
Aktivis Media Sosial Sebagai Penggagas Tagar : Najwa Shihab Galakkan *Social Distancing* Lewat #dirumahaja

Nadia Raissa¹, Irwansyah²

Departemen Komunikasi, Universitas Indonesia
email : raissanadia28@gmail.com

²Departemen Komunikasi, Universitas Indonesia
email : dr.irwansyah.ma@gmail.com

Diterima : 2020-06-05-

Direvisi: 2021-02-24

Diterima: 2021-02-26

Abstract - *Technological developments affect the way people communicate nowadays that has been mediated through computers or can be described through computer mediated communication (CMC). Social media has become one of the most widely used ways for people to communicate, such as Twitter and Instagram. Social media activists also take advantage of social media as activism in support of certain movements and messages to be conveyed to the public, one of which is by using hashtags. Najwa Shihab tried to raise public awareness about social distancing in the midst of the pandemic Covid-19. She initiated #dirumahaja as part of a movement to increase public awareness to conduct social distancing. This paper aims to describe social media activists using hashtags to move the community to take action.*

Keyword : *Social Media Activist, CMC, hashtag, #dirumahaja*

PENDAHULUAN

Era teknologi berkembang di segala aspek kehidupan masyarakat, mulai dari ekonomi, budaya, hingga media. Perkembangan teknologi ini tidak lepas dari Revolusi Industri. Revolusi Industri ke 4 mempermudah manusia dalam menjalankan kehidupan. Teknologi yang meliputi ponsel, perangkat seluler, dan internet, memungkinkan informasi disebarluaskan dengan lebih luas dan lebih mudah. Informasi yang awalnya didapatkan dari buku ataupun media tradisional, kini informasi bisa didapatkan dalam bentuk dan cara lain. Revolusi Industri 4.0, mengakibatkan perubahan dalam komunikasi, Dengan *Internet of Things* (IoT), masyarakat dapat memperoleh informasi melalui macam-macam media. IoT sendiri merupakan pemikiran atau paradigma yang memanfaatkan komunikasi nirkabel untuk saling menghubungkan komunikasi antar manusia (Atzori et al., 2010). Media sosial menjadi salah satu media yang digunakan masyarakat untuk membuat ataupun mendapatkan informasi. Tidak hanya arus informasi

yang berubah dari analog ke digital, masyarakat sendiri juga berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Masyarakat dapat menjadi pembuat konten, baik konten informasi maupun hiburan, yang lalu dapat dinikmati orang lain di internet. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, di tahun 2018, persentase pengguna internet terhadap jumlah populasi penduduk Indonesia adalah 64,8%.

Di era digital, internet menjadi hal yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari manusia. Dalam perkembangannya, lahirlah media sosial yang menjadi salah satu sarana berkomunikasi. Setiap platform media sosial, meski serupa, namun memiliki keunggulan dan kelemahannya sendiri. Penggunaannya juga memakai platform tersebut sesuai kebutuhan atau keinginan memperoleh informasi yang mereka anggap cocok. Oleh karena itu, sangat mungkin, di masa depan akan semakin banyak platform digital lain dengan keunikan dan keunggulan berbeda yang ditawarkan untuk mempermudah kehidupan masyarakat. Hal ini dapat

dijelaskan melalui computer mediated communication (CMC), dimana, terjadi transaksi komunikasi melalui penggunaan dua atau lebih komputer yang berjaringan. CMC menggambarkan komunikasi yang termediasi format komputer seperti pesan instan, e-mail, pesan teks, dan format-format komunikasi yang dapat diterapkan dalam bentuk lain.

Tagar atau *hashtag* digunakan untuk mengelompokkan suatu pesan di media sosial, baik itu Twitter, Instagram, atau platform media sosial lainnya. Aktivistis media sosial, lalu memanfaatkan tagar untuk melancarkan suatu gerakan. Tagar dimanfaatkan untuk mendukung aktivisme *online* pihak-pihak atau isu tertentu. Dengan memanfaatkan tagar, pesan aktivisme lebih mudah disebarkan secara lebih luas dalam waktu yang singkat. Tagar dimanfaatkan oleh aktivis media sosial untuk mengumpulkan solidaritas massa karena dapat menjadi simbol sederhana yang mudah melekat di benak masyarakat.

Masyarakat Indonesia diresahkan dengan virus corona atau covid-19 yang merebak tahun 2020. Virus yang diyakini berasal dari Wuhan, China itu, menyebar begitu cepat hingga jumlah kasus positif semakin bertambah setiap harinya sejak ditemukannya kasus pertama di Indonesia. Virus ini juga dapat dikatakan mematikan karena telah merenggut banyak jiwa. Pemerintah Indonesia dibawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo, telah menyatakan pandemi virus corona dan siap siaga terhadap wabah tersebut. Berbagai upaya dilakukan pemerintah agar warganya selamat dan meminimalisir penyebaran covid-19.

Pemerintah memberlakukan *social distancing* atau pembatasan jarak antar manusia. Mengacu pada Pedoman Penanganan Cepat Medis dan Kesehatan Masyarakat covid-19 di Indonesia, *social distancing* adalah pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah. Pembatasan sosial disini meliputi pembatasan kegiatan di sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, dan pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Pembatasan ini dapat diartikan meminta masyarakat mengurangi interaksi sosial. Sehingga jika tidak mendesak, interaksi sosial di lingkungan kerja, penggunaan transportasi publik dan lainnya harus dikurangi. *Social distancing* ini diperlukan untuk mencegah penularan virus secara masif. Penularan virus corona sendiri dapat terjadi melalui, tetesan cairan (*droplets*) dari batuk dan bersin, menyentuh permukaan benda yang terpapar virus di atasnya, dan kontak pribadi seperti lewat berjabat tangan atau sentuhan. Orang akan rentan tertular jika melakukan kontak langsung dengan penderita. *Social distancing* bertujuan untuk membatasi kontak fisik, tidak berdekatan di

keramaian, atau berkumpul di kerumunan dan tempat – tempat umum, menghindari ke luar kota atau ke luar negeri, mengurangi berkunjung ke rumah kerabat atau saudara, mengurangi frekuensi belanja, serta bekerja dari rumah atau *work from home*.

