

**Sikap Komunikatif Aktivistis Mahasiswa Papua di Bandung pada Tagar  
#PapuaBukanMonyet  
(Studi Kualitatif Deskriptif Penyebaran Pesan Anti Rasisme di Twitter melalui Tagar  
#PapuaBukanMonyet)**

**Mara Sauvika Oktaviarawati<sup>1</sup>, Muhammad Sufyan Abdurrahman, S.Sos., M.M.<sup>2</sup>**

**Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom  
vikaviara@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>,  
muhammadsufyan@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>**

---

**ABSTRAK**

Rasisme adalah sebuah isu yang masih belum bisa terlepas dari kehidupan manusia dalam menjalani kehidupan sosialnya. Di Indonesia rasisme juga terjadi, hal ini terjadi karena kondisi geografis Indonesia yang sangat luas, banyaknya jumlah penduduk di Indonesia dengan beragam ras dan suku menyebabkan Indonesia sangat rentan dengan masalah diskriminasi ras dan etnis. Contoh kasus rasisme yang terjadi di Indonesia adalah rasisme terhadap masyarakat Papua, salah satunya adalah peristiwa yang menimpa mahasiswa Papua di Surabaya pada tanggal 16 Agustus 2019. Pada peristiwa tersebut, munculah kata-kata kasar dan rasis yang dilontarkan oleh sekelompok orang kepada mahasiswa asal Papua. Peristiwa tersebut membuat para pengguna Twitter memberikan dukungan untuk Papua melalui tagar #PapuaBukanMonyet. Tagar ini dibuat karena mahasiswa Papua di Surabaya diteriaki monyet oleh orang-orang yang mengepung asrama mahasiswa Papua di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak kognitif, afektif, dan konatif dari penyebaran pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet kepada khalayak. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dan menggunakan paradigma konstruktivis. Penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara kepada 3 informan. Hasil dari penelitian ini adalah penyebaran pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet memberikan dampak kognitif, afektif, dan konatif kepada khalayak.

**Kata Kunci:** Rasisme, Pesan Anti Rasisme, Twitter, Tagar.

---

**ABSTRAC**

*Racism is an issue that cannot be separated from human life in living their social life. In Indonesia, racism also occurs. This happens because of Indonesia's vast geographical conditions, the large number of population in Indonesia with diverse races and ethnicities makes Indonesia very vulnerable to the problem of racial and ethnic discrimination. An example of a case of racism that occurred in Indonesia is racism towards Papuan society, one of them is an incident that overwrote a Papuan student in Surabaya on August 16, 2019. During this incident, violent and racist words were raised by a group of people to students from Papua. The incident made Twitter users provide support for Papua through the hashtag #PapuaBukanMonyet. This hashtag was made because Papuan students in Surabaya were shouted "monkey" by people who surrounded Papuan student dormitories in Surabaya. The purpose of this study is to find out how the cognitive, affective, and conative impact affected the spread of anti-racism messages on Twitter through the hashtag #PapuaBukanMonyet to the public. The research method in this study is a qualitative method, and uses a constructivist paradigm. The study was conducted by interviewing 3 informants. The results of this study are the spread of anti-racism messages on Twitter through the hashtag #PapuaBukanMonyet has a cognitive, affective, and cognitive impact to the public.*

**Keywords:** Racism, Anti-racism Messages, Twitter, Hastagh.

## 1. Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa terlepas dari berhubungan dengan manusia lain dalam menjalani kehidupannya. Rasisme adalah sebuah isu yang masih belum bisa terlepas dari kehidupan manusia dalam menjalani kehidupan sosialnya. Pada hakikatnya manusia memiliki perbedaan antara satu dengan yang lainnya, tetapi tidak semua manusia dapat menerima perbedaan. Hal ini membuat adanya rasisme antara golongan yang satu dengan golongan yang lain, dimana ada golongan yang merasa memiliki kekuatan lebih daripada golongan lainnya. Pramoedya Ananta Toer mengungkapkan bahwa rasisme adalah sebuah pengertian mengenai menolak suatu golongan masyarakat yang berdasarkan perbedaan ras. Perbedaan ras disini berarti mempunyai perbedaan daripada umumnya (sumber : <http://dosensosiologi.com/pengertian-rasisme/> diakses pada tanggal 17 September 2019 pukul 23.33 WIB).

Dalam penelitian terdahulu milik Pratama (2016) menjelaskan bahwa istilah rasisme pertama kali digunakan pada tahun tahun 1600. Saat itu Francois Bernier seorang antropolog berkebangsaan Perancis, pertama kali mengemukakan gagasan tentang pembedaan manusia berdasarkan kategori atau karakteristik warna kulit dan bentuk wajah. Menurut Marger (1994:24) para antropologis menemukan tiga karakter yang membedakan tiap – tiap ras, yaitu:

- a. Sesuai dengan keadaan anatomi tubuh, yakni warna kulit, tekstur rambut, bentuk atau ukuran badan dan bentuk muka atau kepala.
- b. Dilihat dari sudut pandang fisiologis seperti contohnya penyakit bawaan dan perkembangan hormonal.
- c. Yang terakhir adalah komposisi darah dalam tubuh.

Skripsi terdahulu milik Rachmawati (2017) menjelaskan bahwa istilah rasisme juga digunakan di Amerika pada tahun 1930-an. Pada saat itu, pengelompokan rasisme tersebut diperlukan untuk menjelaskan teori-teori rasis yang digunakan oleh orang-orang Nazi untuk melakukan pembantaian terhadap orang Yahudi pada masa pemerintahan Hitler. Rasisme juga terjadi di Amerika Serikat, puncak dari rasisme di Amerika Serikat adalah saat adanya Undang-Undang Jim Crow yang membuat peraturan tentang pemisahan ras yang harus diterapkan di rumah sakit, penjara maupun tempat pemakaman. Pada kenyataannya, peraturan tersebut juga berdampak kepada pemisahan ras di hotel, gedung pertunjukkan, lift dan gereja.

Di Indonesia sendiri rasisme juga terjadi, hal ini terjadi karena kondisi geografis Indonesia yang sangat luas, banyaknya jumlah penduduk di Indonesia dengan beragam ras dan suku menyebabkan Indonesia sangat rentan dengan masalah diskriminasi ras dan etnis. Badan Pusat Statistik atau BPS memberikan data pada tahun 2010 Indonesia memiliki lebih dari 300 kelompok etnik atau suku bangsa, lebih tepatnya terdapat 1.340 suku bangsa di Indonesia. (sumber : <https://www.indonesia.go.id/profil/suku-bangsa> diakses pada tanggal 20 September 2019 pukul 2.31 WIB). Dengan adanya banyak ras dan suku di Indonesia, terdapat banyak perbedaan antara ras satu dengan ras yang lain, dan hal ini menimbulkan rasisme di Indonesia.

Rasisme di Indonesia sebenarnya telah terjadi sejak lama dan masih terjadi sampai sekarang. Saat ini rasisme antar golongan di Indonesia masih saja terjadi, saling ejek, dan menjelekkan satu sama lain, baik itu secara langsung, maupun via dunia maya. Berdasarkan hasil survei Komisi Nasional Hak Asasi Manusia atau Komnas HAM, di Indonesia telah terjadi banyak kasus yang mengandung unsur diskriminasi ras dan etnis selama tahun 2011 hingga 2018. Total kasus tersebut adalah sebanyak 101 kasus (sumber : <https://politik.rmol.id/read/2018/11/16/366635/101-kasus-diskriminasi-etnis-terjadi-di-tahun-2011-hingga-2018> diakses pada tanggal 21 September 2019 pukul 1.24 WIB).

