
Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Aksi Sosial

Annisa Rizki Ananda¹, Lisnawati²

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Palangkaraya^{1,2}

Email Korespodensi: annisarizkiananda@umpr.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 24-01-2026

Disetujui 04-02-2026

Diterbitkan 06-02-2026

Katakunci:

*Aksi Sosial,
Media Sosial,
Pengabdian Masyarakat.*

ABSTRAK

Pergeseran paradigma komunikasi dari media massa tradisional ke media baru telah menciptakan ruang publik digital yang sangat dinamis. Media sosial bukan hanya saluran distribusi, melainkan telah menjadi tempat bagi gerakan sosial. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfungsi sebagai kerangka implementasi dari strategi pemanfaatan media sosial pada aksi sosial. Media sosial harus dimanfaatkan sebagai platform dialog dan partisipasi yang bersifat transaksional bukan hanya linear. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan edukatif, dimulai dengan ice breaking untuk membangun suasana akrab. Materi inti disampaikan secara interaktif oleh dosen FISIPOL mengenai pemanfaatan media sosial untuk aksi sosial. Kegiatan ini berjalan dengan sukses dan interaktif. Kolaborasi antara dosen dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palangka Raya berhasil mengedukasi audiens yang beragam, mulai dari mahasiswa hingga komunitas film, mengenai pentingnya media sosial sebagai instrumen aksi sosial di era digital. Kegiatan ini pula telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesadaran peserta untuk lebih bijak dan kreatif dalam menggerakkan audiens demi kepentingan sosial.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Ananda, A. R., & Lisnawati, L. (2026). Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Aksi Sosial. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 249-255. <https://doi.org/10.63822/cwy11c22>

PENDAHULUAN

Pergeseran paradigma komunikasi dari media massa tradisional ke media baru (*new media*) telah menciptakan ruang publik digital yang sangat dinamis. Media sosial (Instagram, TikTok, X) bukan hanya saluran distribusi, melainkan telah menjadi "arena diskursus" dan "wadah mobilisasi" bagi gerakan sosial (Castells, 2013). Dalam konteks ini, aksi sosial Gen Z di Palangka Raya memerlukan adaptasi terhadap model komunikasi yang berpusat pada partisipasi dan interaktivitas.

Partisipasi dan interaktivitas tersebut berkaitan dengan permasalahan komunikasi pada komunitas yang sering kali masih mengadopsi model komunikasi *linear* (satu arah) dalam *campaign* mereka. Hal ini bertentangan dengan sifat media sosial yang menuntut komunikasi *transaksional* (*transactional communication*), di mana aksi sosial harus melibatkan dialog dan *engagement* aktif dengan audiens untuk membangun *trust* dan mendorong konversi. Hidayanto et al. (2025) menyatakan bahwa sosial juga digunakan sebagai alat untuk mengajak dan memobilisasi masyarakat untuk aktif terlibat dalam kegiatan politik, seperti mengambil bagian dalam pemilu (Hong, S., Choi, H., & Kim, T. K. 2019; Alodat et al., 2023; Sakti, 2023).

Aksi sosial modern harus dipandang sebagai upaya Komunikasi Pemasaran Sosial (KPS). KPS bertujuan untuk memengaruhi perilaku sukarela audiens demi kebaikan individu dan masyarakat (Kotler & Lee, 2008). Kesenjangan KPS pada Gen Z Palangka Raya yakni berkaitan dengan Gen Z yang sering gagal melakukan segmentasi audiens digital. Mereka menyebarkan pesan ke semua *followers* tanpa mempertimbangkan siapa yang merupakan potensial audiens (misalnya, *followers* yang lebih tua atau *stakeholder* korporat) dan siapa yang hanya menjadi audiens informatif (sesama Gen Z).

Dalam hal aksi sosial Gen Z juga memerlukan *Messaging Strategy*. Pesan-pesan yang disampaikan cenderung bersifat emosional tanpa diikuti oleh analisis *framing* yang kuat. Mereka gagal mengemas isu lokal secara strategis agar resonan dengan nilai-nilai *online* (misalnya, membuat *frame* isu Karhutla sebagai *call-to-action* untuk tanggung jawab kolektif digital). Aksi sosial tidak hanya cenderung bersifat emosional namun juga berkaitan dengan gerakan sosial akan terus mengalami perkembangan, dari masa-ke masa. Beberapa tahun terakhir ini mulai banyak gerakan sosial yang memanfaatkan ruang digital, akibat arus globalisasi yang diikuti modernisasi. Era digital dikenal dengan sebuah era yang mana kebutuhan untuk seluruh akses apapun sangat mudah untuk dijangkau oleh manusia, dengan waktu yang sangat cepat dan serba instan. Dapat dikerjakan kapan saja dan dimana saja, yaitu dengan kemudahan mengakses internet. Kemajuan teknologi dan informasi, dikenal dengan zaman era digital, memberikan sebuah dampak yang sangat signifikan terhadap sebuah perkembangan gerakan sosial (Anshori, I., & Nadiyya, F. A. A, 2023).

