



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 6411-6422

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Viralnya Kampanye “All Eyes on Papua” Terindikasi FoMO

Asti Nur Buana Dewi

Universitas Budi Luhur

Email: [2171600402@student.budiluhur.ac.id](mailto:2171600402@student.budiluhur.ac.id)

### Abstrak

Keberhasilan kampanye “All Eyes on Rafah” yang viral secara global, membangkitkan gerakan massa diberbagai tempat baik di benua Asia, Eropa, maupun Amerika. Di sisi lain di Indonesia muncul kampanye yang membersamai momentum “All Eyes on Rafah” yakni kampanye “All Eyes on Papua”. Kampanye “All Eyes on Papua” bermula dari sebuah tagar di media sosial X yang kemudian dibagikan di instagram dengan menggunakan fitur “Add Yours” dan menjadi viral di Indonesia. “All Eyes on Papua” yang muncul sejak Mei 2024 membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana penerimaan masyarakat terhadap pesan yang tercantum dalam kampanye tersebut. Apakah kampanye “All Eyes on Papua” membangkitkan gerakan massa yang sama dengan kampanye “All Eyes on Rafah” ataukah hanya berhenti di media sosial sebagai sebuah tren FoMO semata. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dan mengambil sumber data dari literatur dan wawancara informan. Simpulan yang di dapatkan adalah kampanye “All Eyes on Papua” ini, sampai dengan peneliti menulis laporan jurnal ini, masih hanya berupa sebuah kampanye yang berhenti di media sosial sebagai sebuah tren FoMO.

Kata Kunci: *All Eyes on Rafah, All Eyes on Papua, Instagram, FoMO*

## Abstract

The success of the "All Eyes on Rafah" campaign which went viral globally, sparked mass movements in various places in Asia, Europe, and America. On the other hand, in Indonesia, a campaign emerged that accompanied the momentum of "All Eyes on Rafah", namely the "All Eyes on Papua" campaign. The "All Eyes on Papua" campaign started from a hashtag on social media X which was then shared on Instagram using the "Add Yours" feature and went viral in Indonesia. "All Eyes on Papua" which has been around since May 2024 made researchers want to know how the public received the message contained in the campaign. Did the "All Eyes on Papua" campaign spark the same mass movement as the "All Eyes on Rafah" campaign or did it just stop on social media as a FoMO trend? This research was conducted using a descriptive qualitative method and took data sources from literature and informant interviews. The conclusion obtained is that the "All Eyes on Papua" campaign, until the researcher wrote this journal report, was still just a campaign that stopped on social media as a FoMO trend.

Keywords: *All Eyes on Rafah, All Eyes on Papua, Instagram, FoMO*

## PENDAHULUAN

Pecahnya genosida di tanah Palestina yang tengah berlangsung sejak 7 Oktober tahun 2023 lalu telah menyita perhatian seluruh dunia. Berbagai macam video kekerasan yang dilakukan oleh pihak zionis Israel terhadap masyarakat Palestina, terutama di wilayah Gaza, menimbulkan gelombang protes besar-besaran di berbagai tempat baik di benua Asia, Eropa, hingga Amerika. Sepak terjang zionis Israel dengan aksi militernya melakukan genosida memaksa warga Gaza dari ujung utara di Jabalia untuk bergerak mengungsi hingga ujung selatan di Rafah. Rafah adalah kota terakhir yang masih berdiri di Gaza dan berbatasan langsung dengan Mesir, di mana menjadi pusat dari beribu tenda-tenda pengungsi. Puncaknya, zionis Israel pada akhirnya tega menjatuhkan bom ke arah tenda-tenda pengungsi di Rafah tersebut. Tindakan tersebut memunculkan kampanye "All Eyes on Rafah" di media sosial secara luas.

Tak berselang lama dari munculnya kampanye "All Eyes on Rafah" tersebut, media sosial di Indonesia secara mengejutkan diramaikan dengan kemunculan kampanye "All Eyes on Papua". Kampanye tersebut pun pada akhirnya diangkat di beragam berita *on line* maupun elektronik.

