan, kita diminta untuk terlebih dahulu mencermati suatu fenomena seperti mengamati warna, bentuk, tekstur, gerak, dan relasi antarunsur tanpa prasangka.

Menurut Clark Moustakas, dalam praktik *epoche*, segala bentuk pemahaman, penilaian, dan pengetahuan sehari-hari sengaja ditangguhkan agar fenomena itu sendiri dapat muncul kembali secara orisinal dan segar. Dalam pengertian peneliti membuka ruang persepsi yang benar-benar bebas prasangka yang menguntungkan dari ego murni atau ego transendental.

b. Reduksi

Reduksi fenomenologis merupakan tahap lanjutan dari *epoche*. Husserl berpendapat bahwa manusia memiliki sikap alamiah yang cenderung menganggap dunia itu ada secara objektif tepat seperti yang kita amati dan dijumpai. Namun, untuk memulai penelitian fenomenologis, kita perlu menangguhkan keyakinan ini sepenuhnya. Proses inilah yang disebut sebagai

reduksi fenomenologis atau disebut juga reduksi transendental, atau *ephoce* itu sendiri. Dengan melakukan reduksi ini, peneliti melakukan sikap netral bahwa ada atau tidaknya dunia bukanlah hal yang relevan.

Reduksi fenomenologis dapat dipahami sebagai langkah kembali ke kesadaran transendental. Dalam kesadaran transendental ini, dunia terbentang dengan kejernihan tanpa sedikitpun bayangan keraguan. Dunia tidak lagi sekadar objek di luar diri, melainkan dunia-sebagai-makna dan reduksi fenomenologis adalah idealistis dalam arti suatu idealisme transendental yang menganggap dunia sebagai sebuah kesatuan nilai yang tak terpisahkan dan dibangun bersama-sama oleh dua orang yang memiliki perspektif-perspektif yang saling meresap dan berpadu. Sehingga mereka bisa saling berkomunikasi.

1) Reduksi fenomenologis.

Kita perlu menyaring setiap pengalaman agar fenomena muncul dalam wujud semurni-murninya. Segala sesuatu menampilkan diri dalam kesadaran kita, namun saat fenomena itu hadir sebagai hal yang nyata ada, kita tidak boleh langsung menerimanya begitu saja. Kita harus menanggukannya, dan setelah itu, barulah kita menatap atau memandang apa yang kita alami di dalam kesadaran kita. Apa yang kita tunda merupakan berbagai perspektif dan penilaian awal kita yang telah melekat dalam diri kita sebelum kita benar-benar menelusuri apa yang tampil di hadapan kesadaran kita.

2) Reduksi fenomenologis transendental.

Istilah transendental di sini menekankan langkah menjauh sejenak dari rutinitas keseharian menuju tingkat kesadaran murni (*ego murni*), di mana

setiap pengalaman dipandang kembali dengan kesegaran seolah-olah pertama kali dihadirkan.

Proses reduksi fenomenologis ini mentransformasikan dunia ke menjadi suatu fenomena yang dapat ditangkap oleh kesadaran sehingga fokus penelitian bergeser ke bagaimana realitas itu dipersepsi, bukan pada keberadaannya secara objektif. Disebut reduksi, karena langkah ini menuntun peneliti untuk menelusuri sumber makna dan eksistensi dunia yang dialami. Dengan demikian, seorang fenomenolog mestinya menanggalkan seluruh teori, pra-anggapan, dan prasangka apa pun agar benar-benar mampu memahami fenomena sebagaimana adanya (Muhammad dan Moh. Adib, 2018).

c. Intensionalitas

Dalam pandangan Edmund Husserl, kesadaran memiliki sifat intensional, yang berarti bahwa setiap bentuk kesadaran selalu mengarah pada sesuatu dan tidak pernah hadir begitu saja tanpa objek. Intensionalitas inilah yang menjadi struktur fundamental atau hakikat terdalam dari kesadaran manusia. Oleh karena itu, fenomena tidak dipahami sebagai sekadar objek luar yang diamati, melainkan sebagai sesuatu yang menyatakan dan menampilkan diri.

Dalam kajian fenomenologi, intensionalitas merujuk pada pandangan bahwa setiap bentuk tindakan atau yang disebut aktus kesadaran selalu memiliki kualitas terhadap sesuatu, dengan kata lain tidak ada kesadaran tanpa objek yang dituju. Tindakan kesadaran ini disebut sebagai tindakan intensional, sementara hal yang menjadi objeknya disebut sebagai objek intensional. Menurut konsep ini, manusia menamkakkan diri sebagai entitas transenden

yang merepresentasikan perpaduan antara subjek dan objek. Artinya, eksistensi manusia tidak dapat dipisahkan dari alam, karena ia hadir, berperan, dan menyatu dalam keseluruhan tatanan alam semesta.

Oleh karena itu menurut Brouwer, tidak terdapat perbedaan antara pengalaman subjektif seseorang terhadap alam (saya-mengalami-alam) dengan wujud alam yang dialami oleh subjek tersebut (alam-yang-saya-alami). Istilah intensi disini merujuk pada orientasi pikiran pada suatu objek. Dalam konteks fenomenologi, intensionalitas berkaitan dengan kesadaran, pengalaman internal mengenai kesadaran akan sesuatu.

d. *Lebenswelt*

Lebenswelt atau dunia yang hidup merujuk pada realitas yang berdenyut di balik pengalaman sehari-hari, bukan sekadar objek-objek “dunia nyata” yang dikategorikan oleh kategori falsafah atau saintifik seperti yang terkandung dalam idealisme atau pandangan realisme. Idealisme memandang bahwa dunia nyata sesungguhnya adalah kesadaran subjek tersendiri, yang berarti setiap subjek menjalani dunia yang dibangunnya lewat pikiran dan persepsinya sendiri.

Pandangan tentang realisme menegaskan bahwa realitas sebagai dunia yang berada di luar diri subjek yang diketahui, subjek hanya berperan sebagai penerima pasif terhadap rangsangan dari lingkungan eksternal, tanpa turut membentuk hakikat dunia itu sendiri. *Lebenswelt* merujuk lebih kepada dunia yang belum ditafsirkan atau dikategorikan sama ada oleh sains (saintifik) atau falsafah. Dengan kata lain, *lebenswelt* adalah sebuah dunia yang muncul dalam cara pra-bodoh, pra-saintifik, dan pra-reflektif (Budi Hardiman, 2007).

Menurut Husserl, ketika kita menempatkan kategori filsafat, pendekatan ilmiah, atau tafsiran (naturalisme/objectivism) sebagai kerangka utama, maka *Lebenswelt* (dunia kehidupan) akan hilang. Untuk menemukan kembali *lebenswelt* ini, Husserl mengambil jalan pengurangan, yaitu menaruh segala penafsiran saintifik dan filosofis dalam “tanda kurung” (*epoche*) sehingga pengalaman muncul kembali sebagai apa adanya dalam kesadaran objek itu sendiri. Dengan demikian, *the lebenswelt* akan ditemukan kembali dengan intuisi atau kesadaran langsung yang menangkap dunia (Budi Hardiman, 2007).

Husserl berpendapat bahwa untuk memahami hakikat realitas *epoche*, pengurangan, intensi, serta kaedah *lebenswelt*, terdapat kecenderungan dimana realitas seringkali tertutupi oleh teori-teori dan asumsi ilmiah yang telah dibangun sebelumnya. Karena realitas selalu dibentuk dan dipengaruhi oleh intensitas pengalaman indrawi yang berlebihan, fenomenologi pun tak luput dari keterikatannya pada dimensi masa dan ruang.

Tujuan utama dari pendekatan fenomenologi adalah untuk memperoleh pengetahuan yang murni dan objektif tanpa pengaruh asumsi, keyakinan, dan pandangan yang telah terbentuk sebelumnya, baik yang berasal dari adat, tradisi budaya, doktrin agama, maupun sains dan teori-teori ilmiah adalah sesuatu yang mutlak. Fenomenologi menyadari bahwa setiap bentuk pemahaman manusia tidak pernah benar-benar lepas dari nilai-nilai.

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dijadikan landasan awal bagi peneliti dalam melaksanakan studi ini. Berikut adalah sejumlah penelitian terkait:

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sakhyan Asmara dan Febry Ichwan Butsi	2020	Twitter dan Public Sphere: Studi Fenomenologi Tentang Twitter Sebagai Media Alternatif Komunkasi Politik	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa platform media sosial Twitter dipandang sebagai platform digital yang mengandung aspek efektivitas, keterbukaan, dan kebebasan. Pada aspek efektivitas Twitter dinilai sangat efektif untuk menjangkau banyak konstituen. Pada aspek keterbukaan Twitter sebagai salah satu platform media sosial bisa digunakan dan diakses oleh siapa saja. Dan terakhir aspek kebebasan menyatakan bahwa melalui

					pemanfaatan fitur-fitur yang ada di Twitter, seseorang bisa menyuarakan suaranya secara bebas dan hal ini merupakan manifestasi hakikat dari demokrasi. Siapapun bisa berwacana dan bertukar pikiran, hingga berdebat pada satu wacana dengan pihak lain, baik dari pendukung maupun pihak penentang.
2.	Ahmad Mujammil Raza, Neima Aulia dan Sopian	2023	The Echo Chamber Effect: Analisis Sosiologis Peran Algoritma Media Sosial Dalam Pembentukan	Kualitatif	Hasil penelitian ini menemukan bahwa algoritma memiliki peran ganda, yakni membentuk solidaritas kelompok sekaligus memicu polarisasi sosial.

			Solidaritas Dan Polarisasi Kelompok Di Indonesia		Fenomena <i>echo chamber</i> berfungsi sebagai mekanisme sosiologis yang membentuk dan sekaligus mendistorsi wacana politik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa <i>echo chamber</i> tidak hanya berfungsi menyaring informasi, tetapi juga aktif membingkai makna dan mempolarisasi sentimen, sehingga diskursus publik berubah menjadi arena pertentangan antar gelembung informasi yang sulit dipertemukan.
3.	Isa Anshori dan Fatikha Aulia	2023	Peran Ruang Digital	Kualitatif	Hasil penelitian ini mengungkapkan

	Alinta Nadiyya		Sebagai Transformasi Gerakan Aksi Sosial Mahasiswa Melalui Platform Sosial Media.		bahwa kehadiran internet dan media sosial telah mengubah berbagai aspek kehidupan serta menerjemahkan beragam proses, keluhan, dan kekecewaan mahasiswa ke dalam bentuk sikap apatis terhadap politik, gerakan sosial, dan seruan revolusi. Ketika suatu isu atau pemberitaan yang tersebar luas di media memicu kemarahan mahasiswa, mereka cenderung meluapkan kekesalan tersebut melalui media sosial karena dianggap mampu menyuarakan kegelisahan terhadap permasalahan
--	----------------	--	---	--	--

					yang ada. Mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk menciptakan diskusi atau sekadar mengungkapkan argumen melalui berbagai bentuk, seperti poster, postingan, meme sarkastis, gambar, maupun teks berisi kritikan, karena media sosial dianggap mampu mengakomodasi argumen dan postingan dari banyak orang secara bersama-sama.
4.	Enpin Gustin, Mas Agus Firmansyah, dan Dionni Ditya Perdana	2024	Echo Chamber pada Interaksi Komentar di Akun Instagram @turnbackhoaxid dalam	Kualitatif	Dari hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa dalam interaksi komentar di akun Instagram @turnbackhoaxid, fenomena <i>echo</i>

			Konteks Post-Truth.	<i>chamber</i> sangat memengaruhi bagaimana netizen berinteraksi dengan informasi, terutama ketika menghadapi klarifikasi mengenai hoaks, sehingga dapat menyebabkan polarisasi yang signifikan. Buktinya, dalam interaksi komentar di akun Instagram @turnbackhoaxid, peneliti menemukan bahwa interaksi komentar terbagi dalam tiga sentimen utama yaitu: (1) sentimen positif yang mendukung informasi yang disampaikan, (2) sentiment netral yang sering kali berisi pertanyaan atau permintaan untuk klarifikasi lebih
--	--	--	---------------------	---

					lanjut, dan (3) sentiment negatif yang mana menunjukkan adanya ketidakpercayaan, kecurigaan, ataupun menyebarkan informasi yang salah meskipun sudah diklarifikasi.
5.	Kartini Sikumbang, Widya Ramadhina, Emi Riska Yani, Della Arika, Nazmi Hayati, Nur Aini Hasibuan dan Bagus Gigih Permana	2024	Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, telah membentuk cara Generasi Z menjalani kehidupan mereka, terutama dalam meningkatkan keterlibatan dan interaksi sosial. Generasi Z memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan

					pandangan mereka mengenai isu-isu sosial dan politik, serta menunjukkan keberanian dan ekspresivitas yang lebih besar dalam mengemukakan pendapat dan kritik. Peneliti juga menemukan bahwa beragam fitur Instagram memungkinkan pengguna memperluas jaringan sosial, memengaruhi pola interaksi antarpengguna, serta mendukung eksplorasi identitas mereka, baik di ranah publik maupun pribadi.
--	--	--	--	--	--

Sumber: Penulis, 2026

Sebagai rujukan dari hasil peneliti yang terkait dengan tema yang sedang diteliti, Peneliti menggunakan penelitian terdahulu untuk membantu dalam proses pengkajian penelitian ini dan bukan pengulangan dalam kajian skripsi. Berikut masing-masing persamaan dan perbedaan dari Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian sebelumnya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sakhyani Asmara dan Febry Ichwan Butsi pada tahun 2020, yang berjudul *“Twitter dan Public Sphere: Studi Fenomenologi Tentang Twitter Sebagai Media Alternatif Komunikasi Politik”* Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti, yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan fenomenologi, serta menggunakan teknik wawancara mendalam dalam pengumpulan data. Sedangkan Perbedaannya ialah penelitian terdahulu menganalisis peran Twitter sebagai medium komunikasi politik dan *public sphere*, sedangkan peneliti memahami mekanisme konsumsi informasi Gen Z dan kontribusi *echo chamber* pada diseminasi narasi gerakan sosial di Instagram.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Mujammil Raza, Neima Aulia dan Sopian pada tahun 2023, yang berjudul *“The Echo Chamber Effect: Analisis Sosiologis Peran Algoritma Media Sosial Dalam Pembentukan Solidaritas Dan Polarisasi Kelompok Di Indonesia.”* Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti, yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan mengangkat fenomena *echo chamber*. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan pendekatan netnografi studi kasus, observasi *non-intrusif*, *thematic analysis*, dan fokus dalam menganalisis peran algoritma media sosial (khususnya X/Twitter) yang membentuk *echo*

chamber dan dua efek utama (solidaritas *in-group* dan polarisasi *out-group*) pada Pemilu Presiden 2024. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi Husserl, wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dokumentasi, *purposive sampling* mahasiswa Gen Z, serta menggunakan teknik analisis data Miles & Huberman, dan validitas triangulasi. Peneliti juga memiliki fokus penelitian pada media sosial Instagram.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Isa Anshori dan Fatikha Aulia Alinta Nadiyya pada tahun 2023, yang berjudul “*Peran Ruang Digital Sebagai Transformasi Gerakan Aksi Sosial Mahasiswa Melalui Platform Sosial Media.*” Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti terutama dalam bidang gerakan sosial di Indonesia, memiliki persamaan subjek penelitian yaitu mahasiswa yang ditentukan berdasarkan teknik *surposive sampling*. Penelitian terdahulu juga memiliki persamaan dengan peneliti dalam hal teknik pengumpulan data, yaitu menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu bertujuan untuk menganalisis terjadinya transformasi gerakan sosial dan mengetahui fenomena perubahan pola komunikasi gerakan mahasiswa dengan menggunakan pendekatan netnografi/etnografi digital dan analisis deskriptif, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl untuk memahami mekanisme konsumsi informasi Gen Z dan mengetahui kontribusi *echo chamber* terhadap diseminasi informasi di media sosial.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Enpin Gustin, Mas Agus Firmansyah, dan Dionni Ditya Perdana pada tahun 2024, yang berjudul “*Echo Chamber pada Interaksi Komentar di Akun Instagram @turnbackhoaxid dalam Konteks Post-*

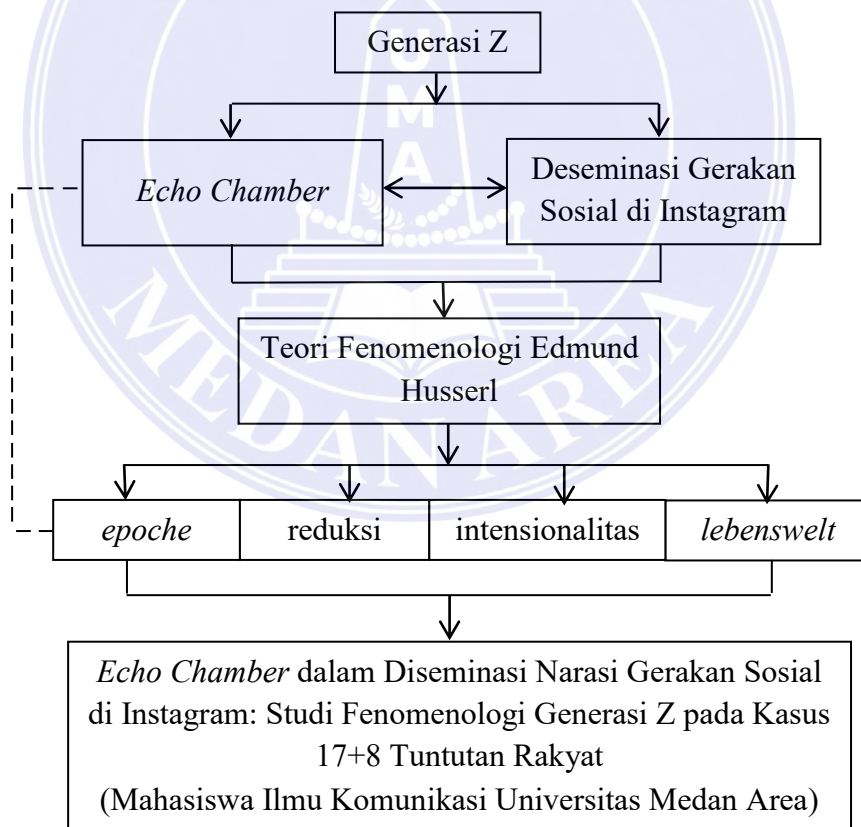
Truth.” Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti, yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan mengangkat fenomena *echo chamber* di Instagram. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan pendekatan netnografi dengan metode deskriptif kualitatif, dan analisis data menggunakan Teori Analisis Media Siber pada level objek media, dengan kategorisasi sentimen interaksi (positif, netral, negatif). Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl, dengan teknik pengumpulan data observasi non-partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi serta teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles & Huberman (reduksi data, penyajian data, verifikasi/kesimpulan), dengan validitas data yang dijaga melalui metode triangulasi.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Kartini Sikumbang, Widya Ramadhina, Emi Riska Yani, Della Arika, Nazmi Hayati, Nur Aini Hasibuan dan Bagus Gigih Permana pada tahun 2024, yang berjudul “*Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z.*” Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti, yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan subjek penelitian generasi Z, serta sama-sama berfokus pada media sosial Instagram. Sedangkan perbedaannya adalah Penelitian terdahulu memiliki fokus penelitian pada peranan Instagram dalam interaksi sosial dan etika Gen Z, serta dampak fitur-fitur Instagram pada cara Gen Z berinteraksi dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dan teknik pengumpulan data kajian dokumen (*literature review*), studi literatur dari berbagai sumber. Sedangkan peneliti memiliki fokus penelitian pada

pengalaman subjektif Gen Z dalam *echo chamber* saat diseminasi narasi gerakan sosial 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, dengan menggunakan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl dan teknik pengumpulan data observasi non-partisipan, wawancara mendalam, dokumentasi (foto, postingan media sosial).