Kemajuan teknologi dan informasi ini berhubungan dengan penggunaan ruang digital. Ruang digital digunakan untuk mengumpulkan dan membangun pendapat masyarakat secara luas. Terjadi transformasi gerakan sosial pada ruang digital, semula hanya berada di ruang fisik saja. Munculnya media sosial mempunyai pengaruh besar, sekaligus menjadi sebuah media baru yang memiliki banyak fungsi sangat besar. Media sosial bisa menjalankan kekuatan untuk melakukan pengkritikan dan pengawasan melalui banyak aktivitas dan berlangsung di dan dari berbagai macam dunia, serta dengan waktu yang sangat singkat (Anshori, I., & Nadiyya, F. A. A, 2023).

Media baru menjadikan media sosial memiliki sebuah kelebihan. Melalui cara mengadopsi fitur yang dimiliki internet dapat melahirkan gerakan sosial baru atau biasa disebut dengan "*one click activism*". Internet tersebutlah yang menghubungkan media sosial yang dapat digunakan luas dimana saja dan kapan

saja (Anshori, I., & Nadiyya, F. A. A, 2023). Media barupun dapat pula dihubungkan dengan media digital. Media digital membentuk perubahan partisipasi dan aktivisme digital. Bennet dan Segerberg merumuskan kerangka konsep baru untuk memahami dinamika aktivisme dalam ruang digital. Konsep ini disebut aksi konektif (*connective action*) atau pola partisipasi individual berdasarkan konektivitas media digital. *Connective action* adalah sebuah konsep yang menjelaskan bahwa gerakan sosial di era sekarang mungkin saja tidak memiliki pemimpin, tidak memiliki struktur organisasi yang jelas, dan seorang anggota dapat dengan mudah bergabung atau meninggalkan sebuah aksi (Bennett & Segerberg, 2012).

Keunggulan *digital natives* ialah mampu menyesuaikan diri dalam beradaptasi dengan iklim komunikasi untuk mendukung pengembangan diri (*self-improvement*) mereka (Putri, I. R., & Pratiwi, E, 2022). Digital natives dari kalangan generasi Z (Gen Z) memiliki interpretasi tersendiri mengenai komunikasi di dunia maya yang menunjukkan besarnya potensi komunikasi di dunia maya bagi pengembangan diri mereka. Sejalan dengan perspektif post-modernisme, generasi Z menginterpretasikan dan meyakini bahwa realitas maya (online) tidak lagi hanya sebagai pelengkap dari dunia nyata, namun secara pesat dapat beralih sebagai substitusi dari yang nyata. Batasan antara yang nyata dan yang maya menjadi semakin kabur (Purbaningrum & Sudarmanti, 2022).

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini akan fokus pada strategi pemanfaatan media sosial sebagai aksi sosial dalam *digital natives* yang saat ini dari Gen Z yang memiliki interpretasinya sendiri terkait dengan dunia maya yang ada pada media sosial sehingga komunikasi krisis dan transparansi digital diperlukan agar aksi sosial Gen Z di Palangka Raya tidak terjebak dalam disinformasi atau melanggar norma etika komunikasi saat *campaign* mereka menjadi viral atau menghadapi kritik.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode yang digunakan untuk kegiatan ini yaitu metode partisipatif baik dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan ini dilaksanakan pada Kamis, 27 November 2025 di Aula PWM Provinsi Kalimantan Tengah Jl. RTA Milono Km. 1,5. Peserta dari kegiatan ini adalah mahasiswa UMPR, Gen Z, Komunitas sosial, dan Komunitas Film.