"All Eyes on Papua" pertama kali muncul sebagai tagar di media sosial X. Tagar tersebut rupanya menjadi bentuk dukungan terhadap masyarakat Papua yang tengah berjuang untuk menolak pembangunan perkebunan kelapa sawit di tanah mereka. Diketahui kemudian bahwa Masyarakat Adat suku Awyu di Boven Digoel, Papua Selatan dan juga Suku Moi di Sorong, Papua Barat Daya; mengajukan gugatan hukum hingga tahap

kasasi di Mahkamah Agung melawan Pemerintah dan juga Perusahaan-Perusahaan Sawit demi mengambil kembali dan mempertahankan hutan adat mereka.

Berdasarkan catatan dari media pemberitaan Kompas.id (27/5/2024), rupanya hutan adat tersebut di atas telah dikonversi menjadi lahan perkebunan kelapa sawit terbesar di Indonesia melalui Proyek Tanah Merah. Dalam proyek ini, rencananya hutan seluas 280.000 hektar akan dirubah menjadi perkebunan sawit.

Konflik muncul dikarenakan Pemerintah rupanya telah mengeluarkan izin kelayakan lingkungan hidup dengan luas 36.094 hektar atau seluas lebih dari setengah DKI Jakarta kepada PT IAL tanpa melibatkan masyarakat adat sebagai pemilik hutan tersebut dalam proses pelepasan hak adatnya. Sementara itu diketahui juga bahwa PT SAS akan memabat hutan adat Moi Sigin seluas 18.160 hektar untuk keperluan yang sama.

Perenggutan hak adat terhadap hutan masyarakat adat Papua mengancam kelangsungan hidup suku adat yang menjunjung budaya Egek itu. Budaya Egek merupakan budaya melestarikan hutan dengan jalan mengambil secukupnya dari alam dan juga perjanjian untuk tidak mengambil dari alam dalam kurun waktu tertentu sesuai perjanjian masyarakat yang telah ditetapkan sejak lama. Esensinya adalah mengambil secukupnya dan bukan mengeksploitasi alam secara berlebihan. Dengan demikian ketika dihadapkan dengan Proyek Tanah Merah yang mulai dioperasikan oleh tujuh perusahaan berbeda yakni PT MJR, PT KCP, PT GKM, PT ESK, PT TKU, PT MSM, dan juga PT NUM; memicu penolakan keras dari masyarakat.

Tidak hanya mengancam hajat hidup masyarakat adat sekitar, menurut Juru Kampanye Hutan Greenpeace Indonesia, Asep Komarudin, hal ini akan berpotensi menimbulkan kerugian dalam tiga hal. Yang pertama adalah kehilangan ruang hidup bagi masyarakat adat tentu saja. Yang kedua, hilangnya biodiversitas flora dan fauna endemik yang selama ini terjaga di hutan Papua. Dan yang ke tiga adalah proyek ini akan mengakibatkan pelepasan emisi karbon Indonesia yang akan memperparah krisis iklim.

Kemunculan kampanye "All Eyes on Papua" di sosial media X dengan akun @tanyakanrl pada 31 Mei 2024 menyebutkan bahwa hak-hak masyarakat Papua tengah direnggut paksa oleh penguasa. Selanjutnya oleh seorang pembuat konten dan desainer, Pandhu Tanujoyo, tagar tersebut dibuatkan sebuah poster yang kemudian tidak hanya dibagikan di media sosial X melainkan juga di instagram pribadinya. Dilansir dari Tempo, unggahan tersebut telah dibagikan dan tersebar seperti 'efek bola salju' ke tiga juta pengguna media sosial.