Berangkat dari hal tersebut, jurnalis dan presenter Najwa Shihab, kemudian menggalakkan gerakan #dirumahaja. Lewat gerakan yang viral di media sosial ini, Najwa mengajak masyarakat untuk melakukan aktivitas kantor ataupun kegiatan lainnya di rumah, sebagai antisipasi penyebaran virus corona. Najwa percaya bahwa gerakan #dirumahaja mampu meminimalisir penyebaran virus corona, sehingga korban yang terjangkit dapat berkurang. Melalui gerakan #dirumahaja, masyarakat diminta mengalihkan seluruh aktivitas yang biasanya dilakukan di luar, tidak hanya bekerja, namun berkumpul, berolahraga, dan lain lain, menjadi kegiatan – kegiatan yang dapat dilakukan di dalam rumah. Aktivitas yang disebut juga sebagai *self-quarantine* ini, juga telah banyak diterapkan di beberapa negara di dunia yang menghadapi pandemi virus corona. Misalnya di China dan Italia yang memiliki banyak jumlah kasus positif, beraktivitas di rumah telah diterapkan, dan mampu menekan angka korban yang terjangkit virus ini secara perlahan.

Melalui media sosialnya, yang diawali unggahan Narasi.tv, yaitu startup yang didirikan Najwa sejak tahun 2018, Najwa *re-post* atau mengunggah ulang unggahan berisi #dirumahaja. Tagar ini muncul pertama kali tanggal 13 Maret 2020, pada unggahan dari instagram akun @narasi.tv, yang berisi pesan berupa himbauan bagi masyarakat agar sebisa mungkin melakukan kegiatan di rumah, lalu pada 14 Maret 2020, Najwa mengunggah ulang konten tersebut, baik di Twitter, Instagram, maupun Youtube. Setelah itu pada 16 Maret 2020, melalui akun Instagramnya, Najwa mengunggah video yang mengurai aksinya bekerja dari rumah. *Caption* atau keterangan dari unggahan tersebut merupakan verbatim dari apa yang dikatakan dalam video. Isinya adalah : “Senin 16 Maret 2020. Hari ini saya dan teman-teman @narasi.tv mulai kerja dari rumah. Hanya untuk keperluan yang penting dan tidak bisa diwakilkan saja, baru kami beraktivitas di luar rumah, Ini merupakan tindakan pencegahan virus corona. Ini bukan hanya untuk pribadi tapi utama untuk kesehatan dan keselamatan orang banyak. Lebay ? berlebihan ? jauh dari itu. covid-19 adalah virus yang sangat baru, ada banyak hal yang belum kita tahu soal virus ini. Tapi yang pasti virus ini punya kemampuan menyebar dengan sangat cepat dan orang yang terinfeksi walaupun tanpa gejala bisa menularkan ke siapa saja. Jadi harus bagaimana? Jaga jarak, hindari keramaian, #dirumahaja.”

Tidak hanya di Instagram, Najwa juga mengunggah cuitan di akun Twitter pribadinya, serta video – video terkait lain di *channel* Youtubanya yang mengkampanyekan #dirumahaja. Tidak hanya menggalakan gerakan ini lewat ajakan persuasif ataupun dirinya yang memberi contoh telah menerapkan *social distancing*, Najwa kerap mengunggah informasi mengenai penularan virus corona dan mengapa *social distancing* sangat penting untuk dilakukan. Gerakan #dirumahaja terus digalakkan setelah viral dan menjadi *trending topic* di media sosial. Najwa bahkan mengajak banyak musisi untuk bernyanyi bersama lewat media sosial. Di media sosialnya, Najwa mengunggah video berisi konser musik yang diberi nama Konser Musik #dirumahaja, yang menurut keterangannya, diperuntukkan bagi masyarakat yang beraktivitas di rumah untuk melawan virus corona dan khususnya yang masih beraktivitas di luar karena tuntutan profesi misalnya saja tenaga medis.

Sebagai respon dari masyarakat, banyak yang mendukung gerakan yang digagas oleh Najwa, hal ini terlihat dari komentar-komentar positif yang setuju dengan gerakan ini. Tidak hanya komentar positif, masyarakat turut menggalakkan tagar ini dengan menyuarakan pandangannya tentang beraktivitas di rumah yang dikaitkan dengan hal lucu, percintaan, dan lainnya. Pengguna media sosial menggunakan #dirumahaja dalam bentuk meme, *caption* foto kegiatan di rumah, serta unggahan lain dengan konten upaya melawan virus corona. Gerakan #dirumahaja mempengaruhi masyarakat untuk melakukan aksi yang diharapkan Najwa Shihab sebagai aktivis media sosial yaitu beraktivitas di rumah. Dari respon pengguna media sosial, aktivisme yang dibangun Najwa melalui #dirumahaja mampu melibatkan pengguna media sosial untuk ikut berpartisipasi lewat reaksi positif yang diberikan. Lewat #dirumahaja, masyarakat mengetahui urgensi dari *social distancing* sebagai upaya melawan virus corona sehingga menerapkan pesan dari gerakan yang digalakkan lewat tagar tersebut.

Namun *slacktivism* pun tidak dapat dipisahkan dari fenomena ini. *Slacktivism* dapat diartikan sebagai aktivitas dengan biaya rendah dan resiko rendah yang dilakukan melalui media sosial, dengan tujuan ,meningkatkan kesadaran, membuat perubahan, atau meningkatkan kepuasan orang-orang yang terlibat (Lee & Hsieh, 2013). Contohnya adalah menekan atau meng-klik “like” untuk menunjukkan dukungan bagi kegiatan cinta bumi yang diunggah di instagram, atau me-*retweet* unggahan komunitas pecinta kucing yang melakukan penggalangan donasi bagi kucing-kucing terlantar, namun tidak memberikan donasi atau kontribusi nyata. Dari pengguna media sosial yang memberi respon terhadap unggahan Najwa terkait #dirumahaja,