2.8. Kerangka Berpikir

Berdasarkan pendahuluan dan latar belakang teori yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat dibuat kerangka berpikir sebagai penuntun, alur pikir dan dasar penelitian. Adapun kerangka berpikir yang peneliti maksud digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir
Sumber: Peneliti, 2026

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendeskripsikan suatu latar belakang objek atau fenomena tertentu secara rinci dan mendalam, oleh sebab itu peneliti akan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alamiah untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan secara luas dan mendalam tentang *“Echo Chamber dalam Diseminasi Narasi Gerakan Sosial di Instagram: Studi Fenomenologi Generasi Z pada Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat”*

Menurut Siyoto & Sodik (2015) metode penelitian kualitatif, merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Lebih lanjut, Suparlan seorang antropolog Universitas Indonesia (dalam Patilima, 2013: 2) menyatakan “pendekatan kualitatif seringkali juga dinamakan sebagai pendekatan humanistik, karena dalam pendekatan ini cara pandang, cara hidup, selera ataupun ungkapan emosi dan keyakinan dari warga masyarakat yang diteliti sesuai dengan masalah yang diteliti, juga termasuk data yang perlu dikumpulkan”.

Dengan kata lain penelitian kualitatif, mengisyaratkan dalam memandang sesuatu sangat memiliki integrasi antara pengetahuan dan pengalaman hidup manusia. Dalam artian penelitian kualitatif melakukan proses menggambarkan, menyajikan, atau memaknai kembali suatu fenomena secara utuh, menyeluruh (holistik), dan mendalam berdasarkan data yang diperoleh. Hal ini seturut dengan

apa yang telah dikemukakan oleh Bogdan & Biklen (Albi Anggito, 2018: 10) bahwa “penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna bukan pada data yang teramati”. Tahapannya melalui eksplorasi dengan amat terperinci hingga sampai ke entitas yang tidak tampak atau menyusuri dibalik sesuatu yang tampak tersebut.

3.2. Instrumen Penelitian

Menurut Martono (2015:) validitas dalam penelitian kualitatif bukan dimaknai sebagai validitas instrumen penelitian. Hal ini disebabkan dalam penelitian kualitatif, peranan instrumen penelitian “diambil alih” oleh peneliti. Dengan kata lain, posisi peneliti dalam hal ini adalah sebagai instrumen penelitian. Memang dalam penelitian kualitatif, peneliti menempatkan kedudukan sebagai instrumen utama dalam proses penelitian. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan berbagai alat bantu seperti buku catatan lapangan, pedoman wawancara, serta pedoman observasi sepanjang proses penelitian guna mengumpulkan data yang diperlukan.

3.3. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah di mana kegiatan penelitian akan dilaksanakan. Lokasi penelitian yang dipilih dalam penelitian ini berada di Jalan Kolam No. 1, Medan Estate, Kota Medan, Sumatera Utara. Rentang waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung mulai bulan Oktober 2025 hingga Maret 2026, sebagaimana dapat diamati pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Waktu Pelaksanaan					
		Okt 2025	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026	Mar 2026
1.	Pengajuan Judul						
2.	Penyusunan Proposal						
3.	Seminar Proposal						
4.	Revisi Proposal						
5.	Riset/Penelitian Lapangan						
6.	Penyusunan Hasil Penelitian						
7.	Seminar Hasil & Revisi						
8.	Sidang Akhir						

Sumber: Peneliti, 2026

3.4. Teknik Sampling

Menurut Idrus (2009) peneliti kualitatif harus memiliki kriteria tertentu yang dapat memperkuat alasan pemilihan seseorang menjadi subjek penelitiannya. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa penelitian kualitatif sering kali menggunakan teknik *purposive* sebagai metode untuk menetapkan subjek penelitian.

3.4.1. Purposive Sampling

Purposive sampling merupakan salah satu elemen dari kategori teknik sampel tidak berpeluang (*nonprobability sampling*). Menurut Martono (2015: 317-318) sampel bertujuan (*purposive sampling; judgmental sampling*) merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini,

peneliti memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian.

Oleh sebab itu, adapun pertimbangan yang ditentukan dalam penelitian ini harus memiliki kriteria tertentu, agar mendapatkan hasil ekuivalen dengan penjelasan-penjelasan yang telah dipaparkan. Maka kriteria informan pada penelitian ini yaitu:

1. Kelompok usia Generasi Z (12-27 tahun);
2. Mahasiswa Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi;
3. Mempunyai Media sosial Instagram;
4. Pernah ikut serta dalam aksi demonstrasi Agustus-September 2025 atau pernah membagikan narasi “17+8 Tuntutan Rakyat di akun Instagramnya;
5. Bersedia untuk diwawancarai.

3.4.2. Identitas Informan

Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria yang telah dipaparkan sebelumnya. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, khususnya dari Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dan Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (IMAJINASI), dipilih menjadi informan penelitian karena keterlibatan mereka dalam aksi demonstrasi gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat sekaligus aktif membagikan postingan mengenai gerakan "17+8 Tuntutan Rakyat" di Instagram. Hal ini telah peneliti buktikan sendiri melalui observasi langsung pada akun Instagram @bemfisipuma.

BEM FISIP Universitas Medan Area terdiri dari 32 mahasiswa sebagai pengurus aktif, meliputi jabatan Gubernur, Sekretaris Umum, Bendahara Umum, Departemen Humas, Departemen Ekonomi Kreatif, Departemen Media Informasi,

Departemen PPSDM, Departemen KASTRAT, Departemen Kerohanian, serta Departemen Seni Budaya dan Olahraga. Sementara itu, IMAJINASI FISIP Universitas Medan Area memiliki 42 mahasiswa sebagai anggota, yang terdiri dari Ketua, Bendahara, Sekretaris, Divisi Humas, Divisi Audio Visual, Divisi Public Speaking, dan Divisi Jurnalistik.

Berdasarkan wawancara dan observasi awal peneliti, terdapat 5 mahasiswa dari 74 calon informan yang memenuhi 5 kriteria informan yang telah dipaparkan peneliti sebelumnya. Kelima informan tersebut adalah:

Tabel 3.2 Identitas Informan

Nama Informan	Jenis kelamin	Usia	Program Studi	Status
Samuel Pelita Kurniawan Silaban	Laki-laki	23 tahun	Ilmu Komunikasi	Gubernur BEM FISIP Universitas Medan Area 2024/2025
Dava Pramudita	Laki-laki	21 tahun	Ilmu Komunikasi	Ketua umum IMAJINASI Universitas Medan Area 2024/2025
Pratama Purba	Laki-laki	23 tahun	Ilmu Komunikasi	Sekretaris Departemen Media dan Informasi BEM FISIP Universitas

				Medan Area Periode 2024/2025.
Monalisa Silalahi	Perempuan	21 tahun	Ilmu Komunikasi	Divisi Jurnalistik IMAJINASI Universitas Medan Area 2024/2025
Raihan Alwi Bahri Nasution	Laki-laki	21 tahun	Ilmu Komunikasi	Kepala Departemen Ekonomi Kreatif BEM FISIP Universitas Medan Area Periode 2024/2025.

Sumber: Peneliti, 2026

3.4.3. Jadwal Wawancara Informan

Tabel 3.3 Jadwal Wawancara Informan

No.	Nama Informan	Tanggal Wawancara	Lokasi Wawancara
1.	Samuel Pelita Kurniawan Silaban	Senin / 22 Desember 2025	Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.
2.	Dava Pramudita	Selasa / 19 Desember 2025	Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.
3.	Pratama Purba	Senin / 22	Kampus 1- Jl. Kolam No. 1,

		Desember 2025	Kota Medan.
4.	Monalisa Silalahi	Jumat / 19 Desember 2025	Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.
5.	Raihan Alwi Bahri Nasution	Senin / 22 Desember 2025	Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.

Sumber: Peneliti, 2026

3.5. Sumber Data

Data adalah segala keterangan (informasi) mengenai semua hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. “Dalam penelitian kualitatif, data dapat diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh dari aktor (subjek penelitian, informan, pelaku), aktivitas dan tempat yang menjadi subjek penelitian” (Idrus, 2009: 61). Artinya data adalah bagian dari subjek penelitian yang sangat diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengungkapkan persoalan.

Dalam penelitian yang berjudul *“Echo Chamber dalam Diseminasi Narasi Gerakan Sosial di Instagram: Studi Fenomenologi Generasi Z pada Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat”* ini, peneliti mengonkretkan Mahasiswa Universitas Medan Area Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2023 sebagai subjek penelitian studi ini atau sebagai sumber data penelitian ini. Jelas bahwa Mahasiswa Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2023 memang benar merupakan struktur usia Generasi Z dan dasar rasional lainnya yang sudah dipaparkan pada latar belakang pada bagian awal.

Sumber data juga diklasifikasikan berupa data primer dan data sekunder, hal ini dijelaskan Martono (2015) antara lain:

3.5.1. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya (Sumadi, 1987). Maka dapat diartikan bahwa data primer dalam proses penelitian didefinisikan sebagai sekumpulan informasi yang diperoleh peneliti langsung dari lokasi penelitian melalui sumber pertama (subjek penelitian melalui wawancara mendalam) atau melalui hasil pengamatan yang dilakukan sendiri oleh peneliti terhadap subjek penelitian sehingga dapat disebut juga sebagai data asli atau data baru.

3.5.2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang tidak diperoleh dari sumber pertama. Data sekunder diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung, memperkuat dan melengkapi informasi primer yang telah diperoleh (Sumadi, 1987).

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data melalui media cetak maupun media elektronik. Data-data sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal, buku cetak dan online, artikel, foto, postingan media sosial dan sebagainya yang punya korelasi dengan data-data yang mendukung data primer. Selain itu data penelitian juga diperoleh melalui *browsing internet* yang meliputi situs-situs *website* resmi, seperti: situs milik pemerintahan, universitas atau lembaga survei dan sebagainya guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang penting bagi kegiatan penelitian, karena pengumpulan data tersebut akan menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Sehingga dalam pemilihan teknik pengumpulan data harus cermat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.6.1. Observasi

Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui pengamatan langsung pada interaksi dalam konten instagram untuk melihat objek penelitian secara menyeluruh. Observasi dalam penelitian ini berfungsi sebagai data sekunder atau kontekstual untuk mengidentifikasi pola interaksi pada postingan atau konten narasi gerakan “17+8 Tuntutan Rakyat” serta mengungkap fenomena yang perlu digali lebih lanjut melalui wawancara. Adapun jenis observasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah observasi non-partisipan.

Observasi dilakukan pada dua *hashtag* Instagram yang paling banyak digunakan untuk memperluas jangkauan narasi “17+8 Tuntutan Rakyat”, yaitu *hashtag* #tuntutanrakyat dengan lebih dari 3.000 unggahan dan *hashtag* #tuntutanrakyat17plus8 dengan lebih dari 100 unggahan. Data yang diambil dari kedua *hashtag* ini dibatasi pada periode 25 Agustus 2025 hingga 31 September 2025 karena pembahasan dan penyebaran narasi “17+8 Tuntutan Rakyat” mengalami perkembangan signifikan dalam rentang waktu tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati langsung beberapa postingan atau konten narasi “17+8 Tuntutan Rakyat” yang menggunakan

hashtag #tuntutanrakyat dan #tuntutanrakyat17plus8. Pemilihan postingan atau konten didasarkan pada tiga kriteria, diantaranya frekuensi penayangan tertinggi, banyaknya interaksi, dan isi konten. Observasi dilakukan pada kolom komentar postingan yang relevan dengan fokus pada respons netizen terhadap konten yang diunggah. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan model analisis Miles dan Huberman (1992), yang mencakup tiga komponen utama: (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan atau verifikasi untuk mengidentifikasi fenomena *echo chamber* dalam komunitas media sosial Instagram.

3.6.2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada informan, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam. Menurut Patilima (2013) “wawancara adalah sebuah proses interaksi dasar ketersediaan dan dalam *setting* alamiah, dimana arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah melalui wawancara ditetapkan dengan mengedepankan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami”. Wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan adalah wawancara mendalam, dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang telah terstruktur secara lengkap dan sistematis untuk pengumpulan datanya. Akan tetapi pertanyaan wawancara bisa bertambah atau berubah sesuai situasi dan kondisi untuk kebutuhan data penelitian.

Metode wawancara digunakan untuk mengumpulkan data tentang bagaimana fenomena *echo chamber* pada Generasi Z dan kaitannya dengan

tingkat penyebaran narasi gerakan sosial di Instagram. Wawancara tersebut dilaksanakan dengan melakukan wawancara mendalam bersama informan yang bersangkutan yakni Generasi Z yang berasal dari Mahasiswa Universitas Medan Area Prodi Ilmu Komunikasi sebagai subjek penelitian atau sebagai sumber data penelitian ini. Tentunya wawancara ini akan dilakukan pada luar jam perkuliahan, dikarenakan subjek penelitian adalah mahasiswa/pelajar. Hal ini juga diperuntukkan agar menemukan waktu yang sangat luas dalam menggali kedalaman penelitian dari sisi subjek penelitian, sehingga nantinya dapat menyelami penelitian ini.

3.6.3. Dokumentasi

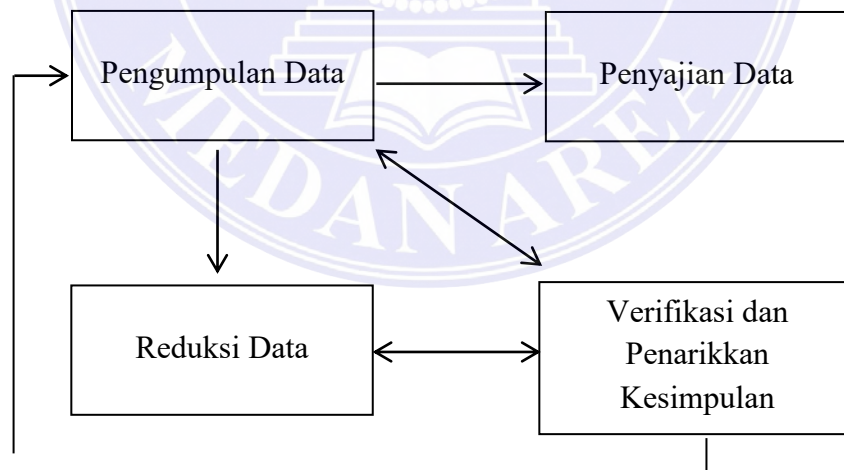
Menurut Martono (2015: 80), mengumpulkan dokumen atau sering disebut metode dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Artinya dokumentasi sebuah proses pencarian dan kegiatan mengumpulkan atribut pendukung dari topik persoalan. Ini bisa berupa foto, file, catatan harian dan sebagainya.

3.7. Teknik Analisis Data

Miles & Huberman (1992) (dalam Idrus 2009:) menguraikan bahwa terdapat model analisis data yang dikenal dengan sebutan model interaktif. Model interaktif tersebut mencakup tiga komponen utama, yakni: (1) reduksi data; (2) penyajian data; dan (3) kesimpulan/verifikasi. Ketiga komponen ini merupakan serangkaian kegiatan yang saling berkelindan pada fase sebelum, selama, dan

sesudah pengumpulan data dalam format yang paralel guna membangun pemahaman umum yang disebut analisis.

Proses analisis interaktif merupakan proses yang bersifat sirkuler dan saling terhubung. Hal ini berarti bahwa peneliti dituntut untuk bergerak secara fleksibel di antara titik-titik dalam model ini. Dengan demikian, model ini merupakan sebuah proses yang saling berkesinambungan sepanjang proses pengumpulan data. Miles & Huberman dalam (Martono, 2015) juga memaparkan bahwa ketiga komponen tersebut dapat berulang karena proses analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilaksanakan kapan saja, dalam pengertian bahwa proses ini tidak harus dilakukan setelah peneliti menyelesaikan seluruh tahapan penelitian. Keempat proses penting tersebut dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 3. Analisis Data Kualitatif Miles & Huberman (1994)

Sumber: Martono, 2015

3.8. Pengujian Validitas Data

Berdasarkan pendapat Bungin (2011:264), salah satu cara yang penting dan efisien dalam melakukan uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan menerapkan triangulasi peneliti, metode, teori, dan sumber data. Triangulasi merupakan suatu teknik yang diterapkan dalam penelitian kualitatif guna meningkatkan validitas data yang telah dihimpun.

3.8.1. Triangulasi Metode

Triangulasi pada dasarnya merupakan suatu teknik pengumpulan data yang bersumber dari berbagai metode pengambilan data. Untuk memperoleh data yang komprehensif, diperlukan triangulasi agar menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi setelah seluruh data terkumpul. Salah satu manfaat utama penggunaan triangulasi dalam penelitian adalah memungkinkan pelaksanaan penelitian yang lebih optimal sehingga dapat meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

Dalam penelitian tentang “*Echo Chamber Dalam Diseminasi Narasi Gerakan Sosial Di Instagram (Studi Frnomenologi Generasi Z Pada Kaus 17+8 Tuntutan Rakyat)*” ini menggunakan triangulasi metode. Triangulasi metode adalah pendekatan dalam penelitian yang menggunakan lebih dari satu metode pengumpulan atau analisis data untuk memeriksa dan meningkatkan validitas serta kredibilitas temuan penelitian. Dari pertimbangan tersebut, peneliti menganggap bahwa triangulasi merupakan suatu kemungkinan yang dapat memperkuat kualitas penelitian ini, oleh karena itu penggunaan triangulasi dalam penelitian ini dinilai sangat penting.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian tentang “*Echo Chamber*” dalam Diseminasi Narasi Gerakan Sosial di Instagram (Studi Fenomenologi Generasi Z Pada Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat) telah mengungkapkan temuan-temuan mengenai peran *echo chamber* dalam membentuk cara Generasi Z mengonsumsi dan menyebarkan informasi tentang narasi gerakan sosial.