Tahap awal program pengabdian masyarakat yakni, tim melakukan persiapan dengan survey kebutuhan dan permasalahan. Dari hasil survey terkait kebutuhan pada penyampaian aspirasi masyarakat khususnya Gen Z masih belum maksimal. Saat ini Gen Z belum memanfaatkan media sosial secara menyeluruh dan maksimal untuk kegiatan aksi sosial, dikarenakan aksi sosial saat ini kebanyakan dilakukan secara langsung melalui demonstrasi. Walaupun sudah ada beberapa yang melakukan aksi sosial melalui media sosial namun penyampaian pesannya belum tersampaikan. Selanjutnya yakni tahap pelaksanaan. Tahap pelaksanaan yang dilakukan mengadakan sosialisasi terkait strategi pemanfaatan media sosial untuk aksi sosial tersebut. Tak hanya sosialisasi tapi juga dibombing membuat pesan untuk aksi sosial yang aman dan tepat sasaran. Diakhir kegiatan pelaksanaan diadakan kuis dan tanya jawab, bagi peserta dengan pertanyaan paling bagus mendapat voucher dari tim pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Pengabdian masyarakat mengadakan sosialisasi terkait pemanfaatan media sosial untuk aksi sosial. Pelaksanaannya di mulai dari pembukaan, *ice breaking* pada pukul 09.00 WIB oleh Anggota TIM dan panitia. Setelah pembukaan dilanjutkan dengan sosialisasi yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai aksi sosial. Peserta pada kegiatan ini adalah masyarakat yang terdiri dari mahasiswa UMPR, Gen Z, Komunitas sosial, dan Komunitas Film. Pelaksanaan kegiatan diadakan di Aula PWM Provinsi Kalimantan Tengah Jalan RTA. Milono Km 1,5 Kota Palangka Raya. Kegiatan ini diadakan oleh tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari Dosen Program Ilmu Komunikasi yakni Annisa Rizki Ananda, M.I.Kom dan Lisnawati, M.I.Kom yang berkolaborasi dengan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Palangka Raya Angkatan 2025 yakni atas nama Jihan Salwa Hasanah, M.Angga dan C.

Kegiatan *ice breaking* dimulai dengan pertanyaan dasar terkait dengan aksi sosial dan penggunaan media sosial. Lalu sosialisasi dimulai dengan materi yang diberikan oleh ketua TIM yakni Annisa Rizki Ananda, M.I.Kom. Materi yang diberikan yakni pertama tentang mengapa media sosial sangat relevan untuk aksi sosial saat ini? Dijelaskan bahwa media sosial relevan untuk aksi sosial dikarenakan jangkauan yang luas, kecepatan dalam penyampaian informasi dan biaya yang relative rendah. Kedua berkaitan dengan pengertian media sosial dan aksi sosial. Media sosial adalah media tempat berdiskusi mengenai berbagai hal salah satunya yakni terkait isu sosial yang ada sekarang. Dijelaskan pula mengenai definisi aksi sosial yakni gerakan atau kegiatan untuk mendukung kegiatan sosial, kegiatan yang terorganisir yang menciptakan perubahan positif. Dimana tujuannya yakni meningkatkan kesejahteraan, kesetaraan dan keadilan sosial.

Ketiga, disampaikan mengenai perbedaan antara aksi moral dan aksi politik yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Aksi moral dijelaskan yakni fokus untuk mengoreksi kondisi yang ditimbulkan dalam berbagai masalah sosial dan kejahatan moral masyarakat. Sedangkan aksi politik adalah perubahan politik yang dapat dicapai dengan cara mengingatkan para elit politik atau bahkan berusaha menumbangkan rezim yang sedang berkuasa. Keempat yakni penjelasan terkait platform media sosial apa saja yang dapat digunakan untuk aksi sosial. Platform yang dapat digunakan untuk aksi sosial yakni dapat berupa tiktok, Instagram, facebook, x dan media sosial lainnya. Kelima yakni contoh nyata aksi sosial yang dilakukan pada media sosial apa saja serta memperkenalkan komunitas sosial yang sudah mewakili aksi sosial pada media sosial. Contoh aksi sosial yang dijelaskan yakni terkait dengan aksi sosial *brave pink*, *hero green*. Aksi sosial tersebut berbasis media digital (*cybersocial movement*) di mana simbol visual digunakan sebagai alat untuk menyatukan aspirasi, menyebarkan pesan politik dan sosial, serta menekan pihak berwenang agar mewujudkan tuntutan publik.

