

**Media Sosial dan Demokrasi**  
Transformasi Aktivitas Media Sosial  
ke Gerakan Nyata  
Bali Tolak Reklamasi

**I Gusti Agung Ayu Kade Galuh**



**Media Sosial dan Demokrasi  
Transformasi Aktivitas Media Sosial  
ke Gerakan Nyata Bali Tolak Reklamasi**

Hak cipta © Penerbit PolGov, 2016

*All rights reserved*

Penulis: **I Gusti Agung Ayu Kade Galuh**

Editor: **Fitria Nurhayati**

Pengindeks: **Fitria Nurhayati**

Pemeriksa Aksara:

Desain Cover: **Fajrin Khaerulsaleh**

Tata Letak Isi: **M. Baihaqi Latif**

Cetakan I, Desember 2016

**Diterbitkan oleh Penerbit PolGov**

*Penerbit PolGov* khusus menerbitkan buku-buku politik dan pemerintahan, berada di bawah payung *Research Centre for Politics and Government (PolGov)*.

*Research Centre for Politics and Government (PolGov)* adalah lembaga riset dan publikasi dari Jurusan Politik dan Pemerintahan (JPP) Fisipol UGM. Saat ini *PolGov* berfokus ke dalam empat tema kunci sesuai dengan kurikulum JPP, yaitu: 1) politik lokal dan otonomi daerah, 2) partai politik, pemilu, dan parlemen, 3) HAM dan demokrasi, 4) reformasi tata kelola pemerintahan dan pengembangan sistem integritas.

Lt. 4 Gedung Fisipol UGM

Jl. Sosio Yustisia, Bulaksumur, Yogyakarta 