Contoh dari tindakan rasisme yang dilakukan masyarakat Indonesia terhadap bangsanya sendiri adalah rasisme terhadap masyarakat Papua. Masyarakat Papua sampai saat ini masih kerap menerima sikap rasisme dari masyarakat Indonesia. Hal ini dialami oleh masyarakat Papua karena perbedaan warna kulit, dan Papua dianggap sebagai daerah yang tertinggal secara pembangunan sehingga masyarakat Papua dianggap lebih rendah kualitas sumber daya manusianya daripada masyarakat di pulau lain di Indonesia. Padahal Papua adalah bagian dari Indonesia.

Contoh kasus rasisme yang diterima oleh masyarakat Papua adalah peristiwa yang menimpa mahasiswa Papua di Surabaya. Pada hari Jum'at, 16 Agustus 2019 ratusan warga yang tergabung dari berbagai organisasi masyarakat di Surabaya mengepung asrama mahasiswa Papua di Jalan Kalasan, Surabaya. Ratusan warga tersebut datang ke asrama mahasiswa Papua karena mendapatkan kabar bahwa mahasiswa asal Papua di asrama tersebut tidak mau memasang bendera merah putih, dan bendera merah putih dibuang di selokan di depan asrama.

Pada pukul 15.20 WIB, ada sekelompok orang yang mendobrak pintu asrama dan berkata rasis yang ditujukan kepada mahasiswa Papua di asrama tersebut. Sekelompok orang tersebut juga menyuruh keluar penghuni asrama dan menantang untuk beradu fisik. Pada peristiwa tersebut, munculah kata-kata kasar dan rasis yang dilontarkan oleh sekelompok orang kepada mahasiswa asal Papua, contohnya adalah kata monyet. Setelah asrama mahasiswa Papua di Surabaya dikepung oleh massa, polisi mengamankan 43 mahasiswa Papua dari Asrama Mahasiswa Papua (AMP) di Jalan Kalasan Surabaya. Mahasiswa asal Papua dibawa ke Mapolrestabas Surabaya untuk dimintai keterangan mengenai kasus dugaan pembuangan bendera merah putih. Pada tanggal 18 Agustus 2019, dari hasil pemeriksaan tersebut pihak kepolisian belum mendapatkan keterangan dan barang bukti yang bisa digunakan untuk menangkap tersangka sehingga mahasiswa asal Papua dipulangkan ke asrama (*sumber* : <https://news.detik.com/berita/d-4673421/rusuh-di-tanah-papua-urutan-kejadian-dan-penanganan-setelahnya-diakses-pada-tanggal-13-September-2019-pukul-00.09-WIB>).



**Gambar 1.1 Kondisi asrama mahasiswa Papua di Surabaya setelah pengepungan**

*Sumber* : <https://news.detik.com/> diakses pada tanggal 13 September 2019 pukul 00.09 WIB

Peristiwa yang menimpa mahasiswa Papua di Surabaya pada tahun 2019 ini memicu banyak gerakan yang dilakukan oleh masyarakat yang tidak terima atas perlakuan rasis yang diterima oleh mahasiswa Papua di Surabaya. Unjukrasa di Manokwari dan Jayapura adalah salah satu gerakan yang muncul setelah insiden pengepungan asrama disertai ucapan rasis yang dilontarkan untuk mahasiswa Papua di Surabaya. Di sosial media peristiwa yang dialami oleh mahasiswa Papua terus

dibicarakan dan menuai banyak opini publik mengenai perlakuan dan tindakan rasisme yang diterima oleh mahasiswa Papua di Surabaya.

Salah satu media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk melakukan pembelaan kepada mahasiswa Papua di Surabaya adalah melalui media sosial Twitter. Peristiwa tersebut membuat para pengguna Twitter memberikan dukungan untuk mahasiswa Papua maupun masyarakat Papua secara keseluruhan melalui tagar #PapuaBukanMonyet. Tagar ini dibuat karena mahasiswa Papua di Surabaya diteriaki monyet oleh orang-orang yang mengepung asrama mahasiswa Papua di Surabaya. Melalui tagar #PapuaBukanMonyet pengguna Twitter membagikan pesan anti rasisme yang ditujukan kepada masyarakat Papua yang masih saja dibeda-bedakan oleh beberapa masyarakat di Indonesia, dan tidak terima atas kejadian yang dialami mahasiswa Papua di Surabaya. Di Twitter pembahasan mengenai papua sempat menduduki *trending topic* atau topik yang paling dibicarakan di media sosial Twitter.

Pada tanggal 22 Agustus 2019 *tweet* dengan tagar #PapuaBukanMonyet mencapai lebih dari 22.000 *tweet* sehingga tagar #PapuaBukanMonyet menduduki *trending topic* (*sumber* : <https://www.malangtimes.com/baca/42995/20190820/100900/tolak-rasis-tagar-papuabukanmonyet-trending-topic-diakses-pada-tanggal-17-September-2019-pukul-1.45-WIB>). Menteri Komunikasi dan Informatika menyebutkan bahwa konten provokatif mengenai Papua di dunia maya datang dari dalam dan luar negeri. Didapati bahwa konten mengenai Papua 90% berasal dari Twitter (*sumber* : <https://news.detik.com/video/190905059/menkominfo-90-lebih-konten-provokatif-papua-ada-di-twitter-diakses-pada-tanggal-12-September-2019-pukul-16.45-WIB>).

Ketika tagar #PapuaBukanMonyet menjadi *trending topic*, maka pengguna Twitter dengan cepat dan mudah terpengaruh untuk ikut berkomentar, meretwit, membuat *tweet* baru dan lain sebagainya dengan tagar tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi dari penyebaran pesan melalui Twitter mudah diterima oleh masyarakat Indonesia. Tagar #PapuaBukanMonyet ini mempunyai tujuan untuk membedakan topik di Twitter antara topik yang satu dengan topik yang lain, sehingga pengguna Twitter bisa dengan mudah membangun interaksi dengan pengguna lain dalam membicarakan rasisme yang sedang terjadi terhadap masyarakat Papua. Tagar #PapuaBukanMonyet digunakan untuk membuat pembicaraan mengenai rasisme di Papua menjadi populer sehingga bisa dibaca oleh banyak orang.

Penyebaran pesan di Twitter menjadi cepat karena didukung oleh pesan yang tersampaikan di sosial media Twitter dijangkau oleh seluruh kalangan, pesan di media sosial Twitter juga bisa diterima dan dibaca oleh seluruh pengguna Twitter pada saat yang sama, hal ini membuat mudahnya opini publik terbentuk, dan mendorong pengguna Twitter yang lain untuk menggunakan tagar tersebut sehingga hal ini dibicarakan oleh banyak pengguna Twitter.

Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan melalui Twitter dapat memberikan dampak kepada masyarakat baik secara langsung atau tidak langsung, secara sengaja atau tidak sengaja. Menurut Keith R. Stamm dan John E. Bowes dalam Nurudin (2014:2056) menyebutkan bahwa efek dari komunikasi massa terbagi menjadi dua efek yaitu, *primary effect* (efek primer) dan *secondary effect* (efek sekunder). Efek primer adalah efek komunikasi massa pada masyarakat yang terjadi pada bagian terpaan, perhatian, dan pemahaman masyarakat terhadap pesan. Sedangkan efek sekunder komunikasi massa yaitu efek yang terjadi pada perubahan tingkat kognitif (pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih pesan dari komunikasi massa). Menurut Vera (2016:37) efek pesan pada komunikasi massa terjadi pada tiga tingkatan, yaitu dampak kognitif (pengetahuan), dampak afektif (perasaan), dan dampak konatif (perilaku).

### 1.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan tagar #PapuaBukanMonyet dalam memberikan dampak kognitif (pengetahuan) khalayak mengenai pesan anti rasisme melalui Twitter.
2. Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan tagar #PapuaBukanMonyet memberikan dampak (perasaan) masyarakat mengenai pesan anti rasisme melalui Twitter.
3. Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan tagar #PapuaBukanMonyet memberikan dampak konatif (perilaku) masyarakat mengenai pesan anti rasisme melalui Twitter.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi pada khalayak dalam jumlah besar yang dilakukan melalui banyak saluran komunikasi. Oleh karena hal tersebut, konteks komunikasi massa mencakup saluran dan khalayak (West & Turner, 2012:41). Komunikasi massa merupakan komunikasi yang kompleks karena dalam prosesnya, komunikasi massa menjangkau orang dengan jumlah yang relatif banyak, massa yang banyak tersebut mencakup komunikator maupun komunikan.

Menurut De Fleur dalam Vera (2016:4) komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus-menerus untuk menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan khalayak yang berbeda-beda dengan berbagai cara. Hikmat dalam (2018:21) juga mengungkapkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses menyampaikan gagasan, informasi, dan sikap kepada khalayak yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan memanfaatkan media. Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang berjumlah besar yang bersifat heterogen dan anonim secara terbuka, bersamaan, dan sekilas.

Menurut Hikmat (2018:25) pesan yang disampaikan di komunikasi massa ditujukan kepada khalayak umum. Pesan menjelajah pada massa yang relatif banyak jumlahnya dan menyentuh kepada kepentingan umum. Menurut McQuail dalam (1987: 34) penyebaran pesan dalam komunikasi massa memiliki kemampuan untuk mencakup kontak secara bersamaan antara satu pengirim dengan banyak penerima, menimbulkan adanya pengaruh yang bersifat luas dalam waktu yang singkat, dan menimbulkan respon seketika dari orang-orang yang menerima komunikasi massa tersebut secara serentak. Ciri utama yang membedakan komunikasi massa dengan komunikasi yang lain adalah jangkauan dari komunikasi massa yang mampu menjangkau ribuan atau bahkan jutaan orang yang dilakukan melalui media cetak maupun media elektronik.

### 2.1.2 Media Baru

Media baru (*new media*) adalah alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi, yang termasuk dalam media baru adalah internet, *website*, komputer multimedia, dan lain sebagainya. Media baru memberi andil yang besar pada perubahan sistem komunikasi massa. Media baru mendukung

orang untuk membuat, memodifikasi, dan berbagi dengan orang lain, menggunakan alat yang sederhana dan saat ini dimiliki oleh hampir semua orang. Dalam sistem kerjanya media baru menggunakan komputer atau perangkat *mobile* yang terhubung dengan internet (Vera, 2016:88).

Dua aspek yang mendasari perkembangan dari media baru adalah digitalisasi dan konvergensi. Digitalisasi adalah pesan dalam media baru diubah menjadi bentuk teks, kemudian diubah menjadi serangkaian kode-kode digital dan dapat diproduksi, dikirimkan kepada penerima, ataupun hanya sekedar disimpan (McQuail, 1987:16). Sedangkan konvergensi adalah bentuk penggabungan dari komunikasi massa, telekomunikasi, dan data komunikasi dan menjadi satu media (Nasrullah, 2018:168).

### 2.1.3 Media Sosial

Menurut Van Dijk (2013) dalam Nasrullah (2015:11) media sosial adalah sebuah platform media yang berkonsentrasi pada eksistensi pengguna, dimana media sosial menyediakan fasilitas kepada pengguna dalam beraktivitas maupun berkolaborasi dalam sosial media, oleh karena hal tersebut media sosial dapat dilihat sebagai sebuah medium (fasilitator) *online* yang memiliki kekuatan untuk menguatkan hubungan antar pengguna dan menjadikannya sebagai ikatan sosial. Kekuatan dalam media sosial adalah pada *user-generated content (UGC)*, yaitu konten di media sosial dihasilkan oleh pengguna (Nasrullah, 2015:11). Definisi tersebut, memperjelas bagaimana media sosial sebagai media baru menjadi media yang digunakan untuk berbagi informasi dengan saling berkomunikasi yang mungkin saja bisa menciptakan sesuatu dari interaksi antar pengguna media sosial.

Saat ini media sosial juga dimanfaatkan sebagai *platform* gerakan sosial. Skripsi terdahulu milik Husna (2017) menjelaskan gerakan sosial yang terjadi di media sosial memiliki banyak cara dengan berbagai tujuan yang berbeda. Contohnya adalah perubahan yang terjadi dengan diawali dengan aktivitas di sosial media yang dianggap sebagai representasi masyarakat seperti misal menulis *tweet* di Twitter hingga aktivitas yang terjadi di dunia nyata seperti menggunakan warna baju tertentu sebagai bentuk dukungan terhadap sesuatu. Kebanyakan media sosial juga digunakan sebagai salah satu media untuk menyebarkan informasi dan menawarkan dukungan sosial, yang disebut dengan *slacktivism*.

### 2.1.5 Twitter

Twitter didirikan pada tanggal 21 Maret 2006 oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, dan Evan Williams. Sosial media Twitter diluncurkan ke publik pada 15 Juli 2006. (sumber : <https://www.nesabamedia.com/pengertian-twitter/> diakses pada tanggal 10 Oktober 2019 pukul 15.12 WIB).

Twitter adalah sebuah *new media* yang masuk ke dalam kategori media sosial. Menurut Nasrullah (2018:43) Twitter adalah sebuah media sosial yang berbentuk *microblogging* yang memberikan fasilitas kepada pengguna untuk untuk mengirim dan membagikan informasi atau pendapatnya yang tidak lebih dari 140 karakter, atau yang disebut sebagai *tweet* atau *twit*. Sebelumnya, *twit* di Twitter tidak bisa melebihi 140 karakter, tetapi tepat pada tanggal 7 November 2017 karakter teks di Twitter dirubah menjadi 280 karakter. Melalui Twitter pengguna bisa menjalin hubungan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/pandangan pengguna lain, pengguna Twitter juga dapat membahas isu yang sedang ramai diperbincangkan (*trending topic*) pada waktu yang sama dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan ikut membagikan *tweet* menggunakan tagar tertentu.