Kampanye 'All Eye on Papua' yang telah sukses beredar pada jutaan pengguna media sosial Indonesia baik di X maupun instagram memunculkan rasa keingintahuan penulis

tentang bagaimana penerimaan kampanye tersebut pada masyarakat secara nyata. Apakah kampanye tersebut disambut dengan gerakan dan aksi-aksi signifikan di dunia nyata seperti yang terjadi pada kampanye "All Eyes on Rafah" ataukah kampanye tersebut pada akhirnya hanya berhenti sebagai tren di media sosial saja atau masuk dalam kategori FoMO?.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini membahas pemanfaatan media instagram sebagai media kampanye "All Eyes on Papua" dan dilakukan pada Mei hingga Juni 2024. Tahapan dari penelitian ini berdasarkan pada penelusuran pustaka, interpretasi terhadap data yang dikumpulkan, serta wawancara dengan para informan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif. Secara singkat, metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian ilmiah yang tidak menekankan pada pengumpulan data berupa angka, melainkan pada teks, bahasa dan kata yang akan memberikan deskripsi menyeluruh mengenai sebuah fenomena yang sedang diteliti. Sesuai dengan yang diterangkan oleh Moeloeng, bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena penelitian secara subyektif melalui data-data deskriptif yang berupa bahasa dan kata-kata pada suatu konteks tertentu yang alamiah menggunakan metode ilmiah (Rumbewas et al., 2018).

Penelitian deskriptif merupakan strategi penelitian di mana seorang peneliti melakukan studi mengenai kejadian atau fenomena dalam kehidupan manusia baik kelompok maupun individu yang menceritakan kehidupan mereka untuk akhirnya informasi tersebut kembali diceritakan sebagai laporan kronologi deskriptif (Kususmastuti, A. & Khoiron, A, M, 2019). Dengan demikian untuk menarik kesimpulan dari data-data yang diperoleh maka keberadaan peneliti sendiri di sini merupakan instrumen yang sangat penting agar dapat memahami dan menarik kesimpulan dari data-data kualitatif yang terkumpul.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti harus bisa memahami permasalahan sosial manusia yang umumnya luas dan kompleks. Creswell pun menjelaskan bahwa selain untuk memahami masalah dalam kehidupan sosial manusia dengan memberikan gambaran menyeluruh dan kompleks, penelitian kualitatif juga memberikan laporan pandangan terperinci dari sumber informasi yang mana penelitian tersebut dilakukan tanpa intervensi atau campur tangan dari peneliti (Fadli, 2021).

Untuk memahami fenomena yang terjadi berkenaan dengan kampanye "All Eyes on Papua" ini, peneliti melakukan penelusuran pustaka dengan sumber data berupa literatur.

Literatur yang digunakan berupa jurnal-jurnal yang terkait dengan kampanye sosial, media online, dan media sosial. Setelah itu peneliti melakukan interpretasi terhadap data-data literatur dan juga informasi dari hasil wawancara kepada para informan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam peristiwa genosida Palestina oleh zionis Israel, pada bulan februari 2024, Richard Rik Peeperkorn, perwakilan WHO untuk Gaza dan Westbank menyatakan pendapatnya terkait rencana Israel untuk menyerang Rafah. Rik mengatakan "*All eyes are on the impending Rafah offensive*" yang artinya semua mata akan tertuju pada serangan Rafah yang akan datang. Kemudian oleh seorang seniman keturunan Palestina di Inggris, Ameera Kawash, ucapan tersebut ditegaskan ulang dengan teknologi AI bertajuk "All Eyes on Rafah" dan disampaikan kepada media pemberitaan internasional Al Jazeera. Mulailah dari semenjak itu poster "All Eyes on Rafah" bermunculan dan dibagikan di media sosial secara global hingga sampai dibagikan juga oleh pengguna media sosial di Indonesia terutama di instagram menggunakan fitur 'Tambahkan Milik Anda' atau "Add Yours".

Dilansir dari Forbes, kampanye "All Eyes on Rafah" menjadi ungkapan dan seruan kepada masyarakat dunia dengan tujuan agar mereka memperhatikan apa yang terjadi di Rafah ketika serangan benar-benar dilaksanakan pada minggu malam, 5 Mei 2024. Diketahui bahwa hingga akhir Mei 2024, poster "All Eyes on Rafah" telah diunggah lebih dari 4,6 juta kali di story instagram dan media sosial lainnya.