Proses konsumsi informasi Generasi Z dimulai dari daya tarik visual, diikuti oleh aktivasi emosional yang kuat seperti simpati, kemarahan, dan rasa ketidakadilan. Setelah itu, mereka melakukan validasi terhadap informasi yang diterima dengan membandingkan konsistensi dari berbagai sumber, memeriksa kredibilitas penyebar informasi, dan mempertimbangkan kesesuaian informasi dengan nilai-nilai mereka mengenai keadilan sosial dan solidaritas. Fase terakhir melibatkan keterlibatan aktif dalam menyebarkan informasi melalui berbagai fitur Instagram seperti *repost*, *story*, dan DM (*Direct Message*) ketika mereka telah mencapai tahap keyakinan.

Echo chamber di Instagram berkontribusi melalui algoritma *filter bubble* yang memprioritaskan konten visual menarik seperti *reels* dengan *engagement* tinggi, *hashtag trending* yang didorong oleh intensitas akses harian Generasi Z yang melebihi dua jam per harinya. Generasi Z cenderung menyukai, membagikan, atau menyimpan konten yang selaras dengan pandangan mereka, sehingga algoritma semakin mendorong ekosistem homogen, di mana perspektif pro-gerakan mendominasi *feed* Instagram mereka, sementara suara kontra

terpinggirkan. Hal ini dipengaruhi oleh peran krusial yang dimainkan oleh *opinion leader* dan *influencer* seperti Ferry Irwandi, Jerome Polin, dan Andovi da Lopez dalam memperdalam efek *echo chamber*.

5.2. Saran

5.2.1. Saran untuk Universitas

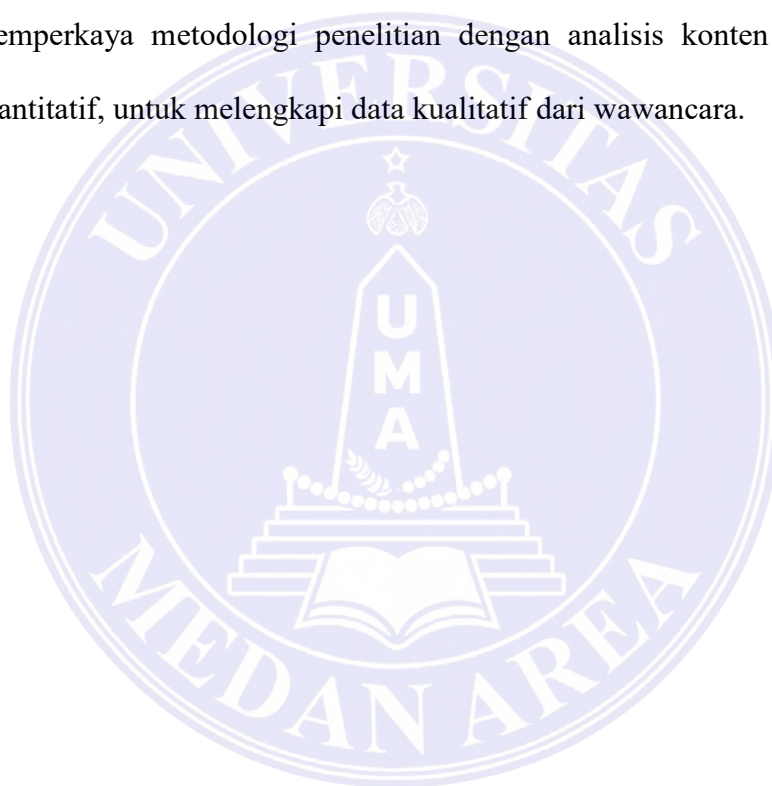
Universitas perlu mengambil peran aktif dalam mengembangkan program literasi media digital yang komprehensif bagi seluruh mahasiswa. Program ini tidak hanya fokus pada identifikasi informasi palsu, tetapi juga pada pemahaman mendalam tentang mekanisme algoritma media sosial dan bagaimana platform-platform tersebut membentuk persepsi pengguna terhadap isu-isu sosial. Universitas juga harus mendorong mahasiswanya untuk mengakses sumber informasi yang beragam, termasuk media tradisional dan akun-akun resmi lembaga pemerintah, sebagai bagian dari praktik verifikasi silang yang sehat.

5.2.2. Saran untuk Mahasiswa

Mahasiswa disarankan untuk secara aktif mencari informasi dari sumber-sumber alternatif yang berbeda dengan kelompok media sosial mereka, tidak hanya mengandalkan platform digital semata. Ketika menemukan konten yang menarik atau memicu emosi kuat, siswa sebaiknya menerapkan filosofi “saring sebelum *sharing*,” yakni dengan melakukan verifikasi keseluruhan terhadap kredibilitas sumber, keakuratan fakta, dan konsistensi informasi sebelum membagikan kembali.

5.2.3. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti yang akan melanjutkan penelitian tentang fenomena *echo chamber* dan diseminasi informasi di media sosial disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak platform media sosial selain Instagram, seperti TikTok, Twitter/X, atau YouTube, mengingat masing-masing platform memiliki mekanisme algoritma yang unik dan dampak yang berbeda terhadap pembentukan *echo chamber*. Memperkaya metodologi penelitian dengan analisis konten digital secara kuantitatif, untuk melengkapi data kualitatif dari wawancara.



DAFTAR PUSTAKA

- Adian, Donny Gahrial. (2019). *Pengantar Fenomenologi*. Depok: Koekoesan.
- Albi Anggito, J S. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher). <https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ>. (diakses pada tanggal 20 Oktober 2025, pukul 13.00 wib)
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi penelitian kualitatif: Akurasi data dan aplikasi dalam penelitian sosial*. Jakarta: Kencana Persada.
- Changara, Hafied. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Effendy, O. U. (2000). *Dinamika komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Engkus Kuswarno. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi, Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- F. Budi Hardiman. (2007). *Filsafat Fragmentaris Deskripsi, Kritik, Dan Dekonstruksi, 5th ed.* yogyakarta: KANISIUS.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Ed. 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: a Critical Introduction, Second Edition (2nd ed.)*. Routledge. www.newmediaintro.com (diakses pada tanggal 27 September 2025, pukul 13.28 wib)
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

- McQuail Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed., Vol. 1). Salemba Humanika. www.penerbitsalemba.com (diakses pada tanggal 27 September 2025, pukul 13.00 wib)
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Muhammad Farid dan Moh. Adib. (2018). *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial, 1st ed.* Jakarta: prenada media group.
- Patilima, H. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi komunikasi: Edisi revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syafrina, Annisa Eka. (2022). *Komunikasi Massa*. Mega Press Nusantara. <https://repository.ubharajaya.ac.id/id/eprint/19661> (diakses pada tanggal 25 September 2025, pukul 14.00 wib)
- Siyoto, S., dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, cet. 6*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadi Suryabrata. (198). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rsajawali.
- Wardrip-Fruin, Noah, dan Nick Montfort. (2003). *The New Media Reader. pdf. ed. Noah Wardrip-Fruin*. London, England: The MIT Press.
- White, J. E. (2017). *Meet Generation Z: Understanding and Reaching the New Post-Christian World*, Baker Books. Baker PublishingGroup.

Jurnal:

- Al Fatih, Ismail Zaky; Putera, Rachmatsah Adi; and Umar, Zahri Hariman (2024) "Peran Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital Menjelang Pemilu." *Jurnal Kajian Strategik Ketahanan Nasional*: Vol. 7: No. 1, Article 6.
- Asmara, Sakhyani, and Febry Ichwan Butsi. (2020). "Twitter Dan Public Sphere: Studi Fenomenologi Tentang Twitter Sebagai Media Alternatif Komunikasi Politik." *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique 2* (2): 75–84.

<https://doi.org/https://doi.org/10.62144/jikq.v2i2.30> (diakses pada tanggal 04 Oktober 2025, pukul 15.50 wib)

Anshori, Isa, and Fatikha Aulia Alinta Nadiyya. (2023). “Peran Ruang Digital Sebagai Transformasi Gerakan Aksi Sosial Mahasiswa Melalui Platform Sosial Media.” *Jurnal Analisa Sosiologi* 12 (2): 343–62. <https://doi.org/10.20961/jas.v12i2.68981>. (diakses pada tanggal 04 Oktober 2025, pukul 14.20 wib)

Arum, Lingga Sekar, Amira Zahrani, dan Nickyta Arcindy Duha. 2023. Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal* 2 (1): 59–72. <https://ejournal.upnvj.ac.id/asrj/article/view/5812> (diakses pada tanggal 17 September 2025, pukul 15.08 wib)

Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. 2021. Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7868-7874. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/2259/1969/4451> (diakses pada tanggal 28 September 2025, pukul 15.08 wib)

Cassese, E. C. 2021. Partisan Dehumanization in American Politics. *Political Behavior*, 43(1), 29–50. <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09545-w> (diakses pada tanggal 20 September 2025, pukul 19.00 wib)

Cinelli, Matteo, Gianmarco de Francisci Morales, Alessandro Galeazzi, Walter Quattrociocchi, and Michele Starnini. 2021. “The Echo Chamber Effect on Social Media.” *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 118 (9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>. (diakses pada tanggal 30 September 2025, pukul 13.30 wib)

Dang, M. Y., Zhang, G. Y., & Chen, H. 2018. Adoption of Social Media Search Systems: An IS Success Model Perspective. *Journal of the Association for Information Systems*, 10(2), 55–78. <https://doi.org/10.17705/1pais.10203> (diakses pada tanggal 28 September 2025, pukul 14.10 wib)

Dimock, M. 2019. Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1–7.

Dubois, E., & Blank, G. 2018. The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, 21:5, 729-745. <https://DOI:10.1080/1369118X.2018.1428656> (diakses pada tanggal 29 September 2025, pukul 13.00 wib)

- Fernando, Leorince Yehezkiel Vicky, Aminus Bayage, R. A. L. (2022). Kualitas Guru Pendidikan Agama Kristen Dalam Mendidik Generasi Z Di Era Digital. Edukatif: *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(5), 775–787.
- Francis, T., & Hoefel, F. 2018. „True Gen”: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*
- Gustin, Enpin, Mas Agus Firmansyah, and Dionni Ditya Perdana. 2024. “Echo Chamber Pada Interaksi Komentar Di Akun Instagram @Turnbackhoaxid Dalam Konteks Post–Truth.” *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 16 (2): 262–83. <https://doi.org/10.23917/komunitas.v16i2.6375> (diakses pada tanggal 04 Oktober 2025, pukul 13.00 wib)
- H. W., Jasmine Khairina, Kresna Faza Rizkyawan, Muhammad Zhafran Haris, Rury Kharisma Muzaqi, and Yasmin Nayla Afifah. 2022. “Fenomena Echo Chamber Di Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Polarisasi Politik Bagi Mahasiswa.” *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan* 9 (2): 121–30. <https://doi.org/10.32493/jpkn.v9i2.y2022.p121-130> (diakses pada tanggal 20 September 2025, pukul 18.10 wib)
- Harahap, M. A., & Adeni, S. 2020. Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. Professional: *Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13-23. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/download/1273/1055/> (diakses pada tanggal 28 September 2025, pukul 15.32 wib)
- Khairina H. W., J., Faza R., K., Harris, M. Z., Matondang, R. K., & Nayla A., Y. (2022). Fenomena echo chamber di media sosial dan dampaknya terhadap polarisasi politik bagi mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 9(2), 111-120. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PKn/article/download/27140/pdf/62646> (diakses pada tanggal 28 September 2025, pukul 10.22 wib)
- Kurniawan, D. 2018. Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65> (diakses pada tanggal 24 September 2025, pukul 14.00 wib)
- Lokesh Arora, Bhuvanesh Kumar Sharma, S. G. 2019. Understanding the Attitude of Generation Z Towards Workplace. *International Journal of Management, Technology, and Engineering*, 9(1), 2804–2819.

- Malik, A., Johri, A., Handa, R., Karbasian, H., & Purohit, H. 2018. How social media supports hashtag activism through multi vocality: A case study of# ILookLikeanEngineer. *First Monday*, 23(11). <https://firstmonday.org/article/view/7364/6180> (diakses pada tanggal 28 September 2025, pukul 17.16 wib)
- Malik, A., Li, Y., Karbasian, H., Hamari, J., & Johri, A. 2019. Live, love, Juul: User and content analysis of Twitter posts about Juul. *American journal of health behavior*, 43(2), 326-336
- Miawani, BN , & Irawati, I. 2024. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Menyebarkan Informasi Mengenai Koleksi Perpustakaan . *JlPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)* , 9 (1), 21-28. <https://doi.org/10.30829/jipi.v9i1.17954> (diakses pada tanggal 21 September 2025, pukul 13.00 wib)
- Morini, Virginia, and Laura Pollacci. 2021. Toward a Standard Approach for Echo Chamber Detection : Reddit Case Study. *Applied Science* 11 (5390). <https://doi.org/10.3390/app11125390> (diakses pada tanggal 30 September 2025, pukul 13.43 wib)
- Prasetyo, M Aditya, Nurhasanah, Amany Zuhairah Ritonga, and Alifya Diah Hayyu Ciptaningrum. 2023. Pentingnya Sosialisasi Pencegahan Penyebaran Berita Hoax Di Masyarakat Patumbak 1.” *JPKMN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 4 (3): 2954–58. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1676%0/> (diakses pada tanggal 19 September 2025, pukul 11.00 wib)
- Putra, Y. S. 2016. Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(18): 123–134. <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/142/133> (diakses pada tanggal 30 September 2025, pukul 17.20 wib)
- Rahadi, D. R. 2017. Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342> (diakses pada tanggal 28 September 2025, pukul 16.40 wib)
- Raza, Ahmad Mujammil, Neima Aulia, and Sopian Sopian. (2023). “The Echo Chamber Effect: Analisis Sosiologis Peran Algoritma Media Sosial Dalam Pembentukan Solidaritas Dan Polarisasi Kelompok Di Indonesia.” *Jurnal Bincang Komunikasi* 1 (2): 39–52.

<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JBK/article/view/27736>. (diakses pada tanggal 04 Oktoberr 2025, pukul 13.40 wib)

Sikumbang, Kartini, Widya Ramadhina, Emi Riska Yani, Della Arika, Nazmi Hayati, Nur Aini Hasibuan, and Bagus Gigih Permana. (2024). “Peranan Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial Dan Etika Pada Generasi Z.” *Journal on Education* 6 (2): 11029–37. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>. (diakses pada tanggal 04 Oktoberr 2025, pukul 15.00 wib)

Silius, K., Kailanto, M., & Tervakari, A. M. 2011. Evaluating the Quality of Social Media in an Educational Context. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 6(3), 21–27. <https://doi.org/10.1109/EDUCON.2011.5773183>. (diakses pada tanggal 28 September 2025, pukul 16.00 wib)

Sono, Mohammad Gifari, Mega Ilhamiwati, Widalicin Januarty, and Eva Yuniarti Utami. 2024. “Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer , Relevansi Konten , Dan Tingkat Keterlibatan Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z Dalam Kampanye Influencer Marketing : Studi Kasus Pada Industri Fashion Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* 02 (1): 11–23.

Suci Larasati, Riska Octavia Habie, Wahyudi Rusdi. (2025). Persepsi Gen z Terhadap Peran Influencer Dan Media Sosial Dalam Membentuk Minat Beli Produk Skincare. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 06 (02): 22–30.

Syardi, K. U., Unde, A. A., & Karnay, S. (2024). Dinamika Komunikasi Generasi Z dengan Idola di Platform TikTok. *Interaksi Budaya*, 1(1), 28–40. <https://ukinstitute.org/journals/ib/article/download/828/pdf> (diakses pada tanggal 03 Oktober 2025, pukul 13.00 wib)

Turner, C. 2023. Online Echo Chambers, Online Epistemic Bubbles, and Open-Mindedness. *Episteme*, 1–26. <https://doi.org/10.1017/epi.2023.52> (diakses pada tanggal 29 September 2025, pukul 13.23 wib)

Wahyuni, R., & Oktaviani, A. (2022). Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur*, 8(1), 34–45.

Wulandari, Virani, Gema Rullyana, and Ardiansah Ardiansah. 2021. “Pengaruh Algoritma Filter Bubble Dan Echo Chamber Terhadap Perilaku Penggunaan

Internet.” *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 17 (1): 98–111.
<https://journal.ugm.ac.id/v3/BIP/article/download/423/557> (diakses pada tanggal 20 September 2025, pukul 16.50 wib)

Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, dan Elva Ronaning Roem. 2021. Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital.” *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5 (1): 69–87.
<https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550> (diakses pada tanggal 17 September 2025, pukul 12.50 wib)

Wahyuni, A. P. 2017. Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
https://www.academia.edu/63150213/Efektivitas_Media_Sosial_Sebagai_Media_Promosi (diakses pada tanggal 28 September 2025, pukul 16.18 wib)

Wollebaek, Dag, Rune Karlsen, Kari SteenJohnsen, and Bernard Enjolras. 2019. Anger, Fear, and Echo Chambers: The Emotional Basis for Online Behavior. *Social Media + Society* 5 (2): 205630511982985.
<https://doi.org/10.1177/2056305119829859>. (diakses pada tanggal 30 September 2025, pukul 16.08 wib)

Artikel Eletronik:

APJI. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> (diakses pada tanggal 18 September 2025, pukul 14.20 wib)

Cindy Mutia Annur. (2023). *Mayoritas Orang Indonesia Mengakses Internet Lebihdari 6 Jam Sehari*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/052647175443267/mayoritas-orang-indonesia-mengakses-internet-lebih-dari-6-jam-sehari> (diakses pada tanggal 18 September 2025, pukul 15.32 wib)

Departemen Riset Statista. (2025). *Pengguna media sosial di Indonesia 2020-2029*. <https://www.statista.com/forecasts/1144743/social-media-users-in-indonesia> (diakses pada tanggal 20 September 2025, pukul 13.00 wib)

Hanadian Nurhayat-Wolf. (2025). *Social media in Indonesiaz-statistics & facts 2025*. <https://www.statista.com/topics/8306/social-media-in-indonesia/> (diakses pada tanggal 19 September 2025, pukul 13.30 wib)

Rande Price, Wakil Presiden Riset – DCN. (2025). Generasi Z skeptis dan selektif dalam memilih berita – tetapi tetap terlibat. <https://digitalcontentnext.org/blog/2025/07/08/gen-z-is-skeptical-and-selective-of-news-but-still-engaged/#:~:text=Research%20from%20Raptive%20supports%20this,is%20not%20only%20skeptical%2C%20but>

Sue Howe. (2024). Statistik Media Sosial Indonesia [Diperbarui 2024]. <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia> (diakses pada tanggal 20 September 2025, pukul 18.42 wib)

Publikasi Elektronik:

Jenita Rahma Alifia. (2025). *Pengaruh Social Media Influencer (Smi) Terhadap Pembentukan Echo Chamber Effect (Ece) Di Media Sosial Pada Pemilu 2024 (Studi Korelasional pada Pengikut Akun Tik Tok @raffinagita1717 Usia 17-55 Tahun)*. Nomor Skripsi: 6124/UN40.A2.5.13/PT/2025. Universitas Pendidikan Indonesia Bandung. http://repository.upi.edu/143197/1/S_IKOM_2105736_Title.pdf (diakses pada tanggal 09 januari 2025, pukul 11.00 wib)