Setelah materi disampaikan lalu diadakan sesi diskusi terkait aksi sosial apa saja yang dapat dilakukan sekarang menggunakan media sosial. Beberapa pertanyaan tertarik dengan bagaimana membuat pesan yang menarik dan menggerakkan untuk audiens ketika membaca pesan tersebut. Selanjutnya pertanyaan yang paling menarik mendapatkan voucher gopay sebagai bentuk apresiasi atas keaktifan dan kreativitasnya. Sosialisasi diakhiri dengan peserta kegiatan agar melakukan beberapa aksi kecil sebagai bentuk aksi sosial dengan memanfaatkan media sosial. Ditambahkan pada sosialisasi dikatakan bahwa dengan adanya gerakan kecil pada media sosial seperti upload story terkait kritik yang ingin kita sampaikan kepada pemerintah sudah termasuk dalam gerakan aksi sosial. Atau bahkan dengan upload template story

di instgaram juga merupak bentuk aksi sosial. Tak hanya itu pemanfaat media sosial disampaikan pula dengan memberikan like dan komentar serta share beberapa pesan sosial yang tidak menggiring merupakan bentuk aksi sosial juga. Maka dari itu diharapkan kegiatan ini memberikan kontribusi dan kesadaran kepada peserta bahwa pemanfaatan media sosial dalam aksi sosial itu memudahkan dan bisa diakses dimanapun serta bisa memberikan menyuarakan pendapat kita tanpa aksi yang merusak fasilitas umum yang ada.





Gambar Dokumantasi Kegiatan

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi pemanfaatan media sosial untuk aksi sosial kepada masyarakat di Aula PWM Provinsi Kalimantan Tengah telah berjalan dengan sukses dan interaktif. Kolaborasi antara dosen dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palangka Raya ini berhasil mengedukasi audiens yang beragam, mulai dari mahasiswa hingga komunitas film, mengenai pentingnya media sosial sebagai instrumen aksi sosial di era digital. Melalui kegiatan ini, masyarakat menjadi lebih sadar, peduli, dan 'melek' akan situasi sosial yang berkembang, serta memahami bahwa aksi sosial tidak selamanya harus dilakukan dengan turun ke jalan atau mendatangi kantor pemerintahan.

Peserta menyadari bahwa kontribusi nyata dapat dimulai dari langkah-langkah sederhana di platform digital, seperti mengunggah kritik melalui *story* Instagram, menggunakan *template* khusus, hingga memberikan interaksi berupa *like* dan *share* pada pesan sosial sebagai bentuk gerakan aksi yang valid dan berdampak. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesadaran peserta untuk lebih bijak dan kreatif dalam menggerakkan audiens demi kepentingan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Alodat, A. M., Al-Qora'n, L. F., & Abu Hamoud, M. (2023). Social Media Platforms and Political Participation: A study of Jordanian youth engagement. *Social Sciences*, 12(7), Artikel 402. <https://doi.org/10.3390/socsci12070402>
- Anshori, I., & Nadiyya, F. A. A. (2023). Peran Ruang Digital Sebagai Transformasi Gerakan Aksi Sosial Mahasiswa melalui Platform Sosial Media. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(2).
- Bennett, W. L. (2013). The Logic of Connective Action. Cambridge University Press: Cambridge, Britania Raya doi: doi.org/10.1017/CBO9781139198752 retrieved from <https://www.cambridge.org/core/books/logic-of-connectiveaction/6B54DBBEAD1625C2778F8D80A17D58E1#>
- Castells, M. (2013). Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. *Polity Press*.

-
- Hidayanto, A. N., Fitriani, H., Khairunnisa, A. A., Aurelya, K., Kusumo, M. D., & Steven. (2025). Political parasocial relationships on social media: The role of user experiences and emotions in shaping eWOM and voting intention. *Telematics and Informatics Reports*, 20, Artikel 100273. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2025.100273>
- Hong, S., Choi, H., & Kim, T. K. (2019). Why do politicians tweet? Extremists, underdogs, and opposing parties as political tweeters. *Policy & Internet*, 11(3), 305–323. <https://doi.org/10.1002/poi3.201>
- Kotler, P., & Lee, N. (2008). Social Marketing: Influencing Behaviors for Good. *Sage Publication*
- Sakti, R. E. (2023). *Media sosial pengaruhi pemilih pada pemilu 2024* (Social media influences voters in the 2024 election). Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/media-sosial-pengaruhi-pemilih-pada-pemilu-2024>
- Putri, I. R., & Pratiwi, E. (2022). Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(2), 231-246.
- Purbaningrum, D., & Sudarmanti, R. (2022). Supportive Communication Climate in The SelfDevelopment of Generaztion Z. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(1), 29-40.