### 2.1.6 Twitter sebagai Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Onong Uchjana Effendy (1998:50) adalah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop. Saat ini komunikasi massa yang terjadi di media massa semakin berkembang dan tidak terpeka kepada media konvensional tetapi juga terhadap media baru yang terhubung dengan internet. Menurut Nasrullah (2018:161) seiring dengan perkembangan teknologi yang kemudian melibatkan jaringan yang menghubungkan komputer satu dengan komputer lainnya, sehingga penggunaan komputer saat ini menjadi saling terhubung dan dapat melakukan komunikasi. Pemahaman komputer sebagai medium dan sebagai media massa ditegaskan oleh Nightingale & Webster (1986:131) dalam Nasrullah (2018:162) dengan sifat alamiah dari program komputer. Bahasa program dan pemrograman pada dasarnya berimplikasi untuk mengartikan sebuah realitas yang bermakna bagi khalayak. Komputer yang semakin berkembang menjadi berbagai bentuk perangkat, tidak hanya *personal computer* tetapi juga berbentuk telepon genggam.

Twitter sebagai salah satu media baru dalam kategori media sosial yang terhubung dengan internet, menjadikannya sebuah media untuk menyebarkan pesan melalui komunikasi massa. Castells (2004) dalam Nasrullah (2018:163) mengungkapkan tentang “mass-self communication” yaitu bentuk baru dari komunikasi yang memanfaatkan internet sebagai medium. Adanya internet, memunculkan perangkat maupun *platform* dalam menyebarkan informasi, serta semakin bebasnya khalayak media baru dalam partisipasi produksi dan penyebaran konten.

### 2.1.7 Pengaruh Penyebaran Pesan di Twitter

Donald K. Robert dalam Vera (2016:37) mengungkapkan, efek adalah bentuk dari perubahan perilaku masyarakat setelah menerima pesan di komunikasi massa. Oleh karena itu fokus dari komunikasi massa tetaplah pada pesan, maka efek yang terjadi di khalayak tetaplah berkaitan dengan pesan yang disampaikan. Menurut Keith R. Stamm dan John E. Bowes dalam Nurudin (2014:2056) menyebutkan bahwa efek dari komunikasi massa seperti di Twitter terbagi menjadi dua yaitu, *primary effect* (efek primer) dan *secondary effect* (efek sekunder). Efek primer adalah efek komunikasi massa pada masyarakat yang terjadi pada bagian terpaan, perhatian, dan pemahaman masyarakat terhadap pesan. Sedangkan efek sekunder komunikasi massa yaitu efek yang terjadi pada perubahan tingkat kognitif (pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih pesan dari komunikasi massa). Menurut Vera (2016:37) efek pesan pada komunikasi massa terjadi pada tiga tingkatan, yaitu dampak kognitif (pengetahuan), dampak afektif (perasaan), dan dampak konatif (perilaku).

#### a. Dampak Kognitif (Pengetahuan)

Dampak kognitif adalah dampak yang terjadi pada diri khalayak yang sifatnya memberikan informasi untuk khalayak. Menurut Vera (2016:38) dampak kognitif berfokus kepada bagaimana pesan di komunikasi massa membantu khalayak dalam memahami informasi yang bermanfaat dan informasi tersebut membantu khalayak dalam mengembangkan keterampilan kognitifnya. Dampak kognitif memiliki dampak yang proposional jika pesan di komunikasi massa memberikan dampak yang bermanfaat dan dikehendaki oleh khalayak.

#### b. Dampak Afektif (Perasaan)

Dampak afektif adalah dampak yang terjadi pada perasaan atau emosi khalayak. Dampak afektif memiliki kadar yang lebih tinggi dari dampak kognitif. Komunikasi massa memiliki tujuan lebih dari memberi informasi tentang sesuatu kepada

khalayak, dengan adanya komunikasi massa khalayak diharapkan dapat turut merasakan sesuatu dari komunikasi massa. Perasaan itu bisa perasaan sedih, iba, terharu, marah, gembira dan sebagainya.

Menurut Romli (2016:16) dampak afektif terjadi karena beberapa faktor, faktor tersebut adalah :

- Suasana emosional  
Suasana emosional atau perasaan dari khalayak itu sendiri saat menerima pesan dari komunikasi massa adalah hal yang mempengaruhi respon khalayak atas komunikasi massa tersebut.
- Skema kognitif  
Khalayak bisa mengatur naskah pemikiran dari alur peristiwa yang sedang terjadi di komunikasi massa.
- Situasi terpaan (setting of exposure)  
Perasaan khalayak bergantung dari situasi sekitar/lingkungan khalayak saat menerima pesan dari komunikasi massa tersebut.
- Faktor predisposisi individual  
Faktor ini menjelaskan sejauh mana khalayak merasa dekat atau terlibat dengan tokoh yang dijadikan sorotan dalam komunikasi massa.

#### c. Dampak Konatif (Perilaku)

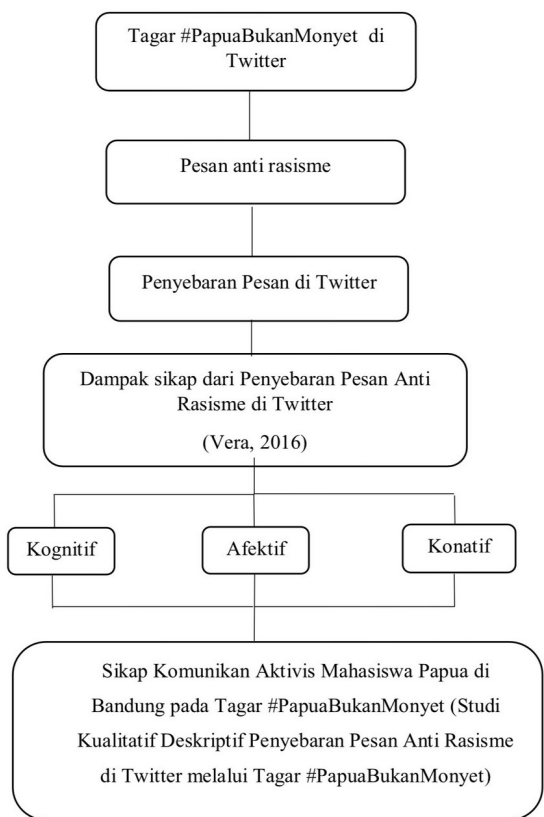
Dampak konatif dari komunikasi massa adalah dampak yang terjadi pada diri khalayak setelah menerima pesan yang berbentuk kegiatan, tindakan, atau perilaku dan dampak tersebut bisa diamati. Secara teoritis, dampak yang terjadi dari pesan dalam komunikasi massa biasanya hanya terjadi pada tahap kognitif dan afektif, tetapi menurut Vera (2016:39) ada beberapa faktor yang menyebabkan dampak komunikasi massa terjadi pada dampak konatif, faktor-faktor tersebut adalah:

- *Exposure* (jangkauan pengenaan)  
Faktor ini terjadi jika khalayak yang terjangkau/terekspos komunikasi massa dalam jumlah yang besar.
- Kredibilitas  
Faktor ini terjadi jika informasi yang disampaikan di komunikasi massa memiliki kredibilitas yang tinggi di mata khalayak dan kebenaran dalam informasi tersebut bisa dipercaya.
- Konsonansi  
Faktor ini terjadi jika informasi yang disampaikan di komunikasi massa ditampilkan di beberapa media dengan materi, arah dan orientasinya serta waktu,

frekuensi dan memiliki cara penyajian yang serupa atau sama.

