

Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., M.A., MBA.



Digital Advocacy & Activism

Teori dan Praktik Advokasi Digital di Era Platform

Digital Advocacy & Activism

Teori dan Praktik Advokasi Digital di Era Platform

Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., M.A., MBA.



PT YAPINDO JAYA ABADI

Anggota IKAPI: No. 627/DKI/2023

Digital Advocacy & Activism

Teori dan Praktik Advokasi Digital di Era Platform

Penulis	: Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., M.A., MBA.
ISBN	: 978-634-7789-15-0 (PDF)
Penyunting Naskah	: Rikhanatus Saliha, S.Sos.
Tata Letak	: Rikhanatus Saliha, S.Sos.
Desain Sampul	: Novikean Keysah Sanisri

PT Yapindo Jaya Abadi

Jl. Tanjung Duren Raya No. 89 C RT 06/RW 05, Kelurahan Tanjung Duren Selatan, Kecamatan Grogol Petamburan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11470

EMail : yapjadi@gmail.com

Website : yapindo.co.id

© Hak cipta dilindungi oleh undangundang

Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan pengumuman.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit. Ketentuan Pidana Sanksi Pelanggaran Pasal 2 UU Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta.

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masingmasing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (Tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyerahkan, menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Banyak perubahan besar lahir dari keberanian untuk bersuara. Dari kasus Prita Mulyasari pada 2008, ketika sebuah email keluhan berubah menjadi perkara hukum nasional, hingga gelombang #ReformasiDikorupsi yang memenuhi jalanan dan media sosial satu dekade kemudian, Indonesia telah menjadi ruang hidup bagi tumbuhnya advokasi digital. Perubahan tidak lagi hanya berlangsung di ruang rapat atau mimbar politik, tetapi juga di layar ponsel, kolom komentar, dan linimasa yang kita lihat setiap hari.

Buku ini lahir dari keyakinan bahwa memahami advokasi dan aktivisme digital bukan hanya kebutuhan akademis, melainkan keterampilan penting bagi siapa pun yang ingin berkomunikasi dan terlibat dalam perubahan sosial di Indonesia hari ini.

Menulis tentang dunia digital selalu menghadirkan tantangan tersendiri. Platform berubah cepat, algoritma terus berganti, dan cara publik merespons isu tidak pernah benar-benar tetap. Karena itu, buku ini tidak berusaha mengejar setiap tren yang datang dan pergi. Sebaliknya, saya mencoba membangun fondasi yang lebih tahan lama: memahami cara gerakan sosial bekerja, bagaimana isu dibingkai, bagaimana narasi dibangun, dan bagaimana komunikasi strategis dijalankan di ruang digital.

Empat belas bab dalam buku ini disusun secara bertahap. Bagian awal membahas fondasi konseptual advokasi digital, teori gerakan sosial, media, partisipasi publik, hingga etika dan risiko komunikasi digital. Bagian berikutnya berfokus pada keterampilan praktis seperti menganalisis kampanye, membangun narasi, mengelola krisis, memproduksi konten, dan mendistribusikan pesan, sementara bagian terakhir mengintegrasikan seluruh pembahasan ke dalam perencanaan kampanye, evaluasi dampak, dan penyusunan proyek advokasi digital. Materi materi tersebut

dikembangkan dan diorganisasikan dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan generatif sebagai asisten penulisan. Namun seluruh gagasan, validasi isi, dan tanggung jawab akademis tetap sepenuhnya berada pada saya sebagai penulis.

Terima kasih kepada para mahasiswa yang selama bertahun-tahun telah menjadi partner diskusi di ruang kelas, yang melalui pertanyaan, kritik, dan percakapan yang sering kali justru melahirkan gagasan-gagasan baru. Terima kasih juga kepada para aktivis, jurnalis, dan peneliti komunikasi Indonesia yang pengalamannya serta praktiknya menjadi sumber pembelajaran penting dalam buku ini.