Perdana Menteri Israel, Benjamin Netanyahu berdalih bahwa serangan ke Rafah itu dilakukan untuk menghancurkan batalyon Hamas yang diklaim berada di tempat tersebut. Menyusul serangan Rafah tersebut, bermunculan unggahan-unggahan media sosial yang memuat pernyataan warga pendudukan zionis Israel yang menyebutkan bahwa masyarakat Palestina seharusnya keluar saja dari tanah Palestina (yang mereka klaim seluruhnya sebagai tanah Israel). Seperti pada unggahan akun instagram jurnalis Palestina @alhelou.y yang memuat jawaban Itamar Ben-Gvir (Minister of National Security of Israel) ketika ditanyai oleh anaknya mengenai solusi dari konflik yang terjadi.

Jika dilihat dari isi unggahan tersebut, pihak zionis Israel mempunyai niatan untuk merebut atau mengosongkan tanah Palestina seutuhnya dari penduduk pribumi untuk kemudian didiami oleh orang-orang Israel secara eksklusif.

Kampanye yang juga berhubungan dengan penyerobotan lahan atau dalam hal ini hutan adat di Papua "All Eyes on Papua" diakui menunggangi momentum dari "All Eyes on Rafah". Sekar Banjaran Aji, juru kampanye Greenpeace sekaligus advokat Suku Awyu di pengadilan menyebutkan bahwa momentum ini adalah yang selama ini dinantikan oleh

seluruh pihak yang berkoalisi untuk menyelamatkan hutan Papua. Perubahan lahan hutan yang dijadikan perkebunan sawit apalagi dalam luasan masif puluhan hingga ratusan ribu hektar, tidak saja akan mengancam ruang hidup, biodiversitas flora dan fauna endemik serta memperparah pelepasan emisi karbon. Akan tetapi juga akan ada perubahan sistem pencarian nafkah bagi masyarakat lokal sekitar yang mengakibatkan masyarakat menjadi lebih rentan. Kehidupan masyarakat adat Papua yang telah terbiasa menggantungkan hidupnya mengambil dari hutan, kemungkinan akan terpaksa merubah pola tersebut dengan mencari nafkah di perkebunan sawit. Pola pencarian nafkah akan menjadi homogen dan pada akhirnya mereka akan rentan terhadap krisis apabila suatu saat harga minyak sawit menurun (Hidayah, Dharmawan, dan Barus, 2016).

Keseriusan pemasalahan hutan di Papua sudah berlangsung sejak lama. Berdasarkan data dari Yayasan Pusaka Bentala Rakyat pada 2023, menyebutkan bahwa sepanjang tahun 2001 hingga 2019 tutupan hutan alam di seluruh tanah Papua telah menyusut sebanyak 663.000 hektar. Dengan demikian apa bila Proyek Tanah Merah tetap dilaksanakan maka kerusakan hutan akan semakin parah. Perjuangan masyarakat adat untuk mempertahankan hutan adat mereka sebenarnya sudah mereka lakukan sejak beberapa tahun belakangan. Bahkan kenyataannya suku Awyu sebelumnya telah kalah di dua tingkat peradilan, yaitu di Pengadilan Tata Usaha Negara Jayapura pada November 2023 dan juga di pengadilan Tinggi Tata Usaha Negara Manado pada Maret 2024.

Sejak kemunculannya hingga Kamis (6/6/2024), "All Eyes on Papua" telah dibagikan lebih dari 3 juta kali di story media sosial instagram. Bahkan banyak figur publik yang ikut serta membagikan poster tersebut di dalam unggahan media sosial mereka, seperti Luna Maya, Rachel Venya, Syifa Hadju, Lucky Hakim, Abimana Aryasatya, Endi Arvian dan juga beberapa figur publik lainnya.