- Signifikansi  
Faktor ini terjadi jika materi pesan di komunikasi massa memiliki keterkaitan langsung dengan kebutuhan maupun kepentingan khalayak.
- Sensitif  
Faktor ini terjadi jika pesan dan materi komunikasi massa berhubungan dengan sesuatu yang sensitif.
- Situasi kritis  
Faktor ini terjadi jika masyarakat berada dalam ketidakstabilan struktural sehingga masyarakat merasa sedang dalam situasi kritis.
- Dukungan komunikasi antar pribadi  
Faktor ini terjadi jika pesan di komunikasi massa dijadikan pembahasan atau pembicaraan dan terjadi di komunikasi pribadi antar khalayak.

**2.2 Kerangka Pemikiran**



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

Sumber : Olahan Peneliti, 2019

**3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan membahas sikap komunikasi aktivis mahasiswa Papua di Bandung pada tagar #PapuaBukanMonyet. Menurut Meolong (2014:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang mempunyai tujuan untuk mengerti fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian bisa berupa motivasi, tindakan, perilaku, persepsi=, dll., secara *holistic* dan dengan cara dideskripsikan dengan bahasa dan kata-kata, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan metode yang alamiah.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Menurut (Elvinaro dan Lukiati, 2010:70) paradigma konstruktivis melihat realitas sebagai kehidupan sosial bukan sebagai realitas yang bersifat alami, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi Paradigma konstruktivisme memandang bahwa ilmu komunikasi digunakan untuk menganalisis secara sistematis terhadap *socially meaningful action* melewati pengamatan secara langsung dan rinci terhadap perilaku sosial yang berhubungan untuk memelihara dan menciptakan atau mengatur dunia sosial mereka.

**3.1 Subjek dan Objek Penelitian**

**3.1.1 Subjek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah informan. Informan menurut Moelong (2014:132) adalah orang yang berfungsi sebagai pemberi informasi mengenai kondisi dan situasi latar belakang penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah ketua Unit Kegiatan Mahasiswa Papua yang berada di Telkom *University*, dan 2 aktivis mahasiswa Papua yang sedang berkuliah di Telkom *University*.

**3.1.2 Objek Penelitian**

Menurut Dajan (1986: 21) objek penelitian, adalah pokok permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti untuk mendapatkan data secara lebih jelas dan terarah. Objek penelitian dari penelitian ini adalah sikap komunikasi aktivis mahasiswa Papua di Bandung pada tagar #PapuaBukanMonyet.

**3.2 Teknik Pengumpulan Data**

**1. Wawancara mendalam**

Menurut Bungin (2012:111) wawancara mendalam adalah proses mengumpulkan data untuk men



dapatkan jawaban atau keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab baik secara langsung (tatap muka) antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan menggunakan pedoman wawancara atau tidak menggunakan pedoman wawancara (*guide interview*).

## 2. Observasi Non Partisipan

Menurut Sugiyono (2017:145) dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu *participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*. Menurut Sugiyono (2017:146) observasi non-partisipan peneliti tidak terlibat secara langsung dan hanya sebagai pengamat independen.

## 3. Dokumentasi

Menurut Satori dan Komariah (2011: 149) studi dokumentasi adalah peneliti mengumpulkan data-data dan dokumen yang diperlukan dalam proses penelitian yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, lalu dikaji secara teliti dan berulang-ulang sehingga data-data dan dokumen tersebut dapat membantu dan menambah kepercayaan akan pembuktian suatu hal.

## 3.3 Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2007: 204) membagi teknis analisis data kualitatif menjadi tiga yaitu, pengumpulan data, reduksi data, data *display* dan yang terakhir adalah *conclusion drawing verification*

### 1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses analisis data yang bertujuan untuk mengelompokkan, memusatkan hasil penelitian dengan berfokus pada data-data yang dianggap penting oleh peneliti. Reduksi data juga dimengerti sebagai proses yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian-pengertian terhadap data yang telah dikumpulkan dari catatan lapangan yang telah didapat dengan cara merangkum dan mengelompokkannya sesuai masalah dan fokus penelitian yang sedang diteliti.

### 2. Penyajian data

Penyajian data adalah kumpulan dari informasi yang telah disusun, dan nantinya peneliti akan mendapatkan gambaran penelitian secara menyeluruh melalui data *display*, atau juga bisa dimengerti dengan menampilkan data secara rinci dan lengkap dengan mencari pola hubungan dari data tersebut. Penyajian data yang disajikan secara jelas, singkat dan terperinci namun menyeluruh akan memberi kemudahan peneliti dalam memahami gambaran-gambaran terhadap aspek-aspek yang diteliti baik secara lengkap maupun dari bagian yang satu ke bagian yang lain. Penyajian data ditampilkan dalam

bentuk uraian maupun laporan sesuai dengan hasil data yang diperoleh saat melakukan penelitian.

## 3. Conclusion Drawing Verification

*Conclusion drawing verification* merupakan usaha untuk memperoleh makna, arti, dan penjelasan terhadap data-data yang telah diuraikan dengan mencari hal-hal yang penting. Kesimpulan dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk pernyataan singkat dan mudah dan berhubungan dengan tujuan penelitian.

## 3.4 Teknik Keabsahan Data

### 1. Triangulasi Teknik

Menurut Sugiyono (2013:330) triangulasi teknik adalah teknik yang digunakan oleh peneliti dengan cara mengumpulkan data yang berbeda-beda untuk memperoleh data dari sumber yang sama.

### 2. Triangulasi Sumber

Menurut Sugiyono (2013:330) triangulasi sumber adalah sebuah cara untuk memperoleh data yang sama dari sumber yang berbeda-beda dengan cara yang sama.

## 4. Pembahasan

### 4.1 Dampak Kognitif

#### 4.1.1 Informasi yang bermanfaat untuk khalayak

Ketiga informan memberikan persetujuan bahwa pesan anti rasisme tersebut bisa mereka fahami dan bermanfaat untuk dirinya selaku pembaca pesan anti rasisme, karena melalui pesan anti rasisme yang tersebar di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet dimana para peneliti pesan yang membagikannya melalui tweet di Twitter memberikan pesan kepada para pembacanya untuk tidak melakukan perilaku yang berbau rasis dan menurut para informan pesan tersebut bermanfaat untuk ketiga informan selaku pembaca.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:38) bahwa pesan di komunikasi massa harus mampu membantu khalayak dalam memahami informasi yang sedang dibacanya, dan informasi yang berada di komunikasi massa tersebut bermanfaat untuk khalayak.

#### 4.1.2 Informasi yang mengembangkan kognitif khalayak

Sebagai pesan yang tersebar secara bebas dan bisa dibaca oleh siapapun, maka pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet harus dianggap sebagai informasi yang mampu mengembangkan keterampilan kognitif khalayak atau mengembangkan keterampilan berfikir khalayak, dimana pesan tersebut membuka pemikiran baru dari pembacanya atau memberikan cara berfikir baru kepada pembacanya. Informan kunci 1 dan Informan kunci 2



memberikan persetujuan bahwa pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet adalah pesan yang mengembangkan keterampilan kognitifnya mengenai anti rasisme selaku pembaca dari pesan tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:38) bahwa pesan di komunikasi massa harus membantu khalayak dalam mengembangkan keterampilan kognitifnya.