Kepada keluarga tercinta — Ibuku A. Nur Erny, Ayahku A. Mallanti, Istriku Kurnia Beti, dan Anakku Praya — terima kasih atas doa, cinta, dan kesabaran yang selalu menjadi tempat saya pulang dan berkeluh kesah.

Saya menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, saya berharap buku ini tidak berhenti sebagai bacaan semata, melainkan menjadi titik awal untuk terus mengamati, mempertanyakan, dan terlibat dalam perubahan yang terus berlangsung di ruang digital kita.

Jakarta, 2026

Andi Pajolloi Bate

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
Pedoman Penggunaan Buku	1
Bab 1: Sejarah dan Ekosistem Advokasi Digital	4
1.1 Ketika Satu Email Mengubah Segalanya	4
1.2 Mendefinisikan Advokasi Digital	6
1.3 Tiga Dimensi Analitis Advokasi Digital	8
1.4 Tiga Gelombang Advokasi Digital: Tinjauan Historis.....	9
1.5 Ekosistem Aktor Advokasi Digital.....	13
1.6 Karakteristik Unik Advokasi Digital Indonesia	17
Bab 2: Gerakan Sosial dan Aktivisme di Era Digital	26
2.1 Satu Tagar, Satu Juta Suara	26
2.2 Tiga Teori Gerakan Sosial.....	27
2.3 Connective Action: Logika Baru Mobilisasi Digital.....	31
2.4 Framing Gerakan Sosial	33
2.5 Hashtag Activism: Kekuatan dan Keterbatasannya	36
Bab 3: Teori Media dan Partisipasi Publik Digital.....	43
3.1 Siapa yang Menentukan Apa yang Penting?	43
3.2 Agenda Setting dan Perkembangannya	44
3.3 Platform Affordances: Mengapa Platform Bukan Sekadar Alat	46
3.4 Filter Bubble dan Echo Chamber: Membedakan Mitos dari Realitas	48
3.5 Ruang Publik Digital: Janji dan Kenyataan	49
Bab 4: Etika dan Risiko dalam Advokasi Digital	56

4.1 Ketika Niat Baik Tidak Cukup: Pelajaran dari Kony 2012..	56
4.2 Lima Prinsip Etika Advokasi Digital	57
4.3 Risiko Utama dalam Advokasi Digital.....	59
4.4 Dilema Etis dalam Penggunaan Testimonial.....	62
Bab 5: IsuIsu Strategis: Algoritma, Disinformasi, dan Represi Digital.....	69
5.1 Ketika Algoritma Membungkam.....	69
5.2 Logika Algoritmik dan Konsekuensinya bagi Advokasi	70
5.3 Tipologi Information Disorder	73
5.4 Represi Digital di Indonesia	75
Bab 6: Analisis Kampanye Advokasi Digital.....	83
6.1 Mengurai Anatomi Sebuah Kampanye	83
6.2 Kerangka Empat Dimensi Analisis Kampanye	84
6.3 Studi Kasus I: #ReformasiDikorupsi (2019).....	86
6.4 Studi Kasus II: #100HariKanjuruhan (2022–2023)	88
6.5 Lima Faktor Keberhasilan Kampanye.....	89
Bab 7: Manajemen Krisis Komunikasi dalam Advokasi Digital	96
7.1 Tidak Ada Kampanye Tanpa Risiko Krisis.....	96
7.2 SCCT: Kerangka Analitis Manajemen Krisis	97
7.3 Siklus Hidup Krisis dan Respons yang Tepat	101
7.4 Crisis Communication Plan untuk Organisasi Advokasi ...	102
Bab 8: Framing Isu dan Melawan Disinformasi.....	108
8.1 Dua Berita, Satu Peristiwa.....	108
8.2 Model Framing Entman: Empat Fungsi	109
8.3 Framing dan CounterFraming di Indonesia.....	111
8.4 Strategi Prebunking dan Inokulasi	113
Bab 9: Strategi Konten Digital untuk Advokasi	119