Poster "All Eyes on Papua" yang diunggah oleh masyarakat terdapat narasi berupa teks sebagai berikut: *"Just in case buat yang belum tau, jadi hutan di Papua tepatnya di Boven Digul di Papua yang luasnya 36.000 hektar atau lebih dari separuh luas Jakarta, akan dibabat habis dan dibangun perkebunan sawit oleh PT Indo Asiana Lestari. Pada 27 Mei 2024, masyarakat suku Awyu di Boven Digul, Papua Selatan dan suku Moi di Sorong, Papua Barat Daya berdemo di depan Mahkamah Agung dan menolak pembabatan hutan ini, karena hutan ini adalah hutan adat tempat mereka dan hidup secara turun temurun, serta sumber penghidupan, pangan, budaya, dan sumber air akan hilang jika hutan ini dibangun perkebunan sawit. Selain berpotensi menghilangkan hutan alam, proyek perkebunan sawit ini juga menghasilkan 25 ton CO2. Jumlah emisi ini sama dengan menyumbang 5% dari tingkat emisi karbon tahun 2030. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh seluruh warga*

*Papua, tetapi berdampak ke seluruh dunia, maka dari itu, ayo kita maju bantu menyuarakan hak-hak warga Papua dan dukung terus perjuangan suku Awyu dalam mempertahankan hutan adat mereka."* Unggahan tersebut juga menyematkan link petisi sebagai bentuk dukungan untuk menyelamatkan hutan Papua.

Kampanye "All Eyes on Papua" ini bisa viral di sosial media instagram dikarenakan oleh banyak hal. Namun peneliti menyimpulkan bahwa ada dua faktor utama yang membuat kampanye tersebut cepat viral.

Yang pertama adalah penggunaan fitur "Tambahkan Milik Anda" atau "Add Yours" di story instagram kampanye "All Eyes on Papua" seperti yang digunakan juga pada kampanye "All Eyes on RaFah". Fitur "Add Yours" ini dirilis pertama kali di Indonesia dan di Jepang, kemudian dilanjutkan dengan peresmian peluncurannya di November 2021. Penggunaan "Add Yours" ini membuat pengguna media instagram bisa menyematkan GIF, text, gambar, ke template stories yang kemudian dapat mereka bagikan dengan pengguna instagram lainnya secara mudah. Fitur "Add Yours" ini sering digunakan untuk menyelenggarakan *challenge* di stories instagram dan semua follower bisa ikut meramaikannya

Yang kedua, berdasarkan data dari We Are Social per Januari 2024 bahwa di Indonesia terdapat 84,3 juta pengguna instagram dan ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara pengguna instagram terbanyak di dunia. Dari sekian juta pengguna instagram, berdasarkan demografi usia, data dari Hootsuite menyebutkan bahwa pengguna terbanyaknya berada dikisaran usia 18 sampai dengan 34 tahun. Ini berarti generasi millennial dan generasi Z lah pengguna terbanyak instagram saat ini.

Berdasarkan data di atas yang sudah diketahui bahwa pengguna instagram mayoritas adalah pengguna berusia 18 sampai 34 tahun, peneliti mencoba mengetahui mengapa, serta dengan tujuan apa pengguna instagram ikut serta dalam kampanye "All Eyes on Papua", dengan mewawancarai para informan dari generasi millennial dan generasi z.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, terlihat bahwa generasi millennial dan generasi Z merupakan generasi yang memiliki literasi digital yang baik. Terbukti dengan tidak adanya kesulitan bagi mereka untuk ikut dalam kampanye "All Eyes on Papua" yang menggunakan fitur "Add Yours". Sehingga proses viralnya kampanye tersebut bisa terjadi dengan cepat dan terbilang masif.

Yang dimaksud dengan literasi digital disini menggunakan 10 tahapan kompetensi literasi digital oleh Japelidi. Namun bisa dipadatkan menjadi empat tahapan kompetensi literasi digital, yakni (Saputra, R. J. I, 2023):

A) Kecakapan dalam mengakses instagram dan fitur 'Add Yours'.

Mayoritas generasi millennial dan generasi Z sudah menggunakan instagram lebih dari lima tahun, sehingga mereka mengetahui dan memahami fitur-fitur yang ada di instagram, seperti fitur "Add Yours" yang dimanfaatkan dalam kampanye "All Eyes on Papua".