Sedangkan informan pendukung menyatakan bahwa pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet bukanlah pesan yang dapat mengembangkan keterampilan kognitifnya, hal ini tidak sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:38) bahwa pesan di komunikasi massa membantu khalayak dalam mengembangkan keterampilan kognitifnya.

#### 4.1.3 Informasi tersebut bisa diterima khalayak

Setelah pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet dapat difahami, bermanfaat untuk khalayak, dan mampu mengembangkan keterampilan kognitif khalayak maka setelah itu pesan anti rasisme tersebut baru bisa diterima oleh khalayak. Jika 3 poin tersebut terjadi kepada khalayak yang membaca pesan anti rasisme, maka barulah pesan tersebut mampu disebut sebagai pesan yang memberikan dampak kognitif kepada khalayak.

Ketiga informan memberikan persetujuan bahwa pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet adalah informasi yang dapat diterima oleh pemikiran dan diri khalayak selaku pembaca dari pesan tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:38) bahwa dampak kognitif memiliki dampak yang proposional jika pesan di komunikasi massa memberikan dampak yang bermanfaat dan dikehendaki oleh khalayak.

## 4.2 Dampak Kognitif

### 4.2.1 Suasana Emosional

Saat membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet, pesan tersebut akan menimbulkan perasaan pada diri khalayak. Menurut Romli (2016:16) suasana emosional adalah perasaan dari khalayak saat membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet, suasana emosional dari khalayak akan mempengaruhi respon khalayak atas pesan anti rasisme tersebut.

Setiap orang memiliki perasaan yang berbeda-beda saat membaca pesan tersebut, tetapi ketiga informan memberikan pernyataan yang sama terkait bagaimana perasaannya saat membaca pesan tersebut. Para informan menyebutkan bahwa

perasaan yang mereka rasakan saat membaca pesan anti rasisme tersebut adalah perasaan senang karena masih banyak orang yang peduli terhadap masyarakat Papua. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Romli (2016:16) bahwa perasaan dari ketiga informan saat membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet akan mempengaruhi respon khalayak atas pesan anti rasisme yang dibaca oleh ketiga informan.

### 4.2.2 Skema Kognitif

Skema kognitif adalah pemikiran dari alur peristiwa yang ada dipemikiran khalayak dari peristiwa rasisme yang menimpa mahasiswa Papua di Surabaya yang menjadi latar belakang munculnya tagar #PapuaBukanMonyet.

Ketiga informan memberikan pernyataan yang sama terkait dengan alur peristiwa yang terjadi kepada mahasiswa Papua di Surabaya, dimana pemicu dari tindakan rasis yang diterima mahasiswa Papua di Surabaya berasal dari jatuhnya bendera merah putih di depan asrama Surabaya, sehingga masyarakat sekitar tersulut emosinya padahal belum mengetahui kebenaran mengapa bendera tersebut bisa berada di got. Dibanding mencari tau tentang apa yang sedang terjadi, masyarakat sekitar terbawa emosi dan melakukan pengepungan kepada mahasiswa Papua di asrama tersebut dan melakukan tindakan rasis berupa mengeluarkan kata-kata seperti monyet. Dari perkataan monyet tersebut munculah tagar #PapuaBukanMonyet untuk membela masyarakat Papua.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Romli (2016:16) bahwa pemikiran ketiga informan mengenai alur peristiwa rasisme yang menimpa mahasiswa Papua di Surabaya yang menjadikan latar belakang munculnya tagar #PapuaBukanMonyet sesuai dengan berita maupun informasi yang ketiga informan dapat. Banyaknya informasi dan berita mengenai peristiwa rasisme yang menimpa mahasiswa Papua di Surabaya bisa mempengaruhi pemikiran ketiga informan mengenai alur peristiwa yang sedang terjadi.

### 4.2.3 Situasi Terpaan

Perasaan yang dirasakan oleh khalayak juga bergantung dari situasi sekitar/lingkungan khalayak saat membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet. Ketiga informan memiliki lingkungan yang berbeda, dan tentu situasi disekitarnya pun juga berbeda. Para informan memberikan keterangan terkait situasi lingkungan di sekitar mereka saat mereka membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet, di lingkungan mahasiswa Papua tagar tersebut ramai diperbincangkan dan

suasana di sekitarnya pun terbawa emosi, sedangkan di Komunitas Mahasiswa Papua-Maluku dimana ketiga informan adalah bagian dari komunitas tersebut sehingga baik ketiga informan maupun anggota komunitas juga saling membahas tagar tersebut memicu suasana di komunitas menjadi ramai membahas tagar tersebut dan keadaan sempat memanas sehingga hal ini memicu adanya diskusi komunitas untuk menenangkan keadaan di dalam komunitas serta keadaan di sekitar para Informan.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Romli (2016:16) bahwa situasi sekitar/lingkungan ketiga informan saat membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet dapat mempengaruhi perasaan yang dirasakan oleh ketiga informan saat membaca pesan tersebut.

#### 4.2.4 Faktor predisposisi individual

Faktor predisposisi individual adalah sejauh mana khalayak merasa dekat atau terlibat dengan tokoh yang dijadikan sorotan dalam komunikasi massa. Poin ini membahas bagaimana ketiga informan merasa memiliki kedekatan dengan mahasiswa Papua di Surabaya yang menerima perlakuan rasis dan dijadikan sorotan dalam tagar #PapuaBukanMonyet dan pemberitaan di banyak media. Ketiga informan memberikan pernyataan bahwa ketiga informan merasa memiliki kedekatan yang sangat erat dan merasa memiliki ikatan saudara dengan mahasiswa Papua yang berada di Surabaya.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Romli (2016:16) bahwa perasaan ketiga informan juga dipengaruhi oleh bagaimana ketiga informan memiliki rasa kedekatan dengan para mahasiswa Papua di Surabaya yang menerima perlakuan rasis.

#### 4.2.5 Dampak Afektif (perasaan) setelah membaca pesan anti rasisme melalui tagar #PapuaBukanMonyet

Setelah membahas empat faktor yang mempengaruhi dampak efektif dari penyebaran pesan anti rasisme melalui tagar #PapuaBukanMonyet, maka poin terakhir adalah afektif atau perasaan yang dirasakan oleh khalayak setelah membaca pesan anti rasisme tersebut. Para informan memiliki perasaan senang setelah membaca pesan anti rasisme karena pesan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih peduli dan melakukan pembelaan terhadap masyarakat Papua, tetapi tagar #PapuaBukanMonyet juga menimbulkan perasaan sedih kepada diri informan karena tagar #PapuaBukanMonyet mengingatkan tentang kejadian yang menimpa mahasiswa Papua di Surabaya.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Romli (2016:16) bahwa dengan adanya komunikasi massa khalayak diharapkan dapat turut merasakan sesuatu dari komunikasi massa.