baik dalam bentuk komentar, *retweet*, *like*, membagikan kembali dan lainnya, tidak semua benar-benar melakukan perubahan yang diharapkan dari gerakan yang dikampanyekan Najwa itu. Ada yang turut memberi dukungan dengan membagikan kembali, *like*, *retweet* dan lainnya, namun dirinya sendiri tidak menerapkan beraktivitas di rumah dan memilih tetap beraktivitas di luar. Pengguna media sosial tidak seluruhnya benar – benar memberi kontribusi nyata, hanya memberi dukungan maya, dan beranggapan bahwa dirinya sudah melakukan perubahan besar sesuai dengan kampanye sosial yang ia dukung. Kepuasan membantu atau berpartisipasi akan diperoleh pengguna media sosial dengan mudah tanpa perlu melakukan usaha besar atau aksi nyata. Peralihan komunikasi analog ke digital secara keseluruhan memang memberi dampak positif dan negatif. Dampak positifnya, pekerjaan ataupun kegiatan manusia dipermudah, baik dalam memperoleh informasi, mengurangi jarak, melakukan aktivisme *online* dan mengurangi usaha dalam memperoleh hiburan atau kebutuhan lainnya. Sedangkan, dampak negatif dari digitalisasi adalah media baru memberi ruang bagi siapapun penggunaannya untuk bebas beropini. Dalam hal ini, memungkinkan orang-orang tidak bertanggung jawab menyebarkan berita palsu atau *hoax*. Oleh karena itu masyarakat perlu selektif dan berhati-hati dalam menerima segala informasi yang beredar. Selain itu, justru kemudahan yang didapatkan mengikis rasa kemanusiaan untuk melakukan aksi nyata dari suatu isu atau gerakan sosial.

Computer Mediated Communication

Computer Mediated Communication (CMC) menjadi bentuk komunikasi baru yang dapat menandai era perubahan teknologi dan sosial. CMC didefinisikan sebagai proses komunikasi melalui perantara komputer, yang melibatkan manusia yang terjadi pada konteks tertentu yang melibatkan proses pembentukan media untuk berbagai tujuan. Tak hanya terbatas pada perantara komputer saja, ilmuwan media juga tertarik untuk mengaitkan CMC dengan teknologi komunikasi lain yang semakin berkembang akhir-akhir ini, seperti telepon seluler, *webcam*, radio digital, serta televisi digital (Thurlow et al., 2004). CMC merupakan sebuah proses di mana orang-orang menciptakan, bertukar, dan memahami informasi menggunakan sistem jaringan telekomunikasi untuk memfasilitasi proses *encoding*, transmisi, dan *decoding* pesan (December, 1996, dalam Romiszowski & Mason, 2004).

CMC mampu membentuk hubungan terus menerus, sehingga suatu informasi yang disampaikan akan membentuk suatu komunitas di antara pengguna. Hadirnya dunia virtual, menjadikan setiap orang dapat mengeksistensikan dirinya lebih luas. Munculnya media sosial, setiap

orang dapat bebas berekspresi lewat unggahan, komentar, status, cuitan, dan apapun fasilitas atau fitur yang ada di suatu platform media sosial. Kecepatan dalam memperoleh informasi menjadi kunci utama dalam CMC dengan menggabungkan garis ruang dan waktu (Romiszowski & Mason, 2002).

CMC memiliki tiga teori besar dalam pendekatannya, yakni *Clues-Filtered Out Theories*, dimana teori penyaring petunjung ini menggambarkan sekelompok premis yang menunjukkan CMC tidak mempunyai isyarat nonverbal sehingga ikatan sosial-emosi yang terbentuk secara online hanya sedikit. CMC juga memiliki kelemahan karena pengguna tidak dapat menggunakan gerakan tubuh, intonasi suara dan mimik muka dalam ruang siber tak berwujud yang dipakai (Sosiawan & Wibowo, 2019).

Media Sosial dan Penggunaan Tagar

Media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan & Haenlein, 2010). Diklasifikasikan menjadi 6 jenis, blog dan mikro blog (Twitter), situs jejaring sosial (Facebook), dunia sosial virtual (Second Life), proyek kolaborasi (Wikipedia), komunitas konten (Youtube), dan dunia game virtual (World of Warcraft). Media sosial memfasilitasi masyarakat untuk dapat saling terhubung satu sama lain menggunakan internet. Informasi di media sosial dapat dikumpulkan, dipertukarkan, dan disebarluaskan dalam hitungan detik (White, 2012). Peran aktivis di media sosial meliputi penyebaran pesan kampanye, dimana aktivisme mereka didefinisikan sebagai proses dimana sekelompok orang memberi tekanan pada organisasi atau institusi lain untuk mengubah kebijakan, praktik, atau kondisi yang ditemukan aktivis.

Di era industri 4.0 media sosial menjadi salah satu cara masyarakat berkomunikasi, bentuk – bentuk interaksi antar masyarakat pun muncul. Salah satu bentuk interaksi baru yang lahir dari media sosial adalah tagar atau *hashtags* (#). Penggunaan tagar ini dapat ditemukan di beberapa platform media sosial seperti Twitter dan Instagram. Sejak Chris Messina karyawan Twitter, mengunggah *tweet* atau cuitan pertama berisi *hashtag* pada tahun 2007 (ReadWriteWeb.com, 2011). Awalnya, tagar diperkenalkan di Twitter untuk mengklasifikasi cuitan dengan topik tertentu agar pengguna lain mudah mencari dan membagikan topic yang sama. Tagar biasanya terdiri dari serangkaian karakter baik angka maupun alfabet yang didahului oleh *pound sign* (#) atau disebut juga dengan *hash*. Kombinasi

tersebut berfungsi sebagai label bagi cuitan itu sendiri (Sagolla, 2009)

Sistem tagar memberikan label klasifikasi, yang mengkategorikan pesan, meningkatkan pencarian, dan menghubungkan suatu topik. Sistem tagar dapat membentuk jaringan publik, dapat menjadi sebuah gerakan, ataupun informasi yang dikembangkan melalui gagasan, berita, atau opini mengenai suatu topik. Penggunaan tagar dapat berisi kata-kata motivasi yang biasa digunakan sehari – hari seperti #KitaBisa atau #SenyumDulu. Tagar dapat digunakan juga untuk memasarkan suatu jenis produk seperti #jualasmurah atau #pemutihbadan. Tagar juga dapat mengkampanyekan suatu gerakan atau isu yang hangat atau darurat, misalnya #SaveKPK atau #WeAreAgainstAnimalTesting. Selain itu, tagar juga dapat menjadi alat untuk menemukan konten yang diinginkan, misalnya #lowongankerja. Kemampuan media sosial untuk menyebarkan informasi lewat fitur-fitur yang dimilikinya, termasuk *hashtags* inilah, yang lalu dimanfaatkan beberapa profesi tertentu, seperti buzzer, aktivis media sosial, humas (*public relation*) sebagai strategi kehumasan digital.