B) Kecakapan dalam menganalisis pesan pada fitur "Add Yours"

Dengan narasi text pada kampanye "All Eyes on Papua" ini, informan mempunyai kemampuan analisis sebelum menanggapi atau merespon pesan yang dimuat dalam konten pada fitur "Add Yours". Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dimana generasi millennial lebih mampu dan memiliki kesadaran untuk memilih konten mana yang akan direspon, serta memikirkan dampak apa saja yang akan ditimbulkan atas hasil respon dari konten tersebut.

C) Kecakapan dalam mengevaluasi pesan dalam fitur "Add Yours".

Berdasarkan dari hasil wawancara yang ada, peneliti melihat bahwa para informan mampu mengevaluasi isi pesan yang dimuat dalam fitur "Add Yours" dengan baik.

D) Kecakapan dalam memproduksi pesan dalam fitur "Add Yours".

Para informan ini terlihat sebagai khalayak aktif media sosial yang mana jika berpegang pada konsep literasi digital yang dibatasi oleh Living Stone, mereka memiliki kemampuan dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan juga memproduksi pesan ataupun pemproduksi ulang pesan tersebut.

Dengan kemampuan literasi digital yang baik, terutama dengan kemampuan mengevaluasi pesan yang cakap, dapat dikatakan bahwa pengguna tersebut merupakan khalayak yang aktif. Akan tetapi rupanya ada khalayak pengguna yang berdasarkan perilakunya disebut dengan khalayak yang pasif. Yaitu khalayak yang digambarkan sebagai pengguna yang hanya diam dan menerima begitu saja informasi yang diberikan. Mereka secara gegabah menggunakan dan memanfaatkan media sosial tanpa memperhitungkan dampak dan bahaya yang dapat timbul akibat kurangnya kemampuan untuk mengevaluasi pesan yang dalam hal ini dari fitur "Add Yours" di instagram (Saputra, R. J. I, 2023). Contohnya pengguna instagram yang ikut serta dalam kampanye "All Eyes on Papua" hanya karena kampanye tersebut sedang tren, atau bisa dibilang hanya ikut-ikutan saja tanpa mengetahui konteks persoalan yang sedang terjadi. Perilaku tersebut bisa masuk dalam kategori FoMO.

FoMO yang merupakan akronim dari *Fear of Missing Out* adalah kondisi seseorang yang takut dicap sebagai orang yang tidak up date, tidak gaul, takut ketinggalan berita atau tren terkini. FoMO juga bisa diartikan sebagai kecemasan sosial yang diikuti dengan karakteristik kebutuhan untuk terus terhubung dengan perilaku orang lain (Przbylsky, 2013).

Lebih detailnya menurut Przbylsky, Murayama, DeHaan, Gladwell (2013), FoMO atau *Fear of Missing Out* mempunyai beberapa aspek, yaitu:

- a. Takut kehilangan momen berharga individual.
- b. Takut kehilangan momen berharga dari kelompok lain.
- c. Keinginan untuk tetap berhubungan dengan apa yang orang lain lakukan.

Menurut Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2020), FoMO melibatkan dua komponen utama yaitu:

- a. Ketakutan bahwa orang lain mendapatkan pengalaman berharga yang tidak dimiliki. Komponen ini memperlihatkan aspek kognitif kecemasan seperti misalnya kekhawatiran, perenungan, dan lainnya.
- b. Keinginan terus menerus untuk tetap terhubung dengan orang-orang pada jaringan sosialnya. Komponen ini menjadi strategi perilaku yang bertujuan untuk menghilangkan rasa cemas tersebut di atas. Biasanya dengan memeriksa media sosial dan aplikasi pesan secara persisten.