### 4.3 Dampak Konatif

#### 4.3.1 Exposure (jangkauan pengenalan)

Pesan anti rasisme yang tersebar di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet memiliki jangkauan yang besar yaitu hampir mencakup seluruh Indonesia dan beberapa orang di luar Indonesia, jangkauan pengenalan yang besar dari pesan anti rasisme melalui tagar #PapuaBukanMonyet ini didukung dengan adanya fitur dari Twitter yaitu *share* maupun *re-tweet* yang mampu menyebarkan pesan tersebut secara cepat kepada pengguna Twitter lainnya, ditambah dengan jumlah tweet dari tagar #PapuaBukanMonyet mencapai lebih dari 22.000 yang menjadikan tagar #PapuaBukanMonyet *trending topic* (topik yang paling dibicarakan dalam waktu tertentu di Twitter).

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:39) bahwa perubahan perilaku khalayak dalam komunikasi massa dapat terjadi jika khalayak yang terjangkau/terekspos komunikasi massa berada dalam jumlah yang besar.

#### 4.3.2 Kredibilitas

Faktor kredibilitas ini akan terjadi jika informasi yang disampaikan di komunikasi massa memiliki kredibilitas yang tinggi di mata khalayak dan kebenaran dalam informasi tersebut bisa dipercaya. Pesan anti rasisme di yang disampaikan di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet disampaikan oleh orang yang tidak dikenal secara langsung oleh khalayak, tetapi para informan menganggap pesan tersebut adalah pesan yang kredibel karena para informan tidak melihat siapa yang menyampaikan pesan tersebut, tetapi lebih fokus terhadap isi dari pesan tersebut dimana isi pesan dari tagar #PapuaBukanMonyet adalah untuk mendukung dan membela masyarakat Papua yang menerima perlakuan rasis.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:39) bahwa perubahan perilaku khalayak dalam komunikasi massa dapat terjadi jika pesan yang disampaikan di komunikasi massa memiliki kredibilitas yang tinggi di mata khalayak dan kebenaran dalam informasi tersebut bisa dipercaya oleh khalayak.

#### 4.3.3 Konsonansi

Faktor konsonansi ini terjadi jika informasi yang disampaikan di komunikasi massa ditampilkan di beberapa media dengan materi, arah dan orientasinya serta waktu, frekuensi dan memiliki cara penyajian yang serupa atau sama. Pesan anti rasisme yang disampaikan di Twitter melalui tagar

#PapuaBukanMonyet memiliki materi, arah, orientasi, dan frekuensi isi pesan yang sama dimana pesan yang disampaikan adalah pembelaan terhadap masyarakat Papua, menyuarakan pendapatnya tentang rasisme yang seharusnya tidak terjadi, dan membagikan pesan untuk tidak berperilaku rasis. Waktu penyebaran pesan anti rasisme juga memiliki waktu yang bersamaan karena saat tagar #PapuaBukanMonyet muncul tagar tersebut langsung muncul dengan jumlah yang banyak dan bersamaan sehingga bisa menjadi *trending topic* di Twitter. Cara penyajian pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet memiliki perbedaan karena banyaknya orang yang membuat *tweet* tersebut dan setiap orang yang menyampaikan pesan anti rasisme menggunakan cara berbahasa dan gaya penulisan yang berbeda walaupun isi dari pesan tersebut memiliki kesamaan.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:39) bahwa perubahan perilaku khalayak dalam komunikasi massa dapat terjadi jika pesan disampaikan di komunikasi massa ditampilkan di beberapa media dengan materi, arah dan orientasinya serta waktu, dan frekuensi yang sama. Sedangkan untuk cara penyajian cenderung berbeda tetapi pesan yang disampaikan memiliki isi yang sama sehingga faktor konsonansi tetap dapat mempengaruhi perilaku khalayak.

#### 4.3.4 Signifikansi

Isi atau materi dari pesan anti rasisme yang tersebar di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet berkaitan secara langsung dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat Indonesia yang masih melakukan tindakan rasis dan pesan anti rasisme yang disampaikan di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet juga berkaitan secara langsung dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat Papua sebagai salah satu bentuk dukungan terhadap masyarakat Papua yang masih mengalami rasisme.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:39) bahwa perubahan perilaku khalayak dalam komunikasi massa dapat terjadi jika materi pesan di komunikasi massa memiliki keterkaitan langsung dengan kebutuhan maupun kepentingan khalayak.

#### 4.3.5 Sensitif

Isi pesan dari tagar #PapuaBukanMonyet adalah pesan anti rasisme, dimana pesan tersebut berhubungan dengan isu rasisme. Rasisme adalah sesuatu yang sangat sensitif di Indonesia ditambah dengan kejadian yang menjadi latar belakang munculnya tagar #PapuaBukanMonyet pada waktu itu baru saja terjadi dan kejadian rasisme sangat sensitif untuk beberapa golongan, seperti masyarakat Papua yang menerima tindakan rasis.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:39) bahwa perubahan perilaku khalayak dalam komunikasi massa dapat terjadi jika pesan dan materi komunikasi massa berhubungan dengan sesuatu yang sensitif.

#### 4.3.6 Situasi kritis

Tidak bisa dipungkiri bahwa rasisme di Indonesia masih terjadi sampai saat ini. Rasisme yang terjadi terhadap mahasiswa Papua di Surabaya dianggap oleh para informan sebagai situasi kritis yang sedang terjadi di Indonesia karena dari tindakan rasisme ini bisa membuat Papua melepaskan diri dari Indonesia dan tindakan rasisme bisa saja memecah belah Indonesia. Rasisme yang terjadi terhadap mahasiswa Papua di Surabaya juga menimbulkan situasi kritis di Papua, yaitu terjadinya unjuk rasa yang dilakukan oleh masyarakat Papua di Manokwari dan Jayapura atas bentuk kekecewaan terhadap terhadap pengepungan asrama mahasiswa Papua di Surabaya.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:39) bahwa perubahan perilaku khalayak dalam komunikasi massa dapat terjadi jika masyarakat berada dalam ketidakstabilan struktural sehingga masyarakat merasa sedang dalam situasi kritis.

#### 4.3.7 Dukungan komunikasi antar pribadi

Tagar #PapuaBukanMonyet yang membahas mengenai kejadian yang menimpa mahasiswa Papua di Surabaya yang mengalami tindakan rasisme ini dibicarakan secara pribadi antara semua informan dengan orang-orang di lingkungan sekitarnya, baik secara langsung maupun secara virtual. Hal ini terjadi karena para informan berada dalam lingkungan yang sama yaitu di lingkungan komunitas mahasiswa Papua dan bersangkutan dengan kehidupan pribadi antar informan dengan lingkungan sekitarnya.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:39) bahwa perubahan perilaku khalayak dalam komunikasi massa dapat terjadi jika pesan di komunikasi massa dijadikan pembahasan atau pembicaraan dan terjadi di komunikasi pribadi antar khalayak.