9.1 Dari 'Asal Posting' ke Strategi Konten	119
9.2 Tiga Pilar Konten Advokasi	120
9.3 Format Konten dan Panduan Pemilihan	122
9.4 Editorial Calendar: Dari Reaktif ke Strategis	123
Bab 10: Narasi dan Storytelling dalam Kampanye Advokasi Digital	129
10.1 Mengapa Data Tidak Cukup: Ilmu Neuronarasi	129
10.2 Hero's Journey: Struktur Narasi Universal	131
10.3 Model VictimVillainHero	133
10.4 Fisher Narrative Paradigm: Mengevaluasi Kualitas Narasi	135
10.5 Etika dalam Penggunaan Kisah dan Testimonial	136
Bab 11: Platform Media Sosial dan Distribusi Pesan Advokasi	144
11.1 Satu Konten, Lima Nasib Berbeda	144
11.2 Profil Enam Platform Utama untuk Advokasi	145
11.3 Strategi Distribusi MultiPlatform	148
11.4 Owned Media: Fondasi yang Tahan Algoritma	149
Bab 12: Perancangan Kampanye Advokasi Digital	155
12.1 Dari Kepedulian ke Kampanye yang Sistematis	155
12.2 Theory of Change: Tulang Punggung Kampanye	156
12.3 PowerInterest Grid: Pemetaan Pemangku Kepentingan ..	159
12.4 Tujuan SMART dan Matriks KPI	161
12.5 Taktik Terintegrasi dan Campaign Brief	163
Bab 13: Dampak Kampanye Advokasi Digital	169
13.1 Dua Momen yang Sangat Berbeda	169
13.2 Kerangka AMEC: Mengevaluasi di Empat Tingkat	170
13.3 Vanity Metrics vs. Meaningful Metrics	172

13.4 Laporan Evaluasi yang Jujur: Mendokumentasikan Kegagalan.....	175
Bab 14: Presentasi dan Proyek Akhir.....	181
14.1 Ketika Rencana Bertemu Kenyataan.....	181
14.2 Struktur Presentasi Enam Bagian	182
14.3 Mempersiapkan dan Menavigasi Sesi TanyaJawab	185
14.4 Umpan Balik Sejawat yang Bermakna.....	186
14.5 Refleksi Pembelajaran: Panduan	188
Profil Penulis	196
Daftar Pustaka.....	197
Glosarium	202
Lampiran	208



#ReformasiDikorupsi. #SaveKPK. #100HariKanjuruhan.

Tagar-tagar ini bukan sekadar tulisan di layar ponsel — ia adalah bukti bahwa warga biasa, tanpa jabatan dan tanpa modal besar, mampu menggerakkan perubahan yang nyata. Buku ini hadir untuk memastikan bahwa gerakan seperti itu tidak hanya terjadi secara kebetulan, tetapi dapat dirancang, dijalankan, dan dievaluasi secara sistematis.

Digital Advocacy and Activism: Teori dan Praktik Advokasi Digital di Era Platform

mengajak pembaca melewati tiga fase yang tidak dapat dipisahkan: memahami fondasi teoretis advokasi digital, mengembangkan keterampilan analitis dan produksi, serta merancang kampanye yang terencana dan terukur dampaknya. Melalui empat belas bab yang kontekstual terhadap realitas Indonesia, buku ini membahas ekosistem gerakan sosial digital, logika algoritma platform, strategi framing dan narasi, manajemen krisis komunikasi, hingga evaluasi dampak kampanye berbasis kerangka AMEC.

Ditulis dengan gaya yang akademis sekaligus terapan, buku ini cocok digunakan sebagai teks perkuliahan maupun referensi bagi praktisi komunikasi, aktivis, dan siapa pun yang ingin memahami bahwa perubahan sosial hari ini tidak selalu dimulai dari gedung parlemen — ia bisa dimulai dari satu tagar yang tepat, pada momen yang tepat, oleh siapa saja yang cukup paham untuk menggunakannya.