Kondisi FoMO ini paling sering terjadi pada individu dengan usia remaja sampai dengan usia awal masa dewasa. Ketidakpuasan dalam hidup menghasilkan perilaku FoMO yang lebih tinggi. Ketakutan akan ketinggalan atau FoMO ini biasanya dapat dikenali dengan perilaku seseorang yang sering kali mengakses internet pada saat ia seharusnya melakukan aktivitas yang membutuhkan konsentrasi lebih. Selain itu faktor psikologis juga dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku FoMO, yaitu kebutuhan psikologis untuk selalu bisa terhubung atau terkoneksi yang tidak terpenuhi, juga tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis terhadap diri sendiri (Suwandi, V. V., Hafied Cangara, & Umaimah Wahid, 2022).

Melihat dari segi hasilnya, kampanye "All Eyes on Papua" yang telah dibagikan lebih dari 3 juta unggahan tersebut, pada kenyataannya tidak membuat petisi yang tautannya tersemat, menembus atau bahkan mendekati angka jutaan. Petisi tersebut rupanya telah diajukan sejak bulan Maret 2024. Dan hingga pantauan terakhir pada 10 Juni 2024, yang telah turut menandatangani petisi on line tersebut baru mencapai angka 230.010 orang saja.

Menurut Lindner dan Richm (2011), petisi merupakan sebuah permohonan yang diajukan kepada otoritas publik seperti institusi pemerintah, parlemen, maupun korporasi. Petisi adalah suara aspirasi dan tuntutan dari masyarakat mengenai suatu isu maupun kebijakan tertentu. Tujuannya adalah untuk mendorong maupun mengubah kebijakan yang telah dikeluarkan. Untuk sebuah petisi on line dikatakan berhasil, ada beberapa indikator yang harus terpenuhi yaitu (Abadi, S. S., Tangguh, S., Saputra, W., & Suhawa, Y., 2023):

- a. Urgensi isu permasalahan yang mendesak dan sejalan dengan opini publik.

- b. Diketahui masyarakat luas.
- c. Menyajikan fakta-fakta terpercaya.
- d. Petisi tidak menuntut terlalu banyak perubahan.
- e. Kuantitas dukungan.

Petisi diartikan sebagai permohonan yang diajukan kepada sasaran permohonan atau seringkali dalam hal ini adalah pemerintah, agar mereka mengambil kebijakan mengenai permasalahan yang dimohonkan. Permohonan di sini merupakan pernyataan tertulis yang resmi dan sah untuk kemudian disampaikan kepada pihak yang memegang otoritas dengan tujuan untuk memperoleh persetujuan darinya. Dan petisi yang mendapatkan banyak tanda tangan, maka berarti mayoritas masyarakat mendukung permohonan yang tertera di dalam petisi tersebut. Akan tetapi sayangnya, sampai kini belum ada peraturan yang mewajibkan pemerintah atau pemegang otoritas untuk merespon petisi yang ada. (Jalaluddin, J., & Zaqia, N., 2023). Sebuah petisi dikatakan mempunyai implikasi atau tidak, bisa diukur dengan konsep milik Kracher dan Martin yaitu konsep *ultimate* (utama) dan konsep *intermediate* (menengah). Konsep utama menjelaskan bahwa petisi baik online maupun konvensional mampu menciptakan perubahan kebijakan. Sedangkan dalam konsep menengah, walaupun petisi belum mampu membawa perubahan kebijakan akan tetapi petisi tersebut mampu menarik perhatian pemerintah melalui liputan media yang mendorong aksi dukungan yang lebih lanjut (Alifa, S., Syam, H. M., dan Muharman, N., 2021)

Selain hanya mampu mendapatkan 230.010 tanda tangan saja, hingga peneliti menulis laporan jurnal ini, kampanye "All Eyes on Papua" hanya memicu beberapa tokoh untuk berkomentar. Antara lain komentar singkat yang dikeluarkan oleh Wakil Presiden Ma'ruf Amin, dan juga dari Dosen Kajian Media dan Budaya Universitas Muhammadiyah Surabaya yakni Radius Setiyawan.