Prestianta, Albertus Magnus, Evita, Nona Asmarantika dan Rossalyn Ayu. (2023). *Konsumsi dan Aktivitas Media Digital Gen Z. (E-Book, Universitas Multimedia Nusantara)*. Repositori Universitas Multimedia Nusantara. <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/23323>

We Are Social. (2025). *Digital 2025 Global Overview Report: the essential guide to the world's connected behaviours*. <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2025/02/GDR-2025-v2.pdf> (diakses pada tanggal 18 September 2025, pukul 13.03 wib)

Sumber lainnya:

<https://www.uma.ac.id/page/logo-universitas-medan-area>

<https://dirmahasiswa.uma.ac.id/ilkom2024.php>

<https://hsdigisolutions.com/social-media-engagement/>

<https://dragonflydm.com/the-impact-of-visual-content-on-social-media-engagement/>

<https://binus.ac.id/malang/2025/03/mengenal-fenomena-echo-chamber-di-media-sosial/#:~:text=Algoritma%20merupakan%20salah%20satu%20penyebab,bisa%20menyebabkan%20berbagai%20dampak%20>

<https://www.tempo.co/politik/jerome-polin-cs-desak-pemerintah-penuhi-tuntutan-17-8-apa-itu--2065361> (diakses pada tanggal 05 Oktober 2025, pukul 13.32 wib)

<https://tirto.id/analisis-sentimen-medsos-ada-apa-di-balik-demo-dpr-25-agustus-hgvp> (diakses pada tanggal 05 Oktober 2025, pukul 13.04 wib)

<https://lamongan.pikiran-rakyat.com/news/pr-3869597540/seruan-demo-besar-25-agustus-2025-viral-di-media-sosial-ini-sejumlah-tuntutan-yang-ramai-beredar?page=2> (diakses pada tanggal 05 Oktober 2025, pukul 14.55 wib)

<https://www.detik.com/edu/perguruan-tinggi/d-8085268/bem-si-dan-bem-si-kerakyatan-demo-hari-ini-ini-tuntutannya> (diakses pada tanggal 05 Oktober 2025, pukul 15.25 wib)

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20250902085922-20-1269099/poin-poin-lengkap-17-8-tuntutan-rakyat-untuk-pemerintahan-prabowo>

<https://www.kompas.com/jawa-tengah/read/2025/09/02/060338388/apa-itu-178-tuntutan-rakyat-yang-ramai-di-media-sosial-ini-latar?page=all#page2> (diakses pada tanggal 05 Oktober 2025, pukul 14.23 wib)

<https://binokular.net/2025/09/10/178-tuntutan-rakyat-sebuah-pekerjaan-rumah-untuk-negara/> (diakses pada tanggal 06 Oktober 2025, pukul 10.13 wib)

https://www.kompas.tv/nasional/615588/dari-resetindonesia-hingga-tuntutan-17-8-penuhi-lini-masa-begini-penjelasan-pengamat-medsos#google_vignette (diakses pada tanggal 06 Oktober 2025, pukul 13.17 wib)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Subjek Penelitian

a. Identitas Diri

- 1) Nama :
 - 2) Usia :
 - 3) Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan
 - 4) Narasi 17+8 Tuntutan Rakyat : Setuju/Tidak setuju
 - 5) Hari/Tanggal :
 - 6) Lokasi : Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.
- Mahasiswa Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi
Angkatan –

b. Pertanyaan Peneliti

- Apakah Anda pengguna aktif Instagram?
- Apakah Anda membuka Instagram setiap hari?
- Siapa atau hal apa yang membuat Anda terus kembali ke Instagram, apakah itu kebiasaan, kebutuhan untuk terhubung dengan teman, atau ingin tahu informasi terbaru?
- Apakah Anda mengetahui tentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat?
- Apa yang Anda pahami tentang apa itu gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat?

- Saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, apa yang Anda lihat terlebih dahulu? Apakah warnanya, symbol yang digunakan, tata letak, atau jenis media (*post/reel/story*)?
- Apa yang Anda rasakan pada saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram? Apakah anda penasaran, mengabaikan, tertarik, ada kekhawatiran, atau perasaan lain yang anda rasakan?
- Apa yang membuat Anda memutuskan untuk „terlibat lebih lanjut“ atau „mengabaikan“ konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini begitu saja?
- Selain karena postingan yang anda lihat di *feed* Instagram, apakah ada kejadian tertentu yang membuat Anda lebih memahami atau lebih peduli dengan gerakan ini? misalnya, melihat video demo yang banyak beredar, melihat postingan personal tokoh publik, atau melihat hasil nyata dari tuntutan yang membangkitkan simpati, kemarahan, rasa ketidakadilan dalam diri Anda?
- Bisakah Anda menyebutkan 3-5 akun Instagram, *influencer*, teman, atau sumber lain yang paling sering memberi Anda informasi tentang konten 17+8 Tuntutan Rakyat?
- Apa yang membuat Anda percaya pada informasi yang mereka bagikan, apakah karena mereka terlihat “berpengetahuan luas”, karena mereka adalah teman yang Anda kenal baik, karena mereka memiliki banyak *followers*, atau ada alasan lain?
- Bagaimana Anda memverifikasi informasi dari satu sumber dengan sumber lain, apakah Anda secara aktif mencari perspektif berbeda, atau Anda puas dengan informasi dari sumber yang sudah ada yang Anda percayai?

- Ketika melihat konten yang setuju dengan pandangan Anda tentang postingan 17+8 Tuntutan Rakyat, seberapa cepat Anda memberi tanda suka, berkomentar, atau membagikan postingan tersebut?
- Apakah selama mengikuti kasus 17+8 Tuntutan Rakyat, Anda pernah menyadari bahwa ada orang-orang di Instagram ataupun di sekitar Anda yang memiliki pandangan sangat berbeda atau bahkan menolak pandangan anda tentang gerakan 17+8 Tuntutan rakyat maupun beberapa tuntutan di dalamnya?
- Kapan dan bagaimana Anda pertama kali menyadari perbedaan pendapat tersebut?
- Bagaimana perasaan Anda ketika berhadapan dengan orang-orang yang memiliki perspektif yang berlawanan dengan anda, apakah Anda penasaran untuk lebih memahami pandangan mereka, marah, atau merasa tertantang untuk mempertahankan pandangan Anda sendiri?
- Apakah seiring waktu makna gerakan “17 +8 Tuntutan Rakyat” ini berubah dalam pikiran Anda, misalnya, awalnya Anda pikir ini hanyalah tentang ekonomi, tetapi kemudian Anda menyadari ada aspek lain (misalnya hukum, pendidikan, lingkungan)?
- Berdasarkan pengalaman Anda, berapa banyak keragaman pandangan tentang narasi “17+8 Tuntutan Rakyat” yang Anda lihat di Instagram versus di kehidupan nyata baik di keluarga, kampus, dan lingkungan sekitar anda?
- Bagaimana Anda mendeskripsikan orang-orang yang tidak peduli atau menentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat Ini, apakah Anda memberi label terhadap mereka (misalnya, “egois”, "tidak peduli", "atau lainnya?

- Apakah Anda pernah membuat, mengedit, atau membagikan ulang konten terkait 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, baik berupa *postingan*, *reel*, *story*, *carousel*, atau bahkan hanya sekedar berkomentar?
- Apa yang mendorong Anda untuk melakukan hal tersebut, apakah inisiatif pribadi Anda karena ingin mengekspresikan diri atau dorongan sosial dari teman/komunitas ?
- Saat membagikan konten terkait 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, Apakah Anda mempertimbangkan tentang pemilihan kata, gambar, atau *framing* yang “cocok” untuk diumumkan, siapa yang akan melihat, dan bagaimana mereka akan bereaksi?
- Apakah Anda pernah berpikir secara sadar bahwa Instagram *feed* Anda tentang narasi 17+8 Tuntutan Rakyat mungkin menunjukkan hanya satu sudut pandang, dan perspektif lain tertutup dari *view* Anda?

Lampiran 2 - Resume Transkrip Hasil Wawancara

RESUME TRANSKIP HASIL WAWANCARA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MEDAN AREA PRODI ILMU KOMUNIKASI

Subjek Penelitian Pertama (1)

a. Identitas Diri

- 1) Nama : Samuel Pelita Kurniawan Silaban
- 2) Usia : 23 Tahun
- 3) Jenis Kelamin : Laki-Laki/~~Perempuan~~
- 4) Narasi 17+8 Tuntutan Rakyat : Setuju/~~Tidak setuju~~
- 5) Hari/Tanggal : Senin / 22 Desember 2025
- 6) Lokasi : Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.

Mahasiswa Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi
Angkatan 2021 - Gubernur BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Periode 2024/2025.

b. Pertanyaan Peneliti

- Apakah Anda pengguna aktif Instagram?

Jawaban: *“Pengguna Aktif.”*

- Apakah Anda membuka Instagram setiap hari?

Jawaban: *“Ya, setiap hari, bahkan hampir setiap saat juga buka Instagram.*

Hari ini saja, saya membuka Instagram kurang lebih sudah ada 2 jam.”

- Siapa atau hal apa yang membuat Anda terus kembali ke Instagram, apakah itu kebiasaan, kebutuhan untuk terhubung dengan teman, atau ingin tahu informasi terbaru?

Jawaban: *“Yang pasti saya buka Instagram yang pertama karena hiburan. Terus yang kedua, karena di Instagram itu informasi-informasinya kebanyakan berasal dari media terpercaya. Jadi itulah alasan saya setiap kali ingin mencari informasi terbaru, yang pertama saya buka adalah Instagram.”*

- Apakah Anda mengetahui tentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Ya, saya tahu”*

- Apa yang Anda pahami tentang apa itu gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Gerakan 17+8 itu kalau nggak salah di naungi, eh, bukan dinaungi ya, digerakkan sama influencer di antaranya Ferry Irwandi, Andovi da Lopez sama JS Khairen.*

- Saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, apa yang Anda lihat terlebih dahulu? Apakah warnanya, symbol yang digunakan, tata letak, atau jenis media (*post/reel/story*) ?

Jawaban: *“Yang pertama kali saya lihat ya point tuntutan nya sih, baru ada warna-warnanya, kayak hijau sama pink.*

- Apa yang Anda rasakan pada saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram? Apakah anda penasaran, mengabaikan, tertarik, ada kekhawatiran, atau perasaan lain yang anda rasakan?

Jawaban: *“Kalau khawatir sih tidak. Tapi kalau tertarik iya dan saya langsung mencari tahu apa saja isi-isi tuntutan dari 17+8 itu.*

- Apa yang membuat Anda memutuskan untuk „terlibat lebih lanjut“ atau „mengabaikan“ konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini begitu saja?

Jawaban: *“Karena sebenarnya kan gerakan 17+8 ini ditakarsai saat demo-demo massal kemarin dan disitukan memang awalnya soal legislatif, atau tunjangan DPR yang memang besar dan tidak sesuai dengan kehidupan sekarang. Serta saran-saran dari rakyat itu tidak mereka pikirkan. Jadi adanya gerakan „17+8 Tuntutan rakyat“ ini, saya pikir jadinya lebih terperinci dan itu isinya inti-intinya semua. Makanya saya mendukung gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini.*

- Selain karena postingan yang anda lihat di *feed* Instagram, apakah ada kejadian tertentu yang membuat Anda lebih memahami atau lebih peduli dengan gerakan ini? misalnya, melihat video demo yang banyak beredar, melihat postingan personal tokoh publik, atau melihat hasil nyata dari tuntutan yang membangkitkan simpati, kemarahan, rasa ketidakadilan dalam diri Anda?

Jawaban: *“Kalau kejadian tertentu ya pastinya ada, kayak yang video mamak-mamak itu ya. Itu kan jadi awal munculnya warna hijau dan pink yang menjadi warna gerakan 17+8 tuntutan rakyat ini kan. Karena mamak-mamak itu pakai jilbab pink dan juga baju hijau kalau tidak salah. Jadi dari video itu sih.*

- Bisakah Anda menyebutkan 3-5 akun Instagram, *influencer*, teman, atau sumber lain yang paling sering memberi Anda informasi tentang konten 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Kalau yang benar-benar saya percayai sebenarnya tidak sepercaya itu ya, karena saya tidak melihat influencernya sih, yang saya lihat hanya poin tuntutan yang mereka bawa dari 17+8 ini. Itu saja sih.*

- Jadi Anda tidak melihat sumbernya siapa dan darimana?

Jawaban: *“Iya, karena intinya memang gerakan ini inti dari tuntutan dari kegelisahan masyarakat kemarin semua, ya makanya saya sangat pro dengan gerakan 17+8 Tuntutan rakyat ini.*

- Bagaimana Anda memverifikasi informasi dari satu sumber dengan sumber lain, apakah Anda secara aktif mencari perspektif berbeda, atau Anda puas dengan informasi dari sumber yang sudah ada yang Anda percayai?

Jawaban: *“Kalau kita bermedia sosial pastinya berbeda pendapat lah ya kan. Ada juga orang-orang yang memang secara langsung terus terang, ya istilahnya buzzer ya dari pemerintah yang menolak gerakan 17+8, ada juga orang-orang yang memang dari dirinya sendiri ya memang menolak gerakan 17+8 ini. Jadi kalau soal memverifikasi informasi dari satu sumber dengan sumber lain saya sih kondisional.*

- Ketika melihat konten yang setuju dengan pandangan Anda tentang postingan 17+8 Tuntutan Rakyat, seberapa cepat Anda memberi tanda suka, berkomentar, atau membagikan postingan tersebut?

Jawaban: *“Kalau soal men share postingan 17+8 saya tidak pernah, tapi saya hanya membaca, terus mengkaji soal tuntutan 17+8 nya saja. Kalau ninggalin jejak tidak pernah.*

- Apakah selama mengikuti kasus 17+8 Tuntutan Rakyat, Anda pernah menyadari bahwa ada orang-orang di Instagram ataupun di sekitar Anda yang

memiliki pandangan sangat berbeda atau bahkan menolak pandangan anda tentang gerakan 17+8 Tuntutan rakyat maupun beberapa tuntutan di dalamnya?

Jawaban: *“Iya, pasti ada orang tidak sama pendapatnya.*

- Kapan dan bagaimana Anda pertama kali menyadari perbedaan pendapat tersebut?

Jawaban: *“Saat demo kemarin. Kayak si T**a (sambil tertawa). Jadi kami sudah lama tau kalau dia dan masih ada yang lainnya juga kontra sama gerakan 17+8 ini.*

- Bagaimana perasaan Anda ketika berhadapan dengan orang-orang yang memiliki perspektif yang berlawanan dengan anda, apakah Anda penasaran untuk lebih memahami pandangan mereka, marah, atau merasa tertantang untuk mempertahankan pandangan Anda sendiri?

Jawaban: *“Ya (berpikir cukup lama), justru bagus ya. Karena kan kita juga berada di lingkungan yang berdemokrasi, jadi ya tidak ada masalah kalau ada yang berbeda pendapat. Justru malah menunjukkan kalau dia mereka tidak apatis mengenai isu ini.*

- Bagaimana Anda mendeskripsikan orang-orang yang tidak peduli atau menentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat Ini, apakah Anda memberi label terhadap mereka (misalnya, “egois”, “tidak peduli” atau lainnya?

Jawaban: *“Eh...(berpikir cukup lama) sebenarnya sih sayang sekali ya kalau mereka lebih menyatakan diri mereka netral diposisi seperti itu. Saya merasa mereka “tidak punya pandangan” “tidak punya pendirian” sih kalau saya bilang. “Apatis” sih orang-orang kayak gitu. Kasihan sih sebenarnya, apalagi kalau kita masih berkuliah,*

kita seoraang mahasiswa, terus kita bilang bahwa kita netral, ya sangat disayangkan sih. Kita kuliah tapi tidak mengikuti isu politik seperti itu.”

- Apakah Anda pernah berpikir secara sadar bahwa Instagram *feed* Anda tentang narasi 17+8 Tuntutan Rakyat mungkin menunjukkan hanya satu sudut pandang, dan perspektif lain tertutup dari *view* Anda?

Jawaban: *“Sadar-sadar. Sangat sadar ya. Kemarin kan saat awal-awalnya hebohnya gerakan 17+8, semua feeds dari Instagram saya itu memang postingan 17+8 yang terus-terang mendukung. Bahkan saya jarang melihat, mungkin cuman satu atau dua akun ya yang berbeda pandangan. Terus itupun saya lihat di olom komentar kalau mereka langsung dicap sebagai buzzer pemerintah gitu, karena menolak gerakan 17+8 ini.”*

- Apakah anda termasuk salah seorang demonstran dalam gerakan “17+8 Tuntutan Rakyat” ini?

Jawaban: *“Iya, kemarin saya ikut demo.”*

- Bisakah anda menceritakan tentang pengalaman anda saat mengikuti aksi demo tersebut dan apa yang menyebabkan anda untuk ikut serta dalam aksi demonstrasi tersebut?

Jawaban: *“Jadi 2 (dua) hari berturut-turut saya ikut demo di jalan. Saya merasa karena saya masyarakat, terus saya juga merasakan dampak langsungnya dari awal isu dari demo kemarin terjadi, ya jadinya saya merasa saya harus turun dalam aksi demo tersebut. Apalagi kan saya juga mahasiswa, gitu.”*

Subjek Penelitian Kedua (2)

a. Identitas Diri

- 1) Nama : Dava Pramudita
- 2) Usia : 21 Tahun
- 3) Jenis Kelamin : Laki-Laki/~~Perempuan~~
- 4) Narasi 17+8 Tuntutan Rakyat : Setuju/~~Tidak setuju~~
- 5) Hari/Tanggal : Selasa / 19 Desember 2025
- 6) Lokasi : Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.

Mahasiswa Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi
Angkatan 2022 - Ketua Umum IMAJINASI (Ikatan Mahasiswa Ilmu
Komunikasi) Universitas Medan Area Periode 2024/2025.

b. Pertanyaan Peneliti

- Apakah Anda pengguna aktif Instagram?

Jawaban: *“Tentu. Saya pengguna aktif Instagram.”*

- Apakah Anda membuka Instagram setiap hari?

Jawaban: *“Untuk penggunaan Instagram itu sendiri, hampir setiap hari selalu dibuka sih. Saya membuka Instagram mungkin ada 2 (dua) sampai tiga (3) jam pasti perhari.”*

- Siapa atau hal apa yang membuat Anda terus kembali ke Instagram, apakah itu kebiasaan, kebutuhan untuk terhubung dengan teman, atau ingin tahu informasi terbaru?