Aktivisme Online oleh Aktivis Media Sosial

Jones dan Chase (1979) mengemukakan peran aktivis adalah untuk menciptakan "kebutuhan yang dirasakan akan reformasi" Aktivis harus menetapkan legitimasi masalah yang mereka dukung sementara secara bersamaan merongrong legitimasi organisasi target mereka. Ini "kesenjangan legitimasi," yang menghasilkan urgensi solusi, menciptakan motivasi untuk aktivisme (Heath & Waymer, 2009). Taylor dan Sen Das (2010) mengusulkan bahwa tujuan aktivis sekarang adalah untuk menciptakan jaringan advokasi untuk menghasilkan dukungan untuk berbagai masalah yang saling terkait dalam gerakan sosial. Aktivisme sendiri didefinisikan sebagai "proses di mana kelompok-kelompok orang memberikan tekanan pada organisasi atau lembaga lain untuk mengubah kebijakan, praktik, atau kondisi yang menurut para aktivis bermasalah" (Smith, 2005). Aktivisme kini tidak hanya dapat dilakukan secara langsung atau *face to face*, tetapi juga secara digital. Atau dalam kata lain aktivisme membentuk gerakan sosial telah bergeser dari offline ke online, Aktivisme digital atau online merupakan penggunaan teknologi komunikasi elektronik seperti media sosial, email, dan podcast untuk berbagai bentuk aktivisme yang memungkinkan untuk berkomunikasi lebih cepat dengan gerakan sosial dan pengiriman informasi local kepada khalayak yang lebih luas. Penggunaan teknologi komunikasi elektronik dapat untuk aktivisme apapun terkait penggalangan dana, pembangunan komunitas, lobi, dan pengorganisasian (Pathak, 2013)

Aktivisme online termasuk aktivisme media sosial dilakukan oleh aktivis yang memanfaatkan ruang yang ada untuk melancarkan gerakannya, yang disebut sebagai *social media activists* (aktivis media sosial). Aktivisme yang digalakkan aktivis lewat media sosial mampu menyalurkan perspektif dan ideologi aktivis pada masyarakat (Dewantara & Widhyharto, 2016). Dikatakan juga bahwa aktivisme di media sosial, namun dalam penelitian tersebut lebih condong pada aktivisme kaum muda, menjadi kekuatan penyeimbang pemerintah, dimana ketika pemerintah tidak bisa menjangkau suatu isu di masyarakat, maka media sosial menjadi media publikasi aktivis untuk mengangkat isu ke publik (Dewantara & Widhyharto, 2016).

Slacktivism yang Muncul dari Penggunaan Tagar

Bersamaan dengan munculnya model gerakan sosial digital, kemudian terbentuklah suatu model partisipasi gerakan sosial yang disebut *slacktivism*. *Slacktivism* sendiri merupakan istilah yang muncul bersamaan dengan maraknya kampanye sosial dalam bentuk digital yang memanfaatkan berbagai platform sosial media, berasal dari kata *slack* yang berarti malas, dan *activism* atau aktivisme.

Media sosial telah mentransformasi gagasan serta mengubah cara individu melakukan interaksi. Sementara kemudahan *re-tweet* atau menyukai pesan aktivis telah menyebabkan beberapa orang menyebut istilah aktivisme online, "*slacktivism*" (Morozov, 2009), ketika diorganisir, bahkan "*slacktivists*" dapat mendatangkan malapetaka pada reputasi organisasi. *Slacktivism* kemudian dapat diartikan sebagai aktivitas atau partisipasi sosial yang terwujud dalam aktivitas semu digital misal dengan *like*, *retweet*, atau penandatanganan petisi online. *Slacktivism* adalah keinginan untuk menunjukkan suatu dukungan sosial tanpa mengeluarkan banyak biaya ketika menanggapi suatu isu sosial yang sedang terjadi, namun hal ini tidak diiringi dengan keinginan memberi suatu usaha yang benar – benar signifikan untuk membuat suatu perubahan yang berarti. Tidak selamanya aktivisme benar-benar mempengaruhi ataupun membawa perubahan sesuai tujuan yang diinginkan. *Slacktivism* seakan tidak memberi dampak dalam aktivisme online yang digalakkan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan paradigma post-positivistik. Post-positivistik tidak percaya pada sebab dan akibat yang ketat tetapi lebih mengakui bahwa semua sebab

dan akibat adalah probabilitas yang mungkin atau tidak mungkin terjadi (Creswell, 2014). Paradigma post-positivistik tidak bergantung kepada data-data gagasan, melainkan dilihat dari hubungan antara individu serta keterlibatan peneliti dalam menginterpretasikan praktik tersebut. Peneliti menggunakan paradigma post-positivistik karena penelitian ini tidak hanya bergantung pada data gagasan yang diperoleh sebelumnya, tetapi juga berdasarkan pada hasil pengamatan yang dilakukan (Daymon & Holloway, 2002). Dengan demikian, paradigma post positivistik akan mampu menyediakan ruang untuk mengeksplorasi penggunaan hashtag oleh *social activist* terhadap keterkaitan antar konsep CMC, media sosial, aktivisme *online* dan *slacktivism*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan kualitatif bersifat subjektif (epistemologis) dan induktif (metodologis). Pendekatan ini digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang membutuhkan penjelasan atau pemahaman secara lebih mendalam mengenai fenomena sosial yang bersangkutan, mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Dalam pendekatan kualitatif, proses pengumpulan data, analisa data, dan interpretasi data tidak terjadi secara linear, melainkan terjadi secara maju-mundur. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menciptakan konsep baru dan membangun kerangka teoritis (Djamba & Neuman, 2002).

Pendekatan kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan berbagai pertanyaan dan menjalani berbagai prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema yang khusus ke tema yang umum. Laporan akhir untuk penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel (Creswell, 2014).

John W. Creswell terkait desain penelitian, mengatakan dalam tulisannya bahwa sebuah interpretasi atas data menjadi poin penting penelitian kualitatif. Dalam usaha memahami hal tersebut, peneliti tidak dapat melepaskan diri dari subjektivitas, atau kacamata yang digunakan si peneliti. Sejalan dengan metode tersebut, tulisan ini akan menggunakan logika induktif. Dalam pola pikir induktif, seorang peneliti akan bergerak dari hal khusus dahulu, lalu ke hal umum. Dengan demikian, penulis akan mengumpulkan data yang bisa diambil yang berhubungan dengan #dirumahaja pada awal hashtag tersebut muncul sehingga penelitian ini

dibuat. Kemudian data - data tersebut akan dikategorikan dan dideskripsikan. Setelah itu, penulis akan melakukan interpretasi sesuai dengan tinjauan literatur dan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.