Melihat hasil dari kampanye "All Eyes on Papua" di sosial media dan hasil dari pengumpulan pada petisinya tersebut, peneliti mengartikan bahwa kampanye "All Eyes on Papua" belum bisa dikatakan berhasil. Indikator-indikator perilaku FoMO melandasi kecenderungan para pengguna instagram yang mayoritas merupakan generasi millennial dan generasi Z, yang sebenarnya sudah memiliki literasi digital yang cukup baik, bisa jadi hanya mengikuti tren di sosial media semata. Sehingga pesan sebenarnya dari konten atau kampanye "All Eyes on Papua" tidak tersampaikan secara menyeluruh. Akan tetapi dalam segi pergerakan atau pertukaran informasi, perilaku FoMO bisa menjadi motor penggerak tersebut sebuah kampanye dengan sangat cepat sehingga menyebabkan kampanye tersebut viral dan masyarakat luas mengetahui hal tersebut.

## SIMPULAN

Viralnya kampanye "All Eyes on Papua" di instagram ini dikarenakan penggunaan fitur "Add Yours" yang membuat para pengguna instagram merepost sebuah konten story. Selain itu juga dikarenakan para pengguna instagram mayoritas merupakan generasi millennial dan generasi Z. Akan tetapi dalam hal ini, pengguna instagram menjadi bagian dari khalayak pasif yang berkontribusi terhadap viralnya kampanye ini dikarenakan kecenderungan FoMO. Hal ini terlihat dari hasilnya yang mana sampai dengan peneliti menulis laporan jurnal ini, belum ada gerakan lanjutan yang nyata terkait dengan kampanye "All Eyes on Papua". Sehingga dapat disimpulkan bahwa kampanye "All Eyes on Papua" ini masih merupakan kampanye yang hanya berhenti di media sosial sebagai tren semata. Akan tetapi pesan yang disampaikan dalam kampanye "All Eyes on Papua" tersebut telah membuka mata dan keprihatinan banyak pihak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, S. S., Tangguh, S., Saputra, W., & Suhawa, Y. (2023, August). Analisis Keberhasilan Petisi Online Dalam Merubah Keputusan. In *Gunung Djati Conference Series* (Vol. 27, pp. 105-115).
- Alifa, S., Syam, H. M., & Muharman, N. (2021). Implikasi Petisi Online Platform Change. org terhadap Kebijakan RKUHP dan UU MD3. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 6(2).
- Binte Mohd Yusoff, N. N. (2019). Overcome FOMO: Five easy steps, one social media platform at a time. *Social Space*. 53-56. Retrieved from [https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=1191&context=lien\\_research](https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=1191&context=lien_research)
- Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2020). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43, 203-209. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Hidayah, N., Dharmawan, A. H., & Barus, B. (2016). Ekspansi perkebunan kelapa sawit dan perubahan sosial ekologi pedesaan. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 4(3), 249-56.
- Jalaluddin, J., & Zaqia, N. (2023). Online Petitions as Part of the Right to Freedom of Expression and Its Implications for the Implementation of Government in

- Indonesia. *Kosmik Hukum*, 23(1), 34-49. Doi: 10.30595/kosmikhukum.v23i1.14864
- Karuni, N. P. P., Cahyani, N. P. E., & Narayana, G. A. A. D. J. (2023). UPAYA PELESTARIAN BUDAYA ASLI INDONESIA MELALUI FENOMENA FOMO GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL TIKTOKMENUJU INDONESIA EMAS. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 3, 418-427.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). Metode penelitian kualitatif. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Saputra, R. J. I. (2023). Kecakapal Literasi Digital Mahasiswa Pengguna Fitur Add Yours. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 7(1), 38-46. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.7.1.38-46>
- Suwandi, V. V., Hafied Cangara, & Umaimah Wahid. (2022). Instagram Addiction : Narcissism and Fear of Missing Out (FoMO). *Jurnal Mantik*, 6(3), 3693-3701. Retrieved from <https://www.ejournal.iocscience.org/index.php/mantik/article/view/3307>
- Witarti, D. I., & Reza, Y. C. (2023). Pesan Perdanaian Pekan Olahraga Nasional (PON) XX Papua. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 113-131. <https://doi.org/10.31315/jik.v21i1.7005>