Jawaban: *“Oke. Kenapa bisa selalu kembali ke Instagram menurut saya Instagram itu saat ini menjadi media sosial yang banyak penggunanya, dimana informasi selalu beredar disitu. Jadi saya*

mendapatkan informasi selalu dari situ. Dan juga berinteraksi dengan kawan-kawan, banyak lah hal dari Instagram.”

- Apakah Anda mengetahui tentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ?

Jawaban: *“Iya, saya tahu kok.”*

- Apa yang Anda pahami tentang apa itu gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Saya bisa bilang itu kasus yang diawali dengan komunikasi publik sih, komunikasi publik tentang pejabat yang kurang baik terhadap masyarakat. Yang dimana respon masyarakat tidak baik akan komunikasi publik itu dan dimana masyarakat menjadi marah, karena memang perilaku pejabat kita yang tidak baik tentunya dan kebijakan-kebijakan yang sangat banyak merugikan masyarakat itu sendiri. Salah satunya yang kemarin paling kontroversialnya itu adalah TNI. Hak sipil diambil ahli oleh TNI dan polisi, itu sih.”*

- Saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, apa yang Anda lihat terlebih dahulu? Apakah warnanya, symbol yang digunakan, tata letak, atau jenis media (post/reel/story) ?

Jawaban: *“Yang salah satu menjadi ikonik adalah warnanya pink. Pink itu yang kami ketahui adalah melambangkan sosok seorang petarung ibu-ibu yang turun ke demo langsung menggunakan jilbab warna pink. Dari aksi itu menimbulkan langsung warna ikonik pink. Dan hijau adalah melambangkan warna GoJek (Grab).”*

- Apa yang Anda rasakan pada saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram? Apakah anda penasaran, mengabaikan, tertarik, ada kekhawatiran, atau perasaan lain yang anda rasakan?

Jawaban: *“Kekhawatiran tentunya ya pasti ada. Karena memang ini kepentingan publik, dan juga kemarahan tentu dari hasil kekhawatiran itu sendiri. Dan merasa ikut bangga kepada masyarakat yang bisa bersatu dalam menyuarakan aksinya. Gitu sih.”*

- Apa yang membuat Anda memutuskan untuk „terlibat lebih lanjut“ atau „mengabaikan“ konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini begitu saja?

Jawaban: *“Karena memang ini menyangkut kepentingan publik, yang memang harus diperjuangkan,”*

- Selain karena postingan yang anda lihat di *feed* Instagram, apakah ada kejadian tertentu yang membuat Anda lebih memahami atau lebih peduli dengan gerakan ini? misalnya, melihat video demo yang banyak beredar, melihat postingan personal tokoh publik, atau melihat hasil nyata dari tuntutan yang membangkitkan simpati, kemarahan, rasa ketidakadilan dalam diri Anda?

Jawaban: *“Disini juga kami sering untuk diskusi perihal kasus ini yang diawali dengan terlindasnya seorang driver ojek atau sengaja terlindas oleh pihak instansi. Jadi semenjak kasus itu, kami mahasiswa sering berdiskusi soal apa-apa saja yang seharusnya dilakukan. Semenjak hari itu kami lebih seringlah untuk aktif di Instagram menyampaikan informasi, menyampaikan keluhan kesah*

terhadap pemerintah ataupun pejabat publik. Selain itu ada beberapa influencer lah yang dari lama bahkan sudah saya ikuti.

- Bisakah Anda menyebutkan 3-5 akun Instagram, *influencer*, teman, atau sumber lain yang paling sering memberi Anda informasi tentang konten 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Salah satunya Ferry Irwandi, Andovi da Lopez, dan Jerome Polin yang kemarin menunjukkan aksinya waktu kasus itu terjadi. Tapi yang paling ikonik kemarin ya tiga (3) orang lah ya, Ferry, Jerome dan Andovi.”*

- Apa yang membuat Anda percaya pada informasi yang mereka bagikan, apakah karena mereka terlihat “berpengetahuan luas”, karena mereka adalah teman yang Anda kenal baik, karena mereka memiliki banyak *followers*, atau ada alasan lain?

Jawaban: *“Sebelumnya kami atau saya sendiri sudah tahu latar belakang dari orang-orang itu yang punya latar belakang sangat-sangat baik terhadap negara ini. Dan bukan hanya soal followers yang menjadi panutannya tapi dikarenakan saya berpikir juga, ini mereka itu menyuarakan hal yang baik atau hal yang buruk. Dan itu juga kami diskusikan secara bersama, apa yang sudah mereka tindak benar atau tidak. Dan waktu diskusi juga kami sepakat bahwa tindakan mereka itu benar dan harus disuarakan. Gitu.”*

- Bagaimana Anda memverifikasi informasi dari satu sumber dengan sumber lain, apakah Anda secara aktif mencari perspektif berbeda, atau Anda puas dengan informasi dari sumber yang sudah ada yang Anda percayai?

Jawaban: *“Biasanya saya jikalau melihat postingan terkait isu yang baru muncul, saya langsung tuh nyari tahu dulu, kalau saya tuh gardanya ada 5 (lima) kali postingan yang sama dan komentar, saya lihat komentar dulu kalau masih konsisten, maka saya percaya akan isu tersebut.”*

- Apakah anda setuju tentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini?

Jawaban: *“Saya sangat setuju dengan gerakan ini, dikarenakan apa? Dikarenakan ini adalah keluh kesah masyarakat yang dimana mahasiswa adalah gerbang pertama suara masyarakat, penyalur aspirasi dari masyarakat. Yang dimana kamilah mahasiswa yang seharusnya memang bersuara kepada orang lain khususnya pejabat dan pemerintahan. Karena kalau bukan mahasiswa garda terdepan, masyarakat akan selalu terbelenggu oleh kebijakan-kebijakan yang tidak baik tentunya.”*

- Ketika melihat konten yang setuju dengan pandangan Anda tentang postingan 17+8 Tuntutan Rakyat, seberapa cepat Anda memberi tanda suka, berkomentar, atau membagikan postingan tersebut?

Jawaban: *“kalau melihat postingan di Instagram terkait isu tersebut, karena memang isu ini merupakan isu yang cukup berbahaya ya, karena mengikut sertakan juga instansi-instansi pemerintahan, jadi saya juga tidak gampang atau tidak mudah untuk menyebarkan informasi yang belum saya ketahui lebih dalam. Jadi ketika saya sudah tahu kalau ini informasi valid beberapa postingan saya unggah ulang atau repost.”*

- Apakah selama mengikuti kasus 17+8 Tuntutan Rakyat, Anda pernah menyadari bahwa ada orang-orang di Instagram ataupun di sekitar Anda yang memiliki pandangan sangat berbeda atau bahkan menolak pandangan anda tentang gerakan 17+8 Tuntutan rakyat maupun beberapa tuntutan di dalamnya?

Jawaban: *“Iya pastilah, tentu saja ada yang berbeda pendapat.”*

- Bagaimana perasaan Anda ketika berhadapan dengan orang-orang yang memiliki perspektif yang berlawanan dengan anda, apakah Anda penasaran untuk lebih memahami pandangan mereka, marah, atau merasa tertantang untuk mempertahankan pandangan Anda sendiri?

Jawaban: *“Kalau ditanya kepada saya, saya orangnya sangat suka untuk mendalami isi pemikiran orang lain. Jadi saya tidak selalu bersikukuh bahwa isi pemikiran saya yang paling benar. Saya jatuhnya memeng melihat dulu apa sebenarnya isi pikirannya. Kalau memang pada akhirnya sependapat, dan hanya perbedaan penyampaiannya saja yang kurang, saya langsung dapat bahwa dia sepakat, tapi mungkin beberapa kata atau beberapa konsep mungkin dia keliru. Dan saya melihat pendapat dia menjadikan pendapat saya justru lebih kuat sih.”*

- Bagaimana Anda mendeskripsikan orang-orang yang tidak peduli atau menentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat Ini, apakah Anda memberi label terhadap mereka misalnya, “egois”, “tidak peduli”, atau lainnya?

Jawaban: *“Gimana saya melihat orang tersebut lebih kearah sini sih, ada salah satu kata yang sangat tidak suka untuk saya dengarkan yakni “apapun kebijakannya itu tidak berpengaruh” ataupun*

“siapapun pemimpinnya tidak berpengaruh bagi kehidupan saya”. Tanpa mereka sadari kebijakan-kebijakan yang sudah di buat itu mempengaruhi kehidupan. Contohnya saja harga, bagaimana cara dia membeli dan infrastruktur yang ada di negara, itu tentunya selalu berdampak ke kehidupannya tanpa ia sadari. Bahkan gajinya pun tergantung pada kebijakan pemerintah. Pada akhirnya, ketika dia beranggapan bahwa dirinya netral, tidak ada netral itu sendiri. Menurut saya dia pasti memilih disalah satu pihak, walaupun dirinya itu menganggap dirinya itu netral. Menurut saya, dia menganggap dirinya itu netral, karena yang pertama dia “kurang peduli” terhadap isu tersebut, yang kedua karena dia “tidak berani bersuara” terkait isu tersebut, ataupun “ada pihak-pihak lain” yang membuat dirinya tersebut tidak boleh untuk memihak.”

- Apakah Anda pernah membuat, mengedit, atau membagikan ulang konten terkait 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, baik berupa *postingan, reel, story, carousel*, atau bahkan hanya sekedar berkomentar?

Jawaban: *“Wah untuk membagikan aksi ini mungkin sudah sangat banyak. Lebih dari hampir 20 (dua puluh) postingan lebih lah sudah diposting ulang. Untuk penyebaran informasi, itu tentunya yang paling mudah melalui status Instagram dan juga di WhatsApp kami melakukan diskusi-diskusi. Dan juga saya kemarin membuka media (grup Instagram) untuk penyebaran informasi. Jadi kami juga*

membuat informasi melalui Instagram itu sendiri, jadi penyebaran informasi melalui konten langsung, postingan.”

- Apa yang mendorong Anda untuk melakukan hal tersebut, apakah inisiatif pribadi Anda karena ingin mengekspresikan diri atau dorongan sosial dari teman/komunitas ?

Jawaban: *“Yang pertama rasa kebersamaan tentunya yang kami miliki kepada tanah air, dan rasa kepedulian terhadap sesama karena ini memang isu sosial bukan isu perorangan, yang mana dampaknya akan sangat besar. Akar dasarnya seperti itu. Jadi selanjutnya itulah yang mengakibatkan saya selalu ikut serta dalam apapun itu untuk penyebaran informasi khususnya aksi 17+8 Tuntutan Rakyat ini di Instagram. Dan balik lagi pada mahasiswa, mahasiswa adalah garda terdepan, karena kalau mahasiswa pun sudah terbungkam dan tidak berani berbicara, siapa lagi yang akan menyuarakan masyarakat itu sendiri. Jadi memang sudah menjadi tuntutan untuk mahasiswa itu sendiri seharusnya, karena memang sebagai Tri Dharma perguruan tinggi yang mengabdikan kepada masyarakat.”*

- Saat membagikan konten terkait 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, Apakah Anda mempertimbangkan tentang pemilihan kata, gambar, atau *framing* yang “cocok” untuk diumumkan, siapa yang akan melihat, dan bagaimana mereka akan bereaksi?

Jawaban: *“Pemilihan kata-kata dalam penyebaran informasi sangatlah penting, karena memang tidak mau menyakiti atau menyinggung*

ataupun melanggar peraturan Undang-Undang ITE tentunya karena itu bisa menyebabkan kita ini juga bermasalah di hukum. Jadi informasi yang saya unggah selalu dari media-media yang terpercaya, seperti narasi yang sudah teruji ataupun sudah ada gerbang untuk menyaringnya. Jadi untuk bahkan yang saya buat sendiri „ada’pendapat-pendapat saya, itu hanya bersifat pendapat dan tidak ada yang melanggar peraturan. Jadi memang saya benar-benar mengikuti tata bahasa yang baik dalam komunikasi publik, karena memang komunikasi publik yang saya kritisi bagaimana untuk penyampaian informasi itu tidak terlalu banyak hambatan yang terjadi.”

- Apakah Anda pernah berpikir secara sadar bahwa Instagram *feed* Anda tentang narasi 17+8 Tuntutan Rakyat mungkin menunjukkan hanya satu sudut pandang, dan perspektif lain tertutup dari *view* Anda?

Jawaban: *“Saya sadar sih. Sebenarnya saya tidak terlalu tahu mendalam mengenai teori itu, karena yang saya tahu mungkin lebih kearah framing media, karena bisa memberikan konten serupa yang diangkat dari suatu isu. Begitu sih.”*

- Apakah anda termasuk salah seorang demonstran dalam gerakan “17+8 Tuntutan Rakyat” ini?

Jawaban: *“Iya.”*

- Bisakah anda menceritakan tentang pengalaman anda saat mengikuti aksi demo tersebut dan apa yang menyebabkan anda untuk ikut serta dalam aksi demo tersebut?

Jawaban: *“Kami dari mahasiswa bergabung dengan beberapa kampus tentunya, hampir 7 (tujuh) kampus di kota Medan untuk melakukan aksi dalam satu hari. Kami langsung turun kedepan gedung DPR kota Medan dan disana juga kami bergabung pada komunitas GoJek dan siswa-siswa SMK. Kami juga menyuarakan apa-apa saja yang seharusnya kami suarakan “tuntutan 17+8” dan tentunya seperti yang bisa kita lihat, kemarin sangat banyak tindakan-tindakan represif dari pihak aparat. Dimana demo yang pertama itu mengakibatkan Gubernur BEM Fisip UMA (Samuel Pelita Kurniawan Silaban) mengalami luka di bagian kepala dan juga beberapa teman saya terinjak-injak. Demo yang kedua, hal yang serupa terjadi, dimana beberapa teman saya hampir kejang-kejang dan juga terdapat luka lebam di hampir sekujur tubuh karena memang pemukulan dari aparat itu sendiri.”*

Subjek Penelitian Ketiga (3)

a. Identitas Diri

- 1) Nama : Pratama Purba
- 2) Usia : 23 Tahun
- 3) Jenis Kelamin : Laki-Laki/~~Perempuan~~
- 4) Narasi 17+8 Tuntutan Rakyat : ~~Setuju~~/Tidak setuju
- 5) Hari/Tanggal : Senin / 22 Desember 2025
- 6) Lokasi : Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.

Mahasiswa Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2023 – Sekretaris Departemen Media dan Informasi BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Periode 2024/2025.

b. Pertanyaan Peneliti

- Apakah Anda pengguna aktif Instagram?

Jawaban: *“Sangat aktif, karena memang saya juga bekerja sebagai social media manager di sosial media Instagram.”*

- Apakah Anda membuka Instagram setiap hari?

Jawaban: *“Setiap hari pasti buka Instagram, untuk waktu berapa lamanya kalau melihat dari laporan Instagram perharinya itu bisa kurang lebih 12 (dua belas) jam perhari.”*

- Siapa atau hal apa yang membuat Anda terus kembali ke Instagram, apakah itu kebiasaan, kebutuhan untuk terhubung dengan teman, atau ingin tahu informasi terbaru?

Jawaban: *“Utamanya itu sebenarnya memang ya kebutuhan, karena mengingat pekerjaan harus berselancar secara terus-menerus di Instagram dan juga untuk alasan sekudernya ya untuk hiburan sih sebenarnya.”*

- Apakah Anda mengetahui tentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ?

Jawaban: *“Sangat mengetahui.”*

- Apa yang Anda pahami tentang apa itu gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Untuk gerakan ini sendiri sebenarnya digagas untuk memberikan tuntutan kepada pemerintah kepada eksekutif terkait dengan soal yang kemarin terjadi demo masa di bulan Agustus pada tanggal 25, demo masa yang terjadi secara serentak selama 2 (dua)minggu. Dan 17 (tujuh belas) ini merupakan tuntutan dari rakyat, yang mana harus di penuhi dalam jangka panjang dalam waktu kurang lebih 1 (satu) tahun. Dan juga untuk 8 (delapan) tuntutan lainnya harus dipenuhi dalam waktu yang secepat-cepatnya, yaitu dalam waktu 1 (satu) minggu lebih.”*

- Saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, apa yang Anda lihat terlebih dahulu? Apakah warnanya, symbol yang digunakan, tata letak, atau jenis media (post/reel/story)?

Jawaban: *“Saya lihat dari tata letak sih kalau bisa dibilang, khususnya ke komposisinya. Dimana setiap ada flayer tentang gerakan 17+8 ini yang menjadi hal utama adalah angka 17+8 nya.”*

- Apa yang Anda rasakan pada saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram? Apakah anda penasaran, mengabaikan, tertarik, ada kekhawatiran, atau perasaan lain yang anda rasakan?

Jawaban: *“Awalnya saya penasaran sih sebenarnya kenapa ada gerakan ini, apa ini gerakan 17+8. Apalagi ditambah dengan nilai estetika warna merah muda dan juga hijau pada masa itu. Kemudian setelah penasaran, saya mencari tahu dan terus muncul suatu rasa kekhawatiran. Yang mana „ini gerakan apa sih sebenarnya?“ Kenapa ditengah kedaruratan yang terjadi saat itu kenapa ada gerakan baru ini. Seperti itu sih.”*

- Apa yang membuat Anda memutuskan untuk „terlibat lebih lanjut“ atau „mengabaikan“ konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini begitu saja?

Jawaban: *“Jujur ya kalau saya sih mengabaikan setiap kali konten ini muncul di feed Instagram saya. Karena sebenarnya memang ketika saya telah memahami apa isi dari konten 17+8 ini lama-lama saya paham ternyata saya memutuskan kontra terhadap gerakan ini.”*

- Apakah ada kejadian tertentu yang membuat Anda memilih untuk tidak setuju dengan gerakan ini?

Jawaban: *“Untuk hal tersebut sebenarnya ya ada ya. Yang pertama ya, secara konten atau secara isi gerakan 17+8 ini sangat bagus sebenarnya. Namun untuk temponya sendiri ini sangat disayangkan, karena ketika pada masa itu kita dituntut harus fokus pada permasalahan demo yang mosi utamanya adalah tunjangan gaji DPR, kenapa jadinya melebar kemana-mana kenapa jadi ke*

pembunuhan, kenapa jadi soal tuntutan Brimob untuk ini dan itu segala macam. Yang akhirnya mosi utama ini jadi kabur.”

- Bisakah Anda menyebutkan 3-5 akun Instagram, *influencer*, teman, atau sumber lain yang paling sering memberi Anda informasi tentang konten 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Sebenarnya ya ada ya, namun kalau diminta untuk menyebutkan namanya saya enggan untuk menyebutkan.”*

- Apa yang membuat Anda percaya pada informasi yang mereka bagikan, apakah karena mereka terlihat “berpengetahuan luas”, karena mereka adalah teman yang Anda kenal baik, karena mereka memiliki banyak *followers*, atau ada alasan lain?

Jawaban: *“Kalau dibilang percaya sebenarnya saya tidak percaya dengan informasi yang mereka sampaikan. Namun sebaliknya malah dari influencer tersebut saya melihat beberapa kali dia blunder ketika sedang memaparkan tentang gerakan 17+8 ini dan akhirnya itu yang semakin menggoyahkan saya untuk ikut andil dalam gerakan 17+8 ini.”*

- Bagaimana Anda memverifikasi informasi dari satu sumber dengan sumber lain, apakah Anda secara aktif mencari perspektif berbeda, atau Anda puas dengan informasi dari sumber yang sudah ada yang Anda percayai?

Jawaban: *“Nah untuk memverifikasinya sebenarnya dari banyaknya influencer dan juga akun-akun dan sebagainya sebenarnya turut menyerukan gerakan serupa untuk diverifikasi beritanya sama atau tidaknya itu sebenarnya ya kebanyakan dari mereka yang memiliki*

gerakan yang sama, memiliki tuntutan yang sama, namun untuk memverifikasi untuk menyelaraskan dengan diri sendiri itu tidak ada sama sekali. Karena sudah mencoba untuk mencari dari berbagai sumber, tidak ketemu apakah diri saya sendiri bisa selaras dengan mereka itu, tidak saya temukan sama sekali.”

- Ketika melihat konten yang setuju dengan pandangan Anda tentang postingan 17+8 Tuntutan Rakyat, seberapa cepat Anda memberi tanda suka, berkomentar, atau membagikan postingan tersebut?

Jawaban: *“Ya memang kebetulan waktu itu ya, otomatis hegemoni media memaksa kita untuk memberikan algoritma tentang gerakan tersebut. Dan untuk seberapa cepatnya saya memberikan like, ya apapun postingan yang saya rasa penting, termasuk postingan yang kontra dengan saya, itu bakal tetap saya like. Ketika membaca, „walaupun saya belum membaca hingga habis,” biasanya „saya langsung memberikan like” untuk meninggalkan jejak saya dipostingannya itu. Sehingga orang bisa menilai „oh dia sudah melihat”. Dan untuk meng-share-nya dan membagikannya dan termasuk berkomentar dalam postingan itu saya tidak melakukannya karena kebanyakan konten yang masuk di feed saya tidak sesuai dengan konten yang saya harapkan tentunya.”*

- Apakah selama mengikuti kasus 17+8 Tuntutan Rakyat, Anda pernah menyadari bahwa ada orang-orang di Instagram ataupun di sekitar Anda yang memiliki pandangan sangat berbeda atau bahkan menolak pandangan anda yang tidak setuju tentang gerakan 17+8 Tuntutan rakyat?

Jawaban: *“Ya tentu saja. Bahkan saya merasa bahwa orang-orang yang menolak gerakan 17+8 seperti saya contohnya, sangat-sangat sedikit dibandingkan dengan mereka yang mendukung gerakan ini.*

- Kapan dan bagaimana Anda pertama kali menyadari perbedaan pendapat tersebut?

Jawaban: *“Ya kalau di Instagram ya pastinya banyak ya yang mendukung gerakan ini, jadi saat awal saya memilih untuk kontra terhadap gerakan ini pun saya sudah langsung tahu kalau banyak orang-orang diluar sana yang memang tidak setuju dengan yang saya pikirkan.”*

- Bagaimana perasaan Anda ketika berhadapan dengan orang-orang yang memiliki perspektif yang berlawanan dengan anda, apakah Anda penasaran untuk lebih memahami pandangan mereka, marah, atau merasa tertantang untuk mempertahankan pandangan Anda sendiri?

Jawaban: *“Kalau saya pribadi sih benar-benar menghargai azas demokrasi ya, ketika dia memang berbeda pendapat dengan saya „sdama ini tida menyudutkan” suatu paham bagaimana cara orang memahami suatu permasalahan, ya tidak ada masalah. Yang „menjadi masalah” bagi saya adalah orang yang ditengah-tengah, dia tidak pro dan dia juga tidak kontra „apatis” kesannya.”*

- Apakah seiring waktu makna gerakan “17 +8 Tuntutan Rakyat” ini berubah dalam pikiran Anda, misalnya, awalnya Anda pikir ini hanyalah tentang ekonomi, tetapi kemudian Anda menyadari ada aspek lain (misalnya hukum, pendidikan, lingkungan)?

Jawaban: *“Awalnya saya memang sempat tertarik dengan gerakan 17+8 ini, bahkan saya merasa setuju dengan gerakan 17+8 ini pada awalnya ya. Namun, ditengah-tengah saya mulai merasa ragu akan gerakan ini. Apalagi ditambah dengan semakin banyaknya konten-konten dari beberapa influencer seperti yang saya jelaskan tadi, bahwa semakin mereka blunder dalam menjelaskan gerakan ini, membuat saya berbalik arah dan akhirnya saya merasa kontra terhadap gerakan ini.”*

- Berdasarkan pengalaman Anda, berapa banyak keragaman pandangan tentang narasi “17+8 Tuntutan Rakyat” yang Anda lihat di Instagram versus di kehidupan nyata baik di keluarga, kampus, dan lingkungan sekitar anda?

Jawaban: *“Didunia nyata, karena untuk di Instagram sendiri memang ada beberapa ya, namun karena saya tidak mengenal orang-orang tersebut yang ada di pikiran saya walaupun dia kontra sama seperti saya, saya hanya menganggap dia sebagai buzzer pemerintah. Berbeda halnya dengan kehidupan nyata yang mana saya mengenali orang-orang yang menyatakan dirinya kontra bersama dengan saya.”*

- Bagaimana Anda mendeskripsikan orang-orang yang tidak peduli atau menentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat Ini, apakah Anda memberi label terhadap mereka (misalnya, “egois”, “tidak peduli”, atau lainnya?)

Jawaban: *“Mungkin ini untuk orang-orang yang netral ya, jika dia memiliki latar belakang SMA ke bawah mungkin saya pribadi ya tidak terlalu mempermasalahkan. Jika mereka ikut ya itu hak mereka,*

jika mereka tidak ikut itu bukan kewajiban mereka. Namun, yang saya tuntut disini atau yang saya katakan „apatis” ya, itu bagi mereka yang mengenyam pendidikan minimal sedang duduk di bangku S1 (sastra satu). Yang mana harusnya ini bisa menjadi bahan untuk mereka berpikir, namun mengapa mereka disini malah menempatkan posisinya ditengah-tengah. Bagi saya mereka „pengecut”, mereka sama sekali „tidak mau bersuara”, bahkan mereka tidak mengetahui apa sih sebenarnya gerakan 17+8 ini. Itu yang sangat disesalkan.”

- Apakah Anda pernah membuat, mengedit, atau membagikan ulang konten terkait 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, baik berupa *postingan, reel, story, carousel*, atau bahkan hanya sekedar berkomentar?

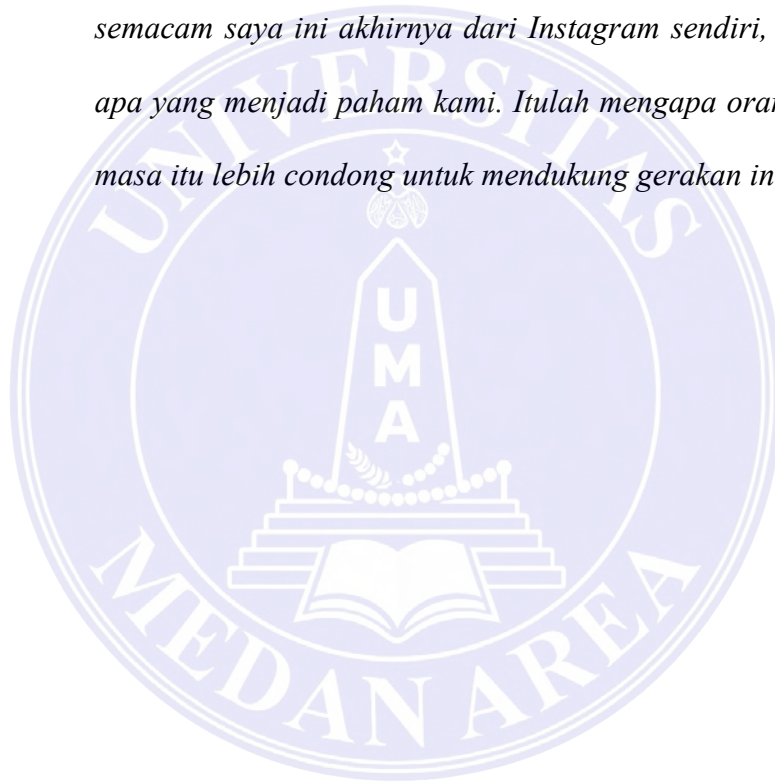
Jawaban: *“Untuk membagikan postingan 17+8 ini sama sekali tidak pernah. Jadi ya bisa dibilang untuk konsumsi pribadi saja.”*

- Apa yang mendorong Anda untuk tidak membagikan postingan tersebut, apakah inisiatif pribadi Anda atau dorongan sosial dari teman/komunitas?

Jawaban: *“Saya tidak meng-share postingan mengenai 17+8 tersebut karena ketika saya melakukan hal tersebut sama dengan saya membuat diri saya sendiri masuk kedalam hegemoni media tersebut, yang akhirnya media tersebut akan semakin memberitakan semakin banyak. Sementara di satu sisi saya kontra terhadap hal itu. Tentunya saya tidak mau hal tersebut semakin luas untuk diketahui banyak orang.”*

- Apakah Anda pernah berpikir secara sadar bahwa Instagram *feed* Anda tentang narasi 17+8 Tuntutan Rakyat mungkin menunjukkan hanya satu sudut pandang, dan perspektif lain tertutup dari *view* Anda?

Jawaban: *“Benar. Dimana cara kita memang dikumpulkan dengan beberapa data atau informasi dari Instagram sendiri ya, melihat retensi kontennya bagus atau tidak. Kemudian akhirnya Instagram mengepush hal serupa. Nah kami yang memiliki pandangan kontra semacam saya ini akhirnya dari Instagram sendiri, itu mematikan apa yang menjadi paham kami. Itulah mengapa orang-orang pada masa itu lebih condong untuk mendukung gerakan ini.”*



Subjek Penelitian Keempat (4)

a. Identitas Diri

- 1) Nama : Monalisa Silalahi
- 2) Usia : 21 Tahun
- 3) Jenis Kelamin : ~~Laki-Laki~~/Perempuan
- 4) Narasi 17+8 Tuntutan Rakyat : Setuju/~~Tidak setuju~~
- 5) Hari/Tanggal : Jumat / 19 Desember 2025
- 6) Lokasi : Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.

Mahasiswa Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi
Angkatan 2022 –Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
Periode 2024/2025.

b. Pertanyaan Peneliti

- Apakah Anda pengguna aktif Instagram?

Jawaban: *“Iya, saya termasuk pengguna aktif Instagram. Saya pakai hampir tiap hari, cek feed, story, dan kadang buat story juga.”*

- Apakah Anda membuka Instagram setiap hari?

Jawaban: *“Iya, setiap hari. Bahkan beberapa kali sehari. Pagi pas bangun, siangnya juga saya buka IG, dan malam sebelum tidur juga saya buka. Kalau waktu penggunaan sih bervariasi, sekali buka bisa 20–30 menit. Kalau saya totalkan per hari itu mungkin ada sekitar 2 jam tergantung kegiatan dan kalau ada perkembangan berita atau banyak notifikasi juga.”*

- Siapa atau hal apa yang membuat Anda terus kembali ke Instagram, apakah itu kebiasaan, kebutuhan untuk terhubung dengan teman, atau ingin tahu informasi terbaru?

Jawaban: *“Kebiasaan, juga kebutuhan terhubung dengan keluarga dan teman. Selain itu saya ingin update berita atau informasi dari akun-akun yang saya ikuti, jadi ada unsur informasi dan juga rasa keterikatan sosial.”*

- Apakah Anda mengetahui tentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Iya, saya tahu tentang gerakan itu.”*

- Apa yang Anda pahami tentang apa itu gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Yang saya pahami mengenai gerakan 17+8 Tuntutan rakyat ini bahwa gerakan ini menuntut perubahan kebijakan tertentu yang dianggap penting oleh publik. fokusnya pada keadilan sosial/ekonomi menurut saya, transparansi, dan beberapa reformasi struktural. Bagi saya gerakan ini adalah bentuk suara dari warga terutama generasi muda yang merasa ada ketidakadilan dan ingin perubahan nyata di negara Indonesia kita ini.”*

- Saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, apa yang Anda lihat terlebih dahulu? Apakah warnanya, symbol yang digunakan, tata letak, atau jenis media (*post/reel/story*) ?

Jawaban: *“Kalau bagi saya sih biasanya yang pertama menarik perhatian itu dari visualnya. Seperti warna-warna, simbol atau slogan singkat, lalu formatnya keseringan di reels. Saya suka menonton reels*

Instagram karena gerakannya dan musiknya membuat saya berhenti scroll.”

- Apa yang Anda rasakan pada saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram? Apakah anda penasaran, mengabaikan, tertarik, ada kekhawatiran, atau perasaan lain yang anda rasakan?

Jawaban: *“Yang saya rasakan pertama kali mungkin penasaran dulu ya, setelah itu saya jadi tertarik. Mungkin karena saya juga pro terhadap gerakan ini, saya merasa terdorong untuk baca lebih lanjut.”*

- Apa yang membuat Anda memutuskan untuk „terlibat lebih lanjut“ atau „mengabaikan“ konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini begitu saja?

Jawaban: *“Saya terlibat kalau kontennya informatif, punya bukti, dan datang dari akun yang saya percaya. Saya akan mengabaikan kalau kontennya terlalu provokatif tanpa bukti, atau hanya klaim kosong. Selain itu menurut saya gerakan ini memang sangat bagus untuk disuarakan.”*

- Selain karena postingan yang anda lihat di *feed* Instagram, apakah ada kejadian tertentu yang membuat Anda lebih memahami atau lebih peduli dengan gerakan ini? misalnya, melihat video demo yang banyak beredar, melihat postingan personal tokoh publik, atau melihat hasil nyata dari tuntutan yang membangkitkan simpati, kemarahan, rasa ketidakadilan dalam diri Anda?

Jawaban: *“Iya, ada. Contohnya melihat video demo yang menunjukkan situasi di lapangan kemarin itu, ada banyak korban atau perlakuan yang tidak adil, itu bikin saya lebih peduli. Juga postingan dari*

influencer atau teman dekat yang menceritakan pengalaman pribadi mereka sehingga pada akhirnya membuat saya semakin peduli dengan aksi ini.”

- Bisakah Anda menyebutkan 3-5 akun Instagram, *influencer*, teman, atau sumber lain yang paling sering memberi Anda informasi tentang konten 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Sejauh ini, influencer yang saya percayai untuk mendapatkan informasi di Instagram adalah Ferry Irwandi terus Jerome Pollin terus Andovi da Lopez dan masih banyak lagi sih sebenarnya.”*

- Apa yang membuat Anda percaya pada informasi yang mereka bagikan, apakah karena mereka terlihat “berpengetahuan luas”, karena mereka adalah teman yang Anda kenal baik, karena mereka memiliki banyak *followers*, atau ada alasan lain?

Jawaban: *“Yang pertama sekali saya lihat sih dari latar belakang mereka dulu seperti pengalaman mereka. Baru setelah itu saya melihat banyak followersnya juga.*

- Bagaimana Anda memverifikasi informasi dari satu sumber dengan sumber lain, apakah Anda secara aktif mencari perspektif berbeda, atau Anda puas dengan informasi dari sumber yang sudah ada yang Anda percayai?

Jawaban: *“Saya biasanya mencari postingan lain yang melaporkan hal serupa, kemudian saya cek video/foto yang sama di akun berbeda, saya baca caption lengkap, dan saya juga cek tanggapan dari akun-akun pengguna lain dikolom komentar.”*

- Ketika melihat konten yang setuju dengan pandangan Anda tentang postingan 17+8 Tuntutan Rakyat, seberapa cepat Anda memberi tanda suka, berkomentar, atau membagikan postingan tersebut?

Jawaban: *“Biasanya saya langsung like atau save, dan kalau saya merasa post itu penting saya akan posting ulang, share ke story atau grup chat. Kadang jug kalau ingin memberi dukungan, saya akan komen, apa lagi jika kontennya emosional atau informatif.”*

- Apakah selama mengikuti kasus 17+8 Tuntutan Rakyat, Anda pernah menyadari bahwa ada orang-orang di Instagram ataupun di sekitar Anda yang memiliki pandangan sangat berbeda atau bahkan menolak pandangan anda tentang gerakan 17+8 Tuntutan rakyat maupun beberapa tuntutan di dalamnya?

Jawaban: *“Iya, sering. Baik di komentar maupun perbincangan di kehidupan nyata, ada yang kontra atau skeptis terhadap beberapa tuntutan ini.”*

- Kapan dan bagaimana Anda pertama kali menyadari perbedaan pendapat tersebut?

Jawaban: *“Sudah lama, mungkin pertama kali saat baca komentar di salah satu postingan di Instagram. Di situ ternyata ada yang kurang setuju dengan beberapa tuntutan 17+8 ini, dan bahkan sama sekali tidak peduli dengan gerakan ini. Selain itu dari diskusi kelas juga, ternyata ada yang punya argumen berbeda.”*

- Bagaimana perasaan Anda ketika berhadapan dengan orang-orang yang memiliki perspektif yang berlawanan dengan anda, apakah Anda penasaran

untuk lebih memahami pandangan mereka, marah, atau merasa tertantang untuk mempertahankan pandangan Anda sendiri?

Jawaban: *“Perasaan saya campur aduk sih, awalnya saya penasaran dan saya juga ingin tahu alasan mereka. Tapi kalau contohnya nih argumen mereka sudah menyerang personal saya, saya bisa merasa kesal dan merasa tertantang untuk mempertahankan pandangan saya.”*

- Berdasarkan pengalaman Anda, berapa banyak keragaman pandangan tentang narasi “17+8 Tuntutan Rakyat” yang Anda lihat di Instagram versus di kehidupan nyata baik di keluarga, kampus, dan lingkungan sekitar anda?

Jawaban: *“Kalau di Instagram saya melihat keberagaman pendapat yang cenderung tersegmentasi, misalnya komunitas pro berinteraksi dengan orang yang sesama pro, begitu pula kontra. Kalau di kehidupan nyata, di keluarga saya lebih ke tidak tertarik sih. Kalau di kampus sering ada diskusi tapi sikapnya sikap dari teman-teman berbeda-beda, ada yang mendukung ada juga yang skeptis. Jadi keragaman itu antara dunia nyata dan di Instagram itu tetap ada ya menurut saya, hanya saja cara mereka diekspresikan berbeda antara dan Offline.”*

- Bagaimana Anda mendeskripsikan orang-orang yang tidak peduli atau menentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat Ini, apakah Anda memberi label terhadap mereka (misalnya, “egois”, “tidak peduli”, atau lainnya?)

Jawaban: *“Kalau saya sendiri sih, tetap berusaha untuk tidak langsung memberi label negatif ke mereka. Karena menurut saya ada yang benar-benar tidak peduli karena fokus pada urusan pribadi, ada*

juga yang menentang karena memiliki analisis berbeda atau takut memihak salah satu. Kalau mereka menentang berdasarkan misinformasi, saya berusaha meluruskan, kalau mereka punya argumen yang lain, ya saya tidak masalah.”

- Apakah Anda pernah membuat, mengedit, atau membagikan ulang konten terkait 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, baik berupa *postingan, reel, story, carousel*, atau bahkan hanya sekedar berkomentar?

Jawaban: *“Ya, pernah. Saat gerakan ini lagi viral-viralnya, saya aktif membagikan lewat story Ig saya, mungkin sudah sangat banyak.”*

- Apa yang mendorong Anda untuk melakukan hal tersebut, apakah inisiatif pribadi Anda karena ingin mengekspresikan diri atau dorongan sosial dari teman/komunitas?

Jawaban: *“Karena inisiatif pribadi sih. Jadi saya ingin menyuarakan pendapat dan menunjukka kepada teman-teman dan orang banyak bahwa saya juga mendukung mereka untuk menyuarakan tuntutan tersebut.”*

- Saat membagikan konten terkait 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, Apakah Anda mempertimbangkan tentang pemilihan kata, gambar, atau *framing* yang “cocok” untuk diumumkan, siapa yang akan melihat, dan bagaimana mereka akan bereaksi?

Jawaban: *“Iya, saya pertimbangkan. Saya berusaha memilih kata-kata yang tepat yang tidak menyinggung siapapun, dan memilih sumber terpercaya. Saya juga mempertimbangkan audiensnya yang beragam. Mungkin ada keluarga, teman kuliah, dan orang yang*

tidak sepemikiran dengan saya, jadi saya agak berhati-hati dengan framing agar pesan efektif tanpa memprovokasi siapapun.

- Apakah Anda pernah berpikir secara sadar bahwa Instagram *feed* Anda tentang narasi 17+8 Tuntutan Rakyat mungkin menunjukkan hanya satu sudut pandang, dan perspektif lain tertutup dari *view* Anda?

Jawaban: *“Sangat sadar. Saya menyadari adanya algoritma yang memberi saya lebih banyak konten yang sejalan sehingga saya kadang merasa lingkungan saya mendukung pendapat saya.”*



Subjek Penelitian Kelima (5)

a. Identitas Diri

- 1) Nama : Raihan Alwi Bahri
- 2) Usia : 21 Tahun
- 3) Jenis Kelamin : Laki-Laki/~~Perempuan~~
- 4) Narasi 17+8 Tuntutan Rakyat : Setuju/~~Tidak setuju~~
- 5) Hari/Tanggal : Senin / 22 Desember 2025
- 6) Lokasi : Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.

Mahasiswa Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 – Kepala Departemen Ekonomi Kreatif BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Periode 2024/2025.

b. Pertanyaan Peneliti

- Apakah Anda pengguna aktif Instagram?

Jawaban: *“Iya, bisa dibilang begitu.”*

- Apakah Anda membuka Instagram setiap hari?

Jawaban: *“Iya, setiap hari.”*

- Siapa atau hal apa yang membuat Anda terus kembali ke Instagram, apakah itu kebiasaan, kebutuhan untuk terhubung dengan teman, atau ingin tahu informasi terbaru?

Jawaban: *“Ketiga hal tersebut (kebiasaan, kebutuhan untuk terhubung dengan teman dan ingin tahu informasi terbaru) termasuk dalam alasan saya menggunakan Instagram, tentunya dalam kondisi dan waktu yang berbeda.”*

- Apakah Anda mengetahui tentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ?

Jawaban: *“Tentang narasi 17+8 Tuntutan rakyat ini saya tidak terlalu tahu, namun pada saat itu saya terlibat dalam aksi untuk mewakili dari BEM Fisip UMA.”*

- Apa yang Anda pahami tentang apa itu gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *“Yang saya pahami dari gerakan ini bahwa pada saat itu aparaturnegara memperluas jabatan-jabatan yang ada di Indonesia ini. Yang seharusnya kan mereka menjaga negara, bukan ikut serta dalam eksekusi dalam membangun Indonesia ini. Jadi tugas mereka cuman menjaga saja. Nah tugas memperbaiki ataupun membangun itu kan tugas dari para dewan eksekutif, mereka itu kan sebagai aparaturnya gitu. Mungkin itu sih yang bikin hati masyarakat Indonesia kesal, tentang bagaimana para pemerintah di negara Indonesia ini bisa membangun Indonesia lebih baik lagi.”*

- Saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, apa yang Anda lihat terlebih dahulu? Apakah warnanya, symbol yang digunakan, tata letak, atau jenis media (post/reel/story) ?

Jawaban: *“Kalau saya pribadi, saya sering melihat warnanya, lantunan musik (sound) karena itu kan memang menarik juga ya. Kalau isi (postingan) bagi saya itu nomor 3 (tiga). Jadi saya pertama-tama melihat dahulu dari sisi yang membuat diri saya senang, karena menurut saya kalau misalkan dia itu (gaya postingan) biasa saja, saya kurang tertarik. Tapi yang membuat saya tertarik untuk*

membaca lebih jauh lagi tentang postingan itu karena memang mulai dari musik dan warnanya. Mungkin ini dari pandangan beberapa orang memang kurang bagus, tapi menurut saya pribadi ya memang kedua hal itu penting.”

- Apa yang Anda rasakan pada saat pertama kali melihat konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram? Apakah anda penasaran, mengabaikan, tertarik, ada kekhawatiran, atau perasaan lain yang anda rasakan?

Jawaban: *“Saat pertama kali melihat konten berisi narasi 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, saya tidak langsung percaya. Jadi saya membaca dulu sampai habis apa yang menjadi isi dari postingan tersebut, apa yang terjadi betul atau tidak. Dan satu lagi kalau saya melihat informasi di Instagram itu, saya melihat latar belakangnya, siapa yang menyiarkan informasi atau berita tersebut. Bukan sekedar menerima terus saya sebarkan, saya membedah terlebih dahulu pastinya.”*

- Apa yang membuat Anda memutuskan untuk „terlibat lebih lanjut“ atau „mengabaikan“ konten terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini begitu saja?

Jawaban: *“Hal yang membuat saya mencari tahu lebih lanjut tentang gerakan ini ya tentunya karena menurut saya gerakan ini memang sangat bagus untuk disuarakan. Ya kalau tidak disuarakan oleh saya sebagai mahasiswa yang mewakili masyarakat, jadi siapa lagi yang akan menyuarakan gerakan ini. Jadi saya merasa saya sebagai seorang mahasiswa yang memang tugasnya menyuarakan aspirasi masyarakat banyak.”*

- Selain karena postingan yang anda lihat di *feed* Instagram, apakah ada kejadian tertentu yang membuat Anda lebih memahami atau lebih peduli dengan gerakan ini? misalnya, melihat video demo yang banyak beredar, melihat postingan personal tokoh publik, atau melihat hasil nyata dari tuntutan yang membangkitkan simpati, kemarahan, rasa ketidakadilan dalam diri Anda?

Jawaban: *"Kalau saya sendiri sih, yang membuat saya lebih ikut campur dalam gerakan ini, yaitu karena kejadian demo di depan gedung DPR pada bulan Agustus kemarin. Disitu salah satu teman saya yait gubernur BEM fisip, mengalami tindakan sadis dari pihak aparat, mungkin kalau anda sudah melihat videonya disitu bisa kita tahu seberapa tidak punya hati nurani pihak-pihak yang memukuli tersebut. Bahkan sampai teman saya kejang-kejang, kalau tidak di lerai oleh orang-orang sekitar, saya tidak tahu lagi apa yang terjadi dengan teman saya tersebut. Mungkin itu sih yang membuat saya semakin menyuarakan aksi ini."*

- Bisakah Anda menyebutkan 3-5 akun Instagram, *influencer*, teman, atau sumber lain yang paling sering memberi Anda informasi tentang konten 17+8 Tuntutan Rakyat?

Jawaban: *"Sejauh ini, media yang saya percayai untuk mendapatkan informasi di Instagram adalah "KontraS". Terus influencer ada juga seperti Ferry Irwandi terus Jerome Pollin. Menurut saya influencer ini merupakan salah satu sumber informasi yang paling menarik, karena dia menjelaskan dengan bahasa yang sederhana, jadi kita mudah menerima dan mengerti informasi."*

- Apa yang membuat Anda percaya pada informasi yang mereka bagikan, apakah karena mereka terlihat “berpengetahuan luas”, karena mereka adalah teman yang Anda kenal baik, karena mereka memiliki banyak *followers*, atau ada alasan lain?

Jawaban: *“Yang pertama saya lihat dari track record dia, mulai dari dia itu kenapa di percayai orang-orang, kenapa dia memiliki banyak followers, pasti saya lihat dari situ ya kalau saya pribadi. Nah faktor yang kedua itu saya melihat dia (influencer/media) itu pernah melakukan apa saja, dia (influencer/media) ini sebagai apa dulu sehingga bisa mengkaji suatu informasi tertentu. Nah kalau contohnya dia bukan mahasiswa (tidak memiliki latar belakang pendidikan) pastinya saya curiga kan.”*

- Bagaimana Anda memverifikasi informasi dari satu sumber dengan sumber lain, apakah Anda secara aktif mencari perspektif berbeda, atau Anda puas dengan informasi dari sumber yang sudah ada yang Anda percayai?

Jawaban: *“Kalau menurut saya pribadi, suatu informasi itu memang betul-betul tidak harus langsung disebarluaskan. Saya termasuk orang yang suka diskusi, nah dari diskusi tersebut lah saya jadi tahu bahwa informasi yang saya dapatkan dari Instagram itu tidak semuanya benar. Jadi saya mau melihat dulu perspektif dari teman-teman apakah berbeda atau sama. Nah jadi bisa dibilang saya memastikan kebenaran suatu informasi yang saya dapatkan dari Instagram itu ketika duduk dan diskusi dengan teman-teman.”*

- Ketika melihat konten yang setuju dengan pandangan Anda tentang postingan 17+8 Tuntutan Rakyat, seberapa cepat Anda memberi tanda suka, berkomentar, atau membagikan postingan tersebut?

Jawaban: *“Kalau tentang membagikan saya kurang sering sih, hanya sesekali.*

Dengan saya membaca tadi dan saya sudah pahami, disitu saya sudah bisah menyebarkan (membagikan). Kalau misalkan kata-katanya masih ambigu atau belum pasti arahnya kemana, saya masih belum berani menyebarkan luaskan.”

- Apakah selama mengikuti kasus 17+8 Tuntutan Rakyat, Anda pernah menyadari bahwa ada orang-orang di Instagram ataupun di sekitar Anda yang memiliki pandangan sangat berbeda atau bahkan menolak pandangan anda tentang gerakan 17+8 Tuntutan rakyat maupun beberapa tuntutan di dalamnya?

Jawaban: *“Kalau di Instagram pasti saja ada sih, seperti buzzer ataupun akun-akun palsu gitu kan, yang memang mungkin kontra terhadap pendapat saya "mengenai gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini.”*

- Kapan dan bagaimana Anda pertama kali menyadari perbedaan pendapat tersebut?

Jawaban: *“Sudah lama, mungkin sembari kemarin gerakan ini di suarakan habis-habisan oleh mahasiswa-mahasiswa di Instagram, pasti ada saja akun yang justru memposting konten yang bertolak belakang dengan gerakan ini. Jadi dari situlah saya sudah tahu bahwa ternyata masih ada orang-orang yang belum paham tentang gerakan ini. Nah, kalau teman-teman di kalangan saya, yang menolak tentang gerakan ini tidak ada ya, karena terkait kasus ini*

semua juga mungkin sepakat bahwa kasus ini memang betul-betul melanggar.”

- Bagaimana perasaan Anda ketika berhadapan dengan orang-orang yang memiliki perspektif yang berlawanan dengan anda, apakah Anda penasaran untuk lebih memahami pandangan mereka, marah, atau merasa tertantang untuk mempertahankan pandangan Anda sendiri?

Jawaban: *“Nah, kalau masalah bagaimana yang harus dilakukan selanjutnya, kita itu terus berdiskusi. Mungkin melalui media sosial saja, menulis tulisan, menggiring opini, ataupun kita gerak ke jalan. Nah tapi untuk gerakan 17+8 itu sendiri, setahu saya dan orang-orang disekeliling saya memang satu pandangan sih, karena memang gerakan ini harus dikaji, butuh di bahas lebih lanjut.”*

- Berdasarkan pengalaman Anda, berapa banyak keragaman pandangan tentang narasi “17+8 Tuntutan Rakyat” yang Anda lihat di Instagram versus di kehidupan nyata baik di keluarga, kampus, dan lingkungan sekitar anda?

Jawaban: *“Menurut saya sejauh ini yang paling banyak yang berbeda pendapat tentang narasi “17+8 Tuntutan Rakyat” ini ya di Instagram. Kalau dikalangan saya sih rata-rata semuanya berpandangan sama dengan saya.”*

- Bagaimana Anda mendeskripsikan orang-orang yang tidak peduli atau menentang gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat Ini, apakah Anda memberi label terhadap mereka (misalnya, “egois”, “tidak peduli”, atau lainnya?)

Jawaban: *“ Kalau soal ini sih saya kurang setuju ya dengan orang-orang yang berbeda pendapat, tapi saya juga tidak terlalu memaksakan*

perspektif mereka harus seperti saya. Karena ada juga orang yang mengikuti isu tersebut karena fomo, dia hanya tahu judulnya saja dan ikut-ikutan padahal dia tidak mengerti gerakan ini sebenarnya apa.”

- Apakah Anda pernah membuat, mengedit, atau membagikan ulang konten terkait 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, baik berupa *postingan, reel, story, carousel*, atau bahkan hanya sekedar berkomentar?

Jawaban: *“Ya, pernah. Saya pernah membagikan lewat story Ig saya, terus kemarin juga saat terjadi gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat itu aku memposting di story wa juga, dan membagikan di beberapa grup wa. Kalau ke Facebook sih tidak pernah, karena saya tahu pengguna Facebook itu bagaimana.”*

- Apa yang mendorong Anda untuk melakukan hal tersebut, apakah inisiatif pribadi Anda karena ingin mengekspresikan diri atau dorongan sosial dari teman/komunitas ?

Jawaban: *“Dari sekian banyaknya alasan tersebut, mulai dari dorongan sosial, inisiatif pribadi, dan memang betul-betul karena ingin mengekspresikan diri. Dan untuk alasan saya sendiri mengapa saya membagikan postingan terkait gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat ini alasan saya hanya satu sih, yaitu ingin mengekspresikan diri. Agar orang lain tahu bahwa saya juga sedang mengikuti isu tersebut, mengajak lah istilahnya.”*

- Saat membagikan konten terkait 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram, Apakah Anda mempertimbangkan tentang pemilihan kata, gambar, atau *framing* yang

“cocok” untuk diumumkan, siapa yang akan melihat, dan bagaimana mereka akan bereaksi?

Jawaban: *“Perihal pertimbangan-pertimbangan itu pastinya saya lakukan ya.*

Jadi begini, didalam Instagram itu yang saya lihat sejauh ini banyak sekali postingan yang mengangkat isu yang sama, hanya saja yang membedakannya adalah cara mereka membagikannya. Jadi saya mencari yang mana diantara postingan-postingan tersebut yang betul-betul menarik. Karena kalau saya sendiri tidak suka terhadap postingan tersebut, bagaimana orang lain bisa suka? Tapi jika postingan tersebut menarik menurut saya, barulah saya menyebarkan nya kepada orang lain. Jadi bisa dibilang pesan atau informasinya tetap sama, tapi dengan catatan desain seperti warna, penampilan dan juga musik nya pasti berbeda.”

- Apakah Anda pernah berpikir secara sadar bahwa Instagram *feed* Anda tentang narasi 17+8 Tuntutan Rakyat mungkin menunjukkan hanya satu sudut pandang, dan perspektif lain tertutup dari *view* Anda?

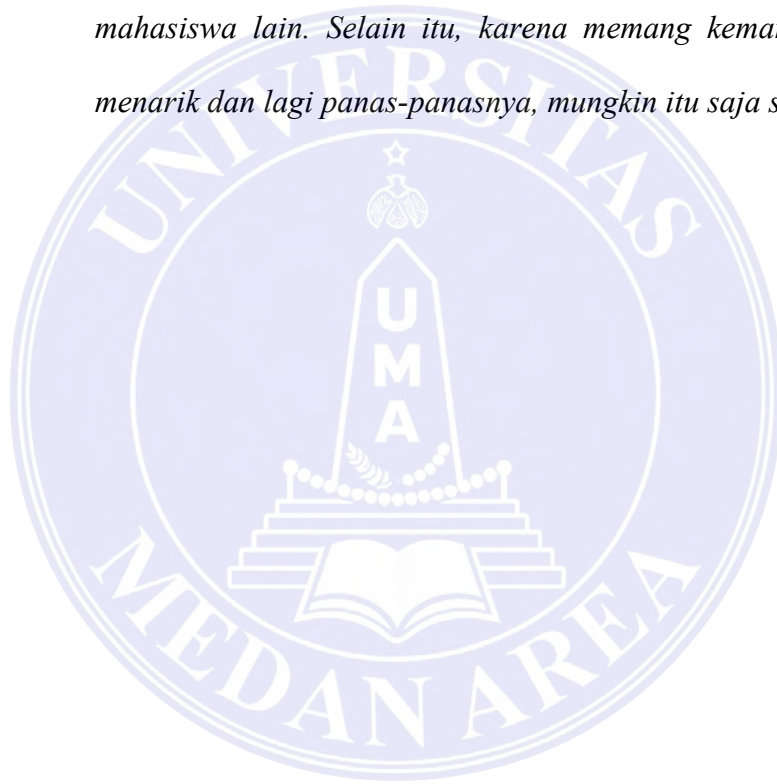
Jawaban: *“Iya memang betul. Saya juga merasa hal itu, setiap kali saya mengikuti suatu isu di Instagram maka beranda dan feed saya selalu menampilkan satu sudut pandang saja. Jadi konten-konten dan orang-orang yang saya jumpai itu ya sama dengan saya.”*

- Apakah anda termasuk salah seorang demonstran dalam gerakan “17+8 Tuntutan Rakyat” ini?

Jawaban: *“Iya, demo gelombang pertama kemarin saya ikut, tapi gelombang keduanya saya tidak ikut.”*

- Bisakah anda menceritakan apa yang menyebabkan anda untuk ikut serta dalam aksi demonstrasi tersebut?

Jawaban: *Jadi sebenarnya saat isu ini sudah mulai muncul, saya dan teman-teman mahasiswa mengkaji dulu apa permasalahannya. Nah, setelah itu kami konsultasi sama organisasi kawasan. Jadi kalau ditanya apa dorongan terbesar saya sehingga ikut dalam demo tersebut ya karena sudah janji dulu dengan teman-teman mahasiswa lain. Selain itu, karena memang kemarin itu isu ini menarik dan lagi panas-panasnya, mungkin itu saja sih.*



Lampiran 3 - Pedoman Wawancara Triangulator

PEDOMAN WAWANCARA TRIANGULATOR

a. Identitas Diri

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan
- 3) Status :
- 4) NIDN :
- 5) Hari/Tanggal :
- 6) Lokasi :

b. Pertanyaan Peneliti

- Bagaimana pandangan Bapak/Ibu mengenai Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat ini?
- Dari hasil wawancara yang saya lakukan, saya menemukan bahwa mahasiswa yang kontra terhadap isu 17+8 Tuntutan Rakyat ini merasa dikucilkan atau tidak didengar. Baik itu dari media sosial, yang banyak yang menyebutnya mereka sebagai *buzzer* karena menolak aspirasi masyarakat. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu mengenai masalah ini?
- Di samping penyebaran isu Gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram. Dari penelitian yang saya lakukan juga menemukan bahwa adanya *echo chamber* di proses penyebaran gerakan tersebut. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu mengenai hal ini?

- Apa harapan Bapak/Ibu sebagai dosen atau akademisi terhadap Generasi Z dalam menggunakan media sosial, terlebih-lebih dalam membagikan suatu informasi?
- Bagaimana menurut Bapak/Ibu metode pengumpulan data yang saya gunakan dalam penelitian saya ini? Baik dari pemilihan informan maupun metode pengumpulan data yang saya gunakan apakah sudah tepat atau bagaimana?



Lampiran 4 - Resume Transkrip Hasil Wawancara Triangulator

RESUME TRANSKIP HASIL WAWANCARA TRIANGULATOR

a. Identitas Diri

1) Nama : Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom

2) Jenis Kelamin : Laki-Laki/~~Perempuan~~

3) Status : DTTK-2

4) NIDN : 0120039501

5) Hari/Tanggal : Sabtu / 10 Januari 2026

6) Lokasi : Kampus 1- Jl. Kolam No. 1, Kota Medan.

Dosen Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL), Prodi S1 Ilmu Komunikasi.

b. Pertanyaan Peneliti

- Bagaimana pandangan Bapak mengenai Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat ini?

Jawaban: *“Kasus ini kan sempat mencuri perhatian masyarakat. Kasus ini kan bermula ketika tuntutan masyarakat itu Puncaknya ketika salah seorang driver Ojek itu pernah jadi korban. Dari oknum aparat kepolisian. Dan kemudian semakin memaksa masyarakat untuk mengeluarkan tuntutan-tuntutan yang banyak disuarakan oleh influencer, millennial. Dan cukup menjadi masa kelam di tahun 2025 yang lalu, menurut saya seperti itu.”*

- Dari hasil wawancara yang saya lakukan, saya menemukan bahwa mahasiswa yang kontra terhadap isu 17+8 Tuntutan Rakyat ini merasa dikucilkan atau tidak didengar. Baik itu dari media sosial, yang banyak yang

menyebutnya mereka sebagai *buzzer* karena menolak aspirasi masyarakat. Bagaimana pandangan Bapak mengenai masalah ini?

Jawaban: *“Ya menurut saya kan setiap orang itu bebas berpendapat ya.*

Tidak ada yang dikatakan salah. Dan itu diatur dalam undang-undang dasar pasal 28F kalau saya tidak salah nanti dicek lagi.

Setiap orang itu bebas untuk mengungkapkan pendapat, hanya saja kadang menjadi pihak minoritas ketika dia berseberangan dengan pendapat-pendapat mayoritas, jadi saya pikir sah-sah saja.

Mungkin dia melihat dari angle yang berbeda, kita tidak berhak menghakimi kan karena kan media sosial itu ruang publik setiap orang bisa ngomong, setiap orang bisa komen bisa like, dislike, bisa share. Jadi ya saya pikir mungkin dia berada di lingkungan yang mayoritas. Itu jadinya spiral of silence. Jadi dia menjadi orang yang tidak bisa bersuara terlalu banyak karena mayoritas mendukung tuntutan tersebut. Saya pikir tidak ada yang salah. Mungkin perasaan dia saja dan jatuhnya cyber bullying ya, karena kalau tidak sesuai dengan keinginan kita maka dia dibully.

Itu kan bagian dari echo chamber kan. Ketika kita merasa diri kita paling benar. Apa-apa kita afirmasi gitu kan. Kita gak mau tahu dari sumber-sumber yang lain. Kan itu bagian dari echo chamber.

- Di samping penyebaran isu Gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di Instagram. Dari penelitian yang saya lakukan juga menemukan bahwa adanya *echo chamber* di proses penyebaran gerakan tersebut. Bagaimana pandangan Bapak mengenai hal ini?

Jawaban: “Ya, *Eco Chamber* itu kan artinya ruang gema. Ruang gema itu terjadi ketika kita menutup diri atas satu informasi. Kita cuma menerima satu informasi yang meyakinkan, menegurkan keyakinan kita. Reinforcement setelahnya. Dan selain dari itu salah. Jadi dia sifatnya gak konfirmasi. Sifatnya tuh afirmasi, kebenaran diri. Kalau dia nontonnya MetroTV, MetroTV aja. Kalau dia TV1, TV1 aja. Di medsos itu beda lagi. Ketika kita menghabiskan lebih banyak waktu untuk suatu isu dalam satu postingan, maka algoritmanya bekerja bahwa kita menyukai atau sedang mengikuti tren itu. Jadi pasti meranda kita, EVP kita, pencarian kita, pasti itu soal 17+8 dan tidak ada yang salah soal itu karena kan memang kalau di Indonesia ini kunggahan itu juga mendapatkan banyak tempat dan ruang karena memang publik sedang viral sedang banyak membicarakan soal itu kalau kasusnya Pratama ya mungkin kasusnya unik dia memposisikan dirinya sebagai orang yang kontra atau dia memposisikan dirinya sebagai orang yang tidak mau menyebarkan berita buruk seperti itu atau kabar miring yang menurut dia nanti bakal jatuh korban lagi jadi kan pasti ada motif-motif. Tapi saya rasa hal yang paling bijak itu bukan menutup diri, tapi ya tetap menerima informasi tapi tidak dari satu sumber. Nah kebanyakan kita itu kan melihat hanya dari medsos aja, 17+8, tapi kan kita juga harus cross check. Karena kan di medsos ini dia bisa bias, dia bisa bias informasi, nggak sama kayak TV, nggak sama kayak radio. Jadi itu sih yang aneh Pak

Ami, echo chamber itu bisa kita ilangkan, ketika kita dapat informasi, itu kita proyek lagi, kita lewat pemberitaan resmi, media masyarakat resmi, jadi nggak lepas-lepas. Karena kan cenderung menyalahkan satu pihak juga.”

- Apa harapan Bapak sebagai dosen atau akademisi terhadap Generasi Z dalam menggunakan media sosial, terlebih-lebih dalam membagikan suatu informasi?

Jawaban: *“Yang harus dilakukan Gen Z itu kurasi. Kurasi itu maksudnya cross-check and recheck. Kalau misalnya dia tidak membaca pemberitaan di media massa, setidaknya dia membaca akun-akun yang memang akun-akun resmi dari platform pemerintah. Karena itu lebih netral ketimbang kita hanya menerima suatu informasi saja, dan informasi itu kita konsumsi karena kan kita juga harus paham kalau media ini juga di balik pesannya pasti ada motif dan segala macam menurut apang itu sih, kadang kita nggak paham kalau Yang disampaikan bukan cuma sekedar pesan, tapi ada maksud-maksud lain. Jadi ya, menurut saya lebih melek media dan cross-chain. Kebanyakan sekarang memang kita malas baca, karena kita dihadapkan sama video-video pendek. Jadi malas ya. Padahal, cara paling mudah itu kalau kita menerima satu kabar, kita konfirmasi aja lagi ya akun resmi, tapi kita juga tidak boleh menutup mata terhadap satu tuntutan ya memang itu benar. Intinya kita netral tapi ya kita juga punya sikap kalau memang itu benar adanya ya untuk kebaikan ya tetap disuarakan tapi kalau itu*

menimbulkan kerusakan itu seharusnya tidak usah dilakuka. Jadi Saring sebelum sharing. Sharing itu memang bentuk kepedulian. Tapi kita juga harus saring-saring, kalau boleh, akunnya itu akun-akun yang kredibel lah. Bukan akun-akun yang anonim. Itu saja sih.”

- Bagaimana menurut Bapak metode pengumpulan data yang saya gunakan dalam penelitian saya ini? Baik dari pemilihan informan maupun metode pengumpulan data yang saya gunakan apakah sudah tepat atau bagaimana?

Jawaban: *“Teknik pengumpulan data itu kan ada tiga ya. Ada wawancara, ada observasi dan studi pustaka. Nah, salah satu cara mengumpulkan data itu ialah melalui wawancara mandalan atau semi terstruktur atau terpimpin, artinya kita mewawancarai informan. Dan dari semua informan yang kamu sebutkan tadi berarti ada kriteria tertentu, gak semua orang bisa dan saya setuju karena memang beberapa yang kamu sebutkan itu merupakan aktivis kampus Seperti Samuel Pelita Kurniawan Silaban, saya tahu dia pernah ikut demonstrasi, dia pernah jadi korban kekerasan aparat waktu itu. Kemudian ada Dava Pramudita juga termasuk mahasiswa kritis di kampus, dan terhadap kebijakan-kebijakan kampus. Kemudian Pratama Purba juga itu track recordnya kita udah tahu gitu ya. Kalau Monallisa Silalahai mungkin intens dalam penyebaran informasi, dan Raihan Alwi Bahri Nasution juga.”*

Lampiran 5 - Dokumentasi Selama Wawancara



Dokumentasi wawancara bersama Samuel Pelita Kurniawan Silaban
(Subjek Penelitian Pertama), Senin, 22 Desember 2025.



Dokumentasi wawancara bersama Dava Pramudita
(Subjek Penelitian Kedua), Jumat, 19 Desember 2025.



Dokumentasi wawancara bersama Monalisa Silalahi
(Subjek Penelitian Keempat), Jumat, 19 Desember 2025.



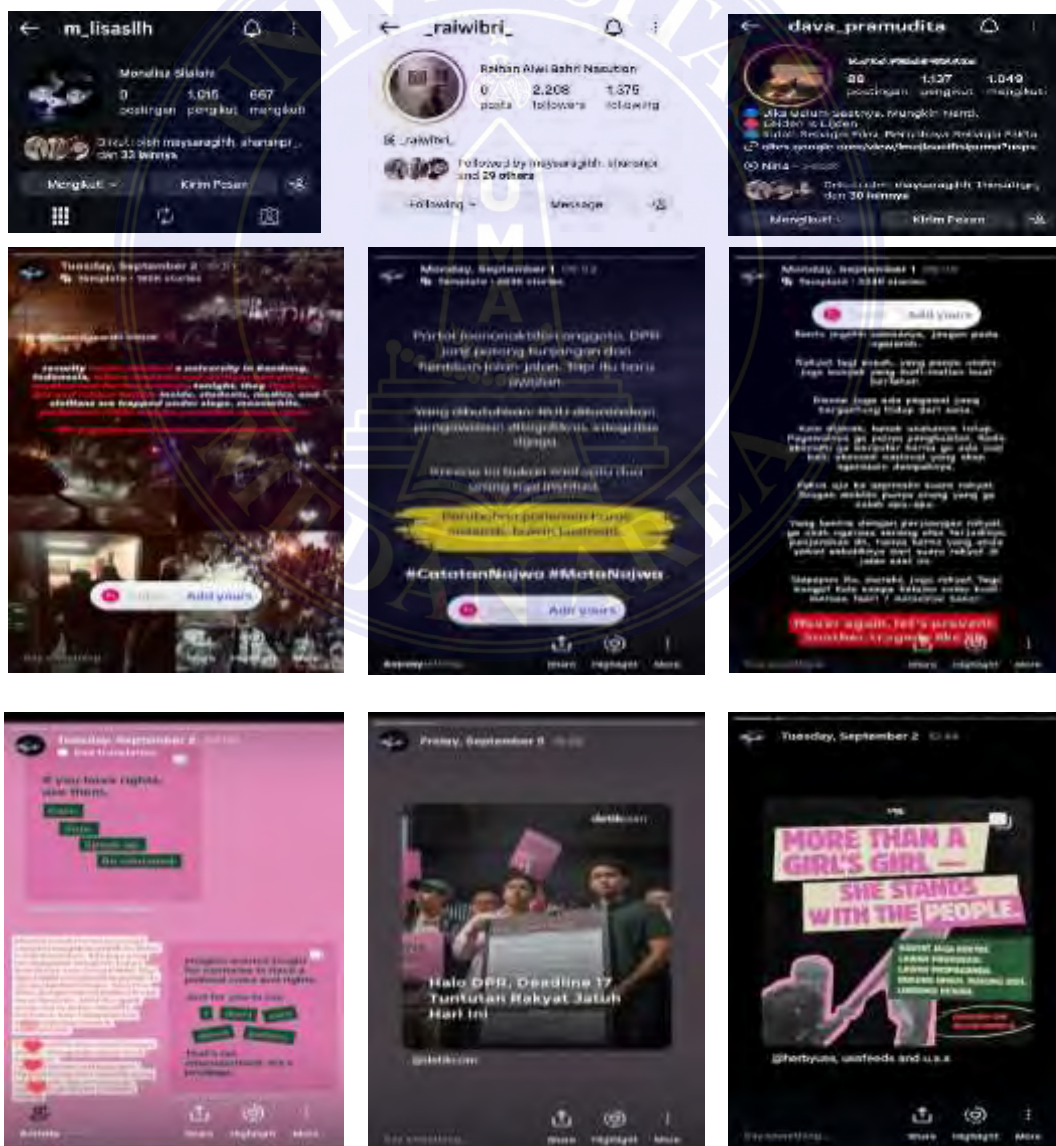
Dokumentasi wawancara bersama Pratama Purba
(Subjek Penelitian Ketiga), Senin, 22 Desember 2025.



Dokumentasi wawancara bersama Raihan Alwi Bahri Nasution
(Subjek Penelitian Kelima), Senin, 22 Desember 2025.



Dokumentasi wawancara bersama Bapak Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom
(Triangulator), Senin, 22 Desember 2025.





Dokumentasi observasi pada akun Monalisa Silalahi, raihan Alwi Bahri Nasution dan Dava Pramudita.

Lampiran 6 – Surat Permohonan Izin Penelitian



Nomor : 3922/FIS.3/01.10/XII/2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 15 Desember 2025

Kepada Yth.

Wakil Rektor Bidang Mutu SDM dan Perekonomian

Jalan Kolam No.1, Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang,
Sumatera Utara.

Dengan hormat,

Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Tri Vena Ananta Larosa
NIM : 228530179
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"ECHO CHAMBER DALAM DISEMINASI NARASI GERAKAN SOSIAL DI INSTAGRAM Studi Fenomenologi Generasi Z pada Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP.

Tembusan:

1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



Lampiran 7 – Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kalam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360186, Medan 20223
Kampus II : Jalan Sefabudi Nomor 79 B / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402944, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT PERMOHONAN IZIN PENELITIAN/SURVEY

Nomor : 2046/UMA/B/01.7/XII/2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data Riset

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area
di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan pelaksanaan kegiatan penelitian/riset di lingkungan Universitas Medan Area, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin kepada mahasiswa :

Nama : Tri Vena Ananta Larosa
NPM : 228530179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Status : (Mahasiswa / Dosen / Peneliti)

untuk melaksanakan survei pra-penelitian dengan:

Judul Penelitian : "Echo Chamber dalam Diseminasi Narasi Gerakan Sosial di Instagram Studi *Fenomenologi* Generasi Z pada Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat"

Tujuan Penelitian : Untuk mengetahui bagaimana mekanisme Generasi Z dalam mengonsumsi informasi di instagram terkait gerakan sosial 17+8 tuntutan rakyat dan untuk mengetahui bagaimana echo chamber pada Generasi Z dapat berkontribusi terhadap diseminasi informasi di instagram

Waktu Pelaksanaan : November s/d Desember 2025
Lokasi Penelitian : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Penelitian ini akan digunakan sebagai skripsi dan akan dilaksanakan dengan mematuhi ketentuan, tata tertib, serta menjaga kerahasiaan data dan informasi di lingkungan Universitas Medan Area.

Demikian permohonan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Medan, 19 Desember 2025
Wakil Rektor Bidang Mutu SDM
dan Perekonomian,

**Dr. Ir. Rahmad Syah, M.Kom,
IPM, ASEAN Eng, APEC Eng**



Lampiran 8 – Surat Keterangan Selesai Penelitian



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 71/UMA/B/01.7/1/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Ir. Rahmad Syah, M.Kom, IPM, ASEAN Eng, APEC Eng
Jabatan : Wakil Rektor Bidang Mutu Sumber Daya dan Perekonomian
NIDN : 0105058804

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang Namanya tercantum di bawah ini :

Nama : Tri Vena Ananta Larosa
NPM : 228530179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Status : (Mahasiswa / Dosen / Peneliti)

Telah melaksanakan dan menyelesaikan riset (penelitian) di lingkungan Universitas Medan Area dengan rincian sebagai berikut:

Judul Penelitian : Echo Chamber dalam Diseminasi Narasi Gerakan Sosial di Instagram Studi *Fenomenologi* Generasi Z pada Kasus 17+8 Tuntutan Rakyat
Tujuan Penelitian : Untuk mengetahui bagaimana mekanisme Generasi Z dalam mengonsumsi informasi di Instagram terkait gerakan sosial 17+8 tuntutan rakyat dan untuk mengetahui bagaimana echo chamber pada Generasi Z dapat berkontribusi terhadap deseminasi informasi di Instagram.
Lokasi Penelitian : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
Waktu Pelaksanaan : November - Desember 2025
Hasil Penelitian : Fenomena echo chamber dan algoritma Instagram mempercepat penyebaran informasi gerakan "17+8 Tuntutan Rakyat" di kalangan Generasi Z dengan hanya menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi mereka. Kondisi ini menciptakan ekosistem informasi yang homogen dan memicu polarisasi, di mana interaksi positif antar pendukung memperkuat keyakinan kelompok sementara pandangan berbeda cenderung tersingkir. Akibatnya, diskusi di media sosial lebih bersifat emosional dan menutup ruang bagi perspektif lain di luar lingkaran mereka.

Berdasarkan laporan hasil riset dan verifikasi data yang kami terima, yang bersangkutan telah menyelesaikan seluruh rangkaian kegiatan penelitiannya dengan baik.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 13 Januari 2026
An. Rektor
Wakil Rektor Bidang Mutu Sumber
Daya dan Perekonomian,

Dr. Ir. Rahmad Syah, M.Kom,
IPM, ASEAN Eng, APEC Eng