Pendekatan kualitatif dilakukan berdasarkan tinjauan literatur (*literature review*). Tinjauan literatur sebagai bagian dari artikel empiris memainkan fundamental peran mengungkap teori, atau teori yang menopang argumen tulisan, atau latar belakang yang merupakan pengetahuan terkait. Ini menetapkan batas diskusi, dan mendefinisikan dan mengklarifikasi konsep utama yang akan digunakan. Menyusun bagian tinjauan literatur dari sebuah tulisan harus berkaitan dengan tiga tujuan: menetapkan latar belakang teoritisnya, mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur, dan mendefinisikan konsep-konsep kunci yang akan digunakan. Menetapkan latar belakang teoritis berarti, menempatkan tulisan dalam suatu teori atau teori yang mendukung dan digunakan dalam argumen. Sangat berguna untuk menyeimbangkan teks-teks klasik, yang telah membentuk diskusi, dengan referensi kontemporer, yang menunjukkan keadaan lapangan saat ini. Mengidentifikasi kesenjangan mengacu pada titik yang hilang dalam pengetahuan kita saat ini tentang suatu subjek, atau ke diskusi yang dilakukan secara tidak tepat, dan tinjauan literatur harus menunjukkannya. Referensi kontemporer dan baru-baru ini sangat penting untuk klaim kontribusi, karena mereka menyuguhkan aktualitas. Menentukan konsep-konsep kunci meliputi semua konsep kunci yang digunakan dalam tulisan harus didefinisikan dengan jelas, serta bagaimana mereka saling berhubungan. Namun, tinjauan literatur tidak boleh membatasi dirinya pada daftar konsep dan definisi konstruksi menurut Sutton & Staw, 1995, harus menyajikan bagaimana mereka saling berhubungan dan bagaimana mereka akan digunakan untuk mendukung argumen (Nakano & Muniz, 2018).

Strategi dan desain penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan pendekatan yang melibatkan eksplorasi mendalam dari sebuah kasus yang diteliti (McDuffie & Scruggs, 2008). Dalam suatu studi kasus, terdapat kriteria dimana studi kasus penelitian tidak didefinisikan oleh metodologi tertentu namun dengan objek penelitian (Stake, 2005 dalam Fitrah & Luthfiyah, 2017). Penelitian dengan metode studi kasus melibatkan kasus dalam konteks kehidupan nyata, kontemporer atau pengaturan. Kasus yang dimaksud dapat berupa entitas konkret, seperti individu, grup kecil, organisasi, atau kemitraan. Pada tingkat yang kurang konkret, itu bisa berupa komunitas, hubungan, proses pengambilan

keputusan, atau proyek tertentu (Yin, 2014). Pada penelitian ini pembahasan difokuskan pada *social media activist* sebagai objek penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *desk review/desk research*. *Desk review/desk research* diperlukan untuk mencari rujukan teoritis dan konseptual yang selaras dan sesuai untuk menjawab dengan permasalahan yang ditemukan (Loredana Ingrosso et al., 2015). Hasil dari *desk review* ini menjadi data primer. *Desk review* dilakukan kepada akun media sosial *social activist*, baik Twitter, Instagram dan Youtube untuk mengetahui lebih mendalam mengenai berbagai aktivitas dan inisiatif yang dilakukan olehnya dalam mencapai tujuan lewat tagar yang digagas. Selain itu, *desk review* juga dilakukan pada akun media sosial khalayak yang menggunakan tagar yang digagas sebagai respon dan melihat sejauh mana tagar tersebut berpengaruh terkait aktivisme yang dilakukan, atau bahkan menunjukkan *slacktivism*.

Proses analisa data dalam penelitian kualitatif terjadi dalam pola yang fleksibel, maju mundur selama proses penelitian berlangsung terjadi dalam mengolah data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis model interaktif dengan empat prosedur yaitu : pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hal ini merupakan proses analisis siklus dan interaktif sebagai suatu yang saling berhubungan pada saat sebelum, selama dan sesudah pengumpulan data (Matthew B.Miles, 1994). Analisis data dalam pendekatan kualitatif mengaitkan pernyataan yang menggambarkan fenomena, mengklasifikasikannya, dan melihat konsep-konsep terkoneksi secara komprehensif sebagai hasil penelitian ilmiah (Dey, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada 14 Maret 2020, seorang *social media activist*, Najwa Shihab yang merupakan pencetus media digital Narasi TV, mulai mengkampanyekan gerakan berdiam diri di rumah selama Indonesia menghadapi pandemi virus corona. Najwa menggaungkan aksinya tersebut lewat tagar #dirumahaja di akun media sosialnya yang mana meminta agar seluruh masyarakat meminimalisir aktivitas di luar rumah. Kampanye tersebut digalakkan sebagai upaya menekan penyebaran virus corona. Gerakan sosial #dirumahaja digagas Najwa dengan tujuan agar masyarakat dapat meningkatkan kesadaran diri akan pentingnya menerapkan *social distancing*. Najwa mengunggah ulang konten dari instagram akun @narasi.tv yang diunggah pada 13 Maret 2020, yang berisi pesan berupa himbuan bagi masyarakat agar sebisa mungkin melakukan kegiatan di rumah, dan jika tidak mendesak maka

tidak perlu keluar rumah (Tempo.co, 2020). Aktivis media sosial itu mengajak *followers* nya untuk membantu menyebarkan tagar #dirumahaja lewat media sosial sehingga semakin banyak orang yang peka dan mengetahuinya. Tagar #dirumahaja lalu menyebar dan terus digaungkan. Dua hari setelah Najwa memperkenalkan tagar ini lewat twitter dan instagram Narasi TV pada 14 Maret 2020, yakni tanggal 16 Maret 2020, tagar tersebut dicuitkan netizen hingga mencapai 37.400 di hari itu (Tribunnews, 2020).

Berawal dari tagar yang digagas oleh *social media activist* ini, mulailah berbagai aksi dibentuk dengan melibatkan tagar dirumahaja sebagai aktivisme yang. Najwa lewat Narasi TV, bekerjasama dengan sejumlah musisi Indonesia bersatu dan terlibat dalam gerakan yang mengkampanyekan agar masyarakat melakukan kegiatan dari rumah. Gerakan ini bertujuan untuk menekan penyebaran covid-19. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah dengan turut menghibur masyarakat agar betah di rumah dengan menyuguhkan konser musik online. Konser musik yang dapat dinikmati secara visual ini dinamakan 'Konser Musik #dirumahaja. Selain dapat menghibur masyarakat selama berada di rumah, sejumlah musisi yang terlibat juga menunjukkan bahwa mereka tetap dapat bermusik dan menampilkan karyanya meski tidak keluar rumah lewat penampilan secara langsung yang dapat disaksikan online.

Konser ini digelar tidak hanya untuk menghibur masyarakat selama berada di rumah, tetapi juga sekaligus menggalang dana untuk penanganan covid-19. Oleh karena itu, konser ini juga dapat menghibur masyarakat yang tetap harus bekerja di luar karena tidak memiliki pilihan. Uang dari hasil penggalangan dana diperuntukkan bagi tenaga medis yang menangani pasien covid-19, serta keperluan terkait lainnya.

Najwa lewat video di akun Instagramnya mengatakan bahwa konser yang digelar selama empat hari yaitu dari tanggal 25 hingga 28 Maret 2020 dari rumah, merupakan bagian dari gerakan kampanye #dirumahaja, sebagai bentuk kepedulian para musisi tanah terhadap situasi yang sedang dihadapi Indonesia. Video di media sosial tersebut juga menampilkan musisi yang terlibat dalam Konser Musik #dirumahaja, seperti Achmad Albar, Raisa, Andien, Trio Lestari, Hivi, Ardhito Pramono, Efek Rumah Kaca, dan lainnya menyanyikan lagu berjudul 'Rumah Kita' yang sebelumnya pernah dipopulerkan oleh GodBless. Video tersebut merupakan gaya ajakan yang unik yang diharapkan dapat menginspirasi dan mendorong masyarakat

Indonesia tetap kreatif selama berada di rumah. Aktivis yang menjadi penggalang tagar ini juga, melalui media sosialnya mengajak para pengikutnya untuk ikut berdonasi lewat salah satu *fundraising platform* yaitu Kitabisa.com. (Indozone.com, 2020).

Konser online ini dapat disaksikan oleh masyarakat lewat live streaming di situs web Narasi TV www.narasi.tv serta akun Youtube Najwa Shihab @narasi.tv. Seluruh biaya produksinya, serta musisi-musisi yang terlibat berkontribusi secara pro bono. Hasil penggalangan dana yang terkumpul dari konser ini seratus persen disalurkan pada kelompok rentan seperti masyarakat kecil terdampak covid-19 dan juga tenaga medis. Hasil donasinya ini didistribusi pada program-program yang telah berjalan yang dilakukan oleh sejumlah lembaga terkurasi bersama Kitabisa.com yang meliputi lima program yakni #BisaMakan, #BisaSteril, #Sembako14hari, #RantangHati dan #BelajardiRumah (Liputan6.com, 2020b).

Dari hari pertama konser tersebut diselenggarakan, sampai hari terakhir, 'Konser Musik #dirumahaja' mampu mengumpulkan dana hingga mencapai 9 miliar rupiah. Menurut Najwa, selama konser tersebut berlangsung empat hari, dana yang terkumpul mengalami peningkatan signifikan pada hari terakhir. Para musisi tampil bergantian sambil mengajak masyarakat yang menonton untuk berdonasi serta memberi pesan agar masyarakat tetap di rumah saja demi menekan penyebaran covid-19 (Kompas.com, 2020)

Tidak hanya lewat konser online, aktivisme terus dilakukan aktivis dalam bentuk lainnya. Najwa, aktivis media sosial disini sebagai penggalang tagar dalam penelitian ini, terus membagikan kegiatan yang dilakukannya yang diunggah di akun media sosialnya, baik Twitter, Instagram, dan Youtube dengan selalu memunculkan #dirumahaja. Salah satu kegiatan lain yang ia bagikan adalah unggahan di akun Instagramnya, berupa foto dan cerita di keterangan foto tersebut mengenai dirinya yang mewarnai rambut sendiri namun gagal. Ia menceritakan bahwa hasil warna rambut berbeda dengan tampilan pada kemasan cat yang ia beli (Tribunnews.com, 2020).

Aktivisme tagar #dirumahaja yang digagas aktivis media sosial ini tidak hanya menyebar luas dan mempengaruhi masyarakat. Sejak digaungkannya tagar ini oleh aktivis media sosial, pengguna media sosial merespon dengan menunjukkan bahwa gerakan untuk beraktivitas dari rumah saja benar-benar dijalankan lewat unggahannya. Baik selebriti, musisi, dan pengguna media sosial lainnya, turut mengunggah ke media sosial kegiatan-kegiatan mereka selama berada di rumah dengan #dirumahaja. Kegiatan-kegiatan

tersebut antara lain ada yang mengunggah foto dirinya sedang memasak, membantu anak melakukan kegiatan belajar di rumah seperti yang diunggah akun Instagram @monaratuliu, foto bersantai bersama keluarga, olahraga, bersepeda, berjemur dan lainnya menggunakan tagar #dirumahaja (Liputan6.com, 2020). Selain itu, temuan lainnya adalah unggahan selebgram Hani Kenisha yang mengunggah video di akun Instagramnya, @hanikenisha96 pada tanggal 22 Maret 2020, yang memperlihatkan dirinya sedang membereskan rumah. Lalu dalam penggalan tulisan di kolom keterangan, ia menulis “Kegiatan kalian apa guys hari ini untuk team #dirumahaja?”

Respon lain yang menunjukkan aktivisme ini benar-benar mempengaruhi masyarakat misalnya saja cuitan pengguna media sosial Twitter. Pengguna media sosial Twitter juga turut mengunggah konten dengan memunculkan tagar #dirumahaja. Misalnya saja di Twitter, akun @_angka7 mengunggah cuitan berupa video dirinya bermain gitar dengan keterangan tulisan “*Jamming* virtual #dirumahaja Paramore – Still into You”. Selain itu akun @thisissuci mengunggah cuitan yang berisi ajakan untuk tetap berolahraga selama berada di rumah, ia menulis langkah-langkah yang bisa dilakukan seperti *push up*, *squat*, dan lainnya. Selain itu juga banyak pengguna media sosial lain yang mengunggah kreasi mereka dalam mengolah makanan atau minuman. Contohnya *dalgona coffee*, kreasi minuman yang awalnya berasal dari Korea Selatan, viral di media sosial sejak *social distancing* di Indonesia mulai digalakkan. Pengguna media sosial mulai mencoba untuk membuat jenis minuman ini di rumah dengan kreasi versi mereka sendiri yang diunggah ke sosial media dengan tagar #dirumahaja.

Hasil penelusuran lain yang ditemukan adalah unggahan video lewat aplikasi TikTok yang kerap diunggah di media sosial Instagram, Twitter, maupun Youtube. Aplikasi ini membuat netizen berkreasi membuat video untuk mengisi hari-hari mereka selama berada di rumah, lewat tantangan makeup secara bergantian oleh beberapa orang di rumah masing-masing lalu digabungkan menjadi satu video. Tantangan tersebut dinamakan “*Pass The Brush Challenge*”, yang lalu video TikTok tersebut dapat diunggah ke media sosial lain dengan tagar #dirumahaja. Temuan lainnya adalah akun Instagram @lala-sulfa, pada salah satu unggahannya, ia memberi referensi buku yang dapat dibaca untuk mengisi waktu selama berada di rumah dengan disertai tulisan dalam kolom keterangan “Ada berapa buku yang sudah kamu baca selama #dirumahaja?”, tulis pemilik akun tersebut.

Tagar #dirumahaja membantu pemerintah dalam mengkampanyekan program pemerintah menekan penyebaran covid-19 dengan

menganjurkan masyarakat berada di rumah saja sebagai wujud *social distancing* selama pandemi. Pemerintah juga turut menggunakan tagar ini dalam mempublikasikan anjuran *social distancing* di Indonesia. Contohnya saja pada akun Instagram Kementerian Kominfo @kemenkominfo, pada tanggal 20 Maret 2020, mengunggah konten berupa pedoman *work from home*, yang dalam penggalan tulisan di kolom keterangannya menyertakan tagar #dirumahaja. Sedangkan, pada unggahan konten sebelumnya, tanggal 19 Maret 2020, akun @kemenkominfo masih menggunakan tagar lain yaitu #yukdirumahaja dalam unggahannya terkait *social distancing*.

Berbagai temuan di atas merupakan respon terhadap aktivisme yang dilakukan *social media activist* yang menunjukkan keberhasilan. Namun, aktivisme online kerap kali menunjukkan *slacktivism*. *Slacktivism* menunjukkan dukungan dalam isu maupun gerakan sosial tanpa adanya aksi nyata dan hanya memuaskan ego pribadi dalam gerakan tersebut. Tindakan ini dinilai hanya memberi sedikit pengaruh yaitu membuat orang yang melakukannya merasa puas telah ambil bagian atau terlibat dalam aktivisme. Upaya yang dilakukan orang tersebut sangat rendah dan tidak benar-benar membawa pengaruh pada aktivisme, hanya memberikan kepuasan tersendiri karena menganggap tindakannya adalah sebuah kontribusi. Dalam temuan, banyak pengguna media sosial yang hanya melakukan upaya minimal dalam mendukung aktivisme seperti menekan “like” atau pun *retweet* cuitan. *Slacktivism* yang ditemukan pada tagar #dirumahaja juga kerap memperlihatkan bagaimana *slacktivist* menggunakan tagar tersebut tanpa kontribusi nyata dari aktivisme yang dikampanyekan, yaitu berada di rumah selama pandemi. Misalnya saja akun Instagram @annisa_chaa yang menggunakan tagar #dirumahaja tetapi konten yang diunggah tidak sesuai aktivisme yang dimaksud oleh aktivis media sosial pengagas tagar. Konten tersebut berupa foto sang pengguna berada di mobil tanpa menggunakan masker. Konten serupa juga diunggah pengguna media sosial lain yaitu akun Instagram @intansaraswati yang menunjukkan dirinya berada di mobil bukan di rumah namun menggunakan tagar #dirumahaja dalam kolom keterangannya. Konten ini tentu tidak sesuai dengan tagar #dirumahaja yang digagas aktivis dengan tujuan masyarakat tetap melakukan kegiatan sehari-hari di dalam rumah selama pandemi. Namun, *slacktivists* tetap memiliki peran dalam eksistensi gerakan #dirumahaja.

KESIMPULAN

Social media activist, Najwa Shihab sebagai penggagas tagar mampu membawa pengaruh terhadap gerakan yang ia kampanyekan. Najwa berhasil memanfaatkan media sosial untuk melakukan aktivisme online dengan tujuan masyarakat melakukan gerakan yang dikampanyekan yaitu untuk tetap berada di rumah selama pandemi covid-19. Respon dari pengguna sosial terhadap aktivisme online ini menjadi tolak ukur keberhasilan *social media activist* dalam mencapai tujuan yaitu masyarakat berada di rumah demi menekan penyebaran covid-19. Reaksi masyarakat yang ditunjukkan lewat upaya mereka dari berbagai unggahan dengan melibatkan tagar #dirumahaja yang menunjukkan kegiatan mereka saat berada di rumah selama pandemi, menjadi bukti bahwa gerakan yang digagas oleh *social media activist* lewat tagar, benar-benar berdampak dan dilakukan. Namun, tidak sedikit yang hanya menjadi *slacktivist* dengan upaya minimal dan tidak menunjukkan aksi nyata. Meski begitu, *slacktivism* tetap memberi pengaruh walaupun sedikit, yakni tagar semakin menyebar luas dan diketahui oleh lebih banyak lagi orang, sehingga peluang masyarakat untuk berpartisipasi meningkat seiring bertambahnya jumlah orang yang mengetahui informasi adanya tagar #dirumahaja.

REFERENSI

- Atzori, L., Iera, A., & Morabito, G. (2010). The Internet of Things: A survey. *Computer Networks*, 54(15), 2787–2805. <https://doi.org/10.1016/j.comnet.2010.05.010>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Research design Qualitative quantitative and mixed methods approaches. *Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches*.
- Daymon, Christine & Holloway, Immy. (2002). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. London: Routledge.
- Dewantara, R. W., & Widhyarto, D. S. (2016). Aktivisme dan Kesukarelawanan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 19(1), 40. <https://doi.org/10.22146/jsp.10855>
- Dey, I. (2003). Qualitative data analysis: A user-friendly guide for social scientists. In *Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide for Social Scientists*. <https://doi.org/10.4324/9780203412497>
- Djamba, Y. K., & Neuman, W. L. (2002). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Teaching Sociology* (Vol. 30, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/3211488>
- Indozone.com. (2020, March 23). *Musisi Indonesia Bersatu Suguhkan Konser Musik Online #DiRumahAja* | *Indozone.id*. <https://www.indozone.id/music/Byskg1/musisi-indonesia-bersatu-suguhkan-konser-musik-online-dirumahaja>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kompas.com. (2020, March 29). *Digelar 4 Hari, Konser #dirumahaja Berhasil Galang Dana Rp 9 Miliar*. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/03/29/165143766/digelar-4-hari-konser-dirumahaja-berhasil-galang-dana-rp-9-miliar>
- Lee, Y. H., & Hsieh, G. (2013). Does slacktivism hurt activism?: The effects of moral balancing and consistency in online activism. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, April*, 811–820. <https://doi.org/10.1145/2470654.2470770>
- Liputan6.com. (2020a, March 26). *Cegah Corona, Ini Kegiatan 10 Artis saat Habiskan Waktu "di Rumah Aja" - Hot Liputan6.com*. <https://hot.liputan6.com/read/4211349/cegah-corona-ini-kegiatan-10-artis-saat-habiskan-waktu-di-rumah-aja>
- Liputan6.com. (2020b, March 26). *Krisis Corona COVID-19, Bikin Seru di Rumah Aja dengan Nonton Konser Online - Lifestyle Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4211562/krisis-corona-covid-19-bikin-seru-di-rumah-aja-dengan-nonton-konser-online>
- Loredana Ingrosso et al. (2015). Quality of life in mental health services with a focus on psychiatric rehabilitation practice. *Ann Ist Super Sanità*, 47(4), 363–372. <https://doi.org/10.4415/ANN>

- Matthew B.Miles, A. M. H. (1994). An analytic approach for discovery. In *CEUR Workshop Proceedings*. Sage Publications.
- McDuffie, K. A., & Scruggs, T. E. (2008). The contributions of qualitative research to discussions of evidence-based practice in special education. *Intervention in School and Clinic*, 44(2).
<https://doi.org/10.1177/1053451208321564>
- Morozov. (2009). *From slacktivism to activism – Foreign Policy*.
<https://foreignpolicy.com/2009/09/05/from-slacktivism-to-activism/>
- Nakano, D., & Muniz, J. (2018). Writing the literature review for empirical papers. *Production*, 28(March), 0–9.
<https://doi.org/10.1590/0103-6513.20170086>
- Pathak, J. P. (2013). Digital Activism through social media; its applicability in creating political awareness in India. *Ugc Sponsored National Seminar on “Popular Culture: A Cliché or Empowering the Masses?”*
- ReadWriteWeb.com. (2011). *The First Hashtag Ever Tweeted on Twitter - They Sure Have Come a Long Way - ReadWrite*.
https://readwrite.com/2011/02/04/the_first_hashtag_ever_tweeted_on_twitter_-_they_s/
- Romiszowski, A., & Mason, R. (2002). *COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION*. 397–432.
- Sagolla, D. (2009). *140 Characters : A Style Guide for a Short Forms*. Hoboken. 197.
- Smith, M. (2005). Ecological citizenship and ethical responsibility: Arendt, Benjamin and political activism. *Environments*, 33(3).
- Sosiawan, E. A., & Wibowo, R. (2019). Model dan Pola Computer Mediated Communication Pengguna Remaja Instagram dan Pembentukan Budaya Visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 147.
<https://doi.org/10.31315/jik.v16i2.2698>
- Tempo.co. (2020, March 15). *Wabah Corona Meluas, Najwa Shihab Kampanye di Rumah Saja - Seleb Tempo.co*.
<https://seleb.tempo.co/read/1319756/wabah-corona-meluas-najwa-shihab-kampanye-di-rumah-saja>
- Thurlow et al. (2004). *Computer Mediated Communication : Social Interaction and The Internet*. In *Computer Mediated Communication : Social Interaction and The Internet*. Sage Publications.
<http://www.geog.ucsb.edu/~kclarke/Geography183/Lecture09.pdf>
- Tribunnews.com. (2020, April 15). *Isolasi Diri di Rumah, Najwa Shihab Bagikan Aktivitas di Sela Harinya: Cat Rambut hingga Nostalgia - Tribunnewsmaker.com*.
<https://newsmaker.tribunnews.com/2020/04/15/isolasi-diri-di-rumah-najwa-shihab-bagikan-aktivitas-di-sela-harinya-cat-rambut-hingga-nostalgia>
- Tribunnews. (2020, March 16). *Najwa Shihab Gaungkan Gerakan #dirumahaja, Efektif Tekan Penyebaran Virus Corona - Warta Kota*.
<https://wartakota.tribunnews.com/2020/03/16/najwa-shihab-gaungkan-gerakan-dirumahaja-efektif-tekan-penyebaran-virus-corona>
- White, C. M. (2012). *Social Media, Crisis Communication, and Emergency Management*. CRC Press.
<http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Yin, Robert K. (2014). *Studi Kasus Desain dan Metode (Cetakan Ke-13)*. Jakarta: Rajawali Pers.

PROFIL PENULIS

Nadia Raissa, lahir di Jakarta, 28 Januari 1995. Meraih gelar Sarjana Ilmu Politik (S.IP) dari Universitas Indonesia pada tahun 2018. Kemudian melanjutkan program magister Manajemen Komunikasi di Universitas Indonesia tahun 2019. Saat ini bekerja di MNC media sebagai reporter. Penulis dapat dihubungi pada alamat email: raissanadia28@gmail.com

Dr. Irwansyah, S.Sos, M.A. memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) dari jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara (FISIP USU) 1991-1994; Master of Arts (M.A.) dari School of Communication, College of Social Science, University of Hawaii at Manoa (UHM), Honolulu, Amerika Serikat (2003-2004); Doktor (Dr.) dari Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia (FISIP UI) 2007-2010 (Cum Laude). Dengan pengalaman sejak tahun 1991 hingga sekarang bergelut secara linier dalam interdisiplin, multidisiplin, dan transdisiplin dalam basis Ilmu Komunikasi yang diaplikasikan dalam berbagai bidang keilmuan lainnya,