#### 4.3.8 Dampak Konatif (perilaku) setelah membaca pesan anti rasisme melalui tagar #PapuaBukanMonyet

Setelah membahas tujuh faktor yang mempengaruhi dampak konatif dari penyebaran pesan anti rasisme melalui tagar #PapuaBukanMonyet, maka poin terakhir adalah dampak konatif atau perilaku yang terjadi terhadap khalayak setelah membaca pesan anti rasisme tersebut, dan perubahan perilaku ini dapat dilihat atau diamati oleh orang lain. Para informan memberikan

pernyataan terkait perilaku maupun sikap yang diambil setelah membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet, yaitu para informan lebih menghargai orang lain, menjaga sikap, dan tidak melakukan tindakan yang berindikasi rasis agar tidak terjadi tindakan rasis lainnya dikemudian hari. Hal ini ditunjukkan dengan perilaku para informan yang sangat menghargai perbedaan di lingkungan sekitarnya.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Vera (2016:39) bahwa komunikasi massa mampu memberikan dampak konatif, yaitu dampak yang terjadi pada diri khalayak setelah menerima pesan di komunikasi massa yang berbentuk kegiatan, tindakan, atau perilaku dan dampak tersebut bisa diamati.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya terkait “Sikap Komunikan Aktivistis Mahasiswa Papua di Bandung pada Tagar #PapuaBukanMonyet (Studi Kualitatif Deskriptif Penyebaran Pesan Anti Rasisme di Twitter melalui Tagar #PapuaBukanMonyet” , peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Analisis Pesan Anti Rasisme di Twitter melalui Tagar #PapuaBukanMonyet dalam Memberikan dampak Kognitif

Dampak kognitif yang terjadi pada diri khalayak setelah membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet adalah pesan anti rasisme bermanfaat untuk khalayak dan dapat diterima oleh khalayak karena membantu untuk menyadarkan khalayak tentang rasisme yang sedang terjadi, dan pesan anti rasisme tersebut juga menambah cara berfikir khalayak mengenai rasisme.

2. Analisis Pesan Anti Rasisme di Twitter melalui Tagar #PapuaBukanMonyet dalam Memberikan dampak Afektif

Dampak afektif atau perasaan yang timbul pada diri khalayak setelah membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet adalah perasaan senang setelah membaca pesan anti rasisme karena pesan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih peduli dan melakukan pembelaan terhadap masyarakat Papua. Tagar #PapuaBukanMonyet juga menimbulkan perasaan sedih kepada diri khalayak karena tagar #PapuaBukanMonyet mengingatkan

tentang kejadian yang menimpa mahasiswa Papua di Surabaya.

3. Analisis Pesan Anti Rasisme di Twitter melalui Tagar #PapuaBukanMonyet dalam Memberikan dampak Konatif

Dampak konatif atau dampak yang berbentuk perilaku atau sikap dan dampak tersebut bisa diamati setelah membaca pesan anti rasisme di Twitter melalui tagar #PapuaBukanMonyet yang timbul adalah khalayak lebih menghargai orang lain, menjaga sikap, dan tidak melakukan tindakan yang berindikasi rasis agar tidak terjadi tindakan rasis lainnya di kemudian hari. Hal ini ditunjukkan dengan sikap khalayak yang sangat menghargai perbedaan di lingkungan sekitarnya.

### 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan yang berhubungan dengan penelitian yang telah dilakukan terbagi menjadi dua, yaitu saran secara teoritis dan juga saran secara praktis.

#### 1. Saran Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk memperluas dan mengembangkan jenis penelitian di bidang ilmu komunikasi khususnya pada penelitian yang berhubungan dengan penyebaran pesan di *new media* khususnya media sosial Twitter maupun di komunikasi massa dan bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh pesan yang tersebar kepada khalayaknya.

#### 2. Saran Praktis

Berdasarkan penelitian di atas memberikan saran secara praktis yaitu khalayak harus menggunakan dan memanfaatkan media sosial secara bijak karena penggunaan media sosial yang bijak memberikan dampak secara positif dan akan berpengaruh baik ke khalayak lainnya. Dengan begitu, akan lebih banyak kebermanfaatannya yang diterima oleh khalayak saat menggunakan media sosial.

### Daftar Pustaka

Buku :

Aan Komariah dan *Djam'an Satori*. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Anto Dajan. 1986. Pengantar Metode Statistik II. Jakarta: LP3ES.

Ardianto Elvinaro dan Lukiati Komala. 2010. Metode Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Bungin, Burhan. 2012. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchjana. 1998. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Hikmat, Mahi M. 2018. Jurnalistik Literary Journalism. Jakarta: Prenadamedia Group.

Marger, Martin N. 1994. Race and ethnic relations: 3rd ed Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.

McQuails, Denis. 1987. Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa). Jakarta: Erlangga.

Moleong, Lexy J. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2018. Khalayak Media. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nurudin. 2014. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Romli, Khomsahrial. 2016. Komunikasi Massa. Jakarta: Grasindo.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta CV.

Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta CV.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta CV.

Vera, Nawiroh. 2016. Komunikasi Massa. Bogor: Gh alia Indonesia.

West, Ricard & Lynn H. Turner. 2012. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi. Terjemahan dari Introducing Communication Theory : Analysis and Applicatio. Jakarta: Salemba Humanika.

Jurnal :

Pratama, Surya Daniel Andi. 2016. Representasi Rasisme dalam Film Cadillac Records. Jurnal. Universitas Kristen Petra Surabaya.

Skripsi :

Husna, Fairuz Annisa. 2017. Slacktivism dan Gerakan Sosial Digital (Studi Mengenai Partisipasi Digital dalam Penandatanganan Petisi Online Change.org). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Departemen Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

Rachmawati, Arie Noer. 2017. Wacana Rasisme dalam Tayangan Penghargaan Film Academy Award ke 88. Skripsi. Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.

Berita kabar online :

Anggreani, Pipit. 2019, Malang Times: Tolak Rasis, Tagar PapuaBukanMonyet Trending Topic. Diakses pada <https://www.malangtimes.com/baca/42995/20190820/100900/tolak-rasis-tagar-papuabukanmonyet-trending-topic> (17 September 2019 pukul 1.45 WIB).

Fathan, Ashri. 2019, Detik.com : Menkominfo: 90% Lebih Konten Provokatif Papua Ada di Twitter. Diakses pada <https://news.detik.com/video/190905059/menkominfo-90-lebih-konten-provokatif-papua-ada-di-twitter> (12 September 2019 pukul 16.45 WIB).

Rahapit, Aprilia. 2018, Republik Merdeka : 101 Kasus Diskriminasi Etnis Terjadi Di Tahun 2011 Hingga 2018. Diakses pada <https://politik.rmol.id/read/2018/11/16/366635/101-kasus-diskriminasi-etnis-terjadi-di-tahun-2011-hingga-2018> (21 September 2019 pukul 1.24 WIB)

Tim Detik.com. 2019, Detik.com : Rusuh di Tanah Papua: Urutan Kejadian dan Penanganan Setelahnya. Diakses pada <https://news.detik.com/berita/d-4673421/rusuh-di-tanah-papua-urutan-kejadian-dan-penanganan-setelahnya> (13 September 2019 pukul 00.09 WIB).

Internet :

Dosensosiologi.com. 2018 : Pengertian Rasisme, Sebab, dan Contohnya. Diakses pada <https://dosensosiologi.com/> (17 September 2019 pukul 23.33 WIB).

Hannani, Nabilah. 2019 : Pengertian Twitter Beserta Sejarah dan Manfaat Twitter yang Dibahas Secara Lengkap. Diakses pada <https://www.nesabamedia.com/> 12 September 2019 pukul 12.05 WIB).

[www.indonesia.go.id](http://www.indonesia.go.id) 2019 : Suku Bangsa. Diakses pada <https://www.indonesia.go.id/> (20 September 2019 pukul 2.31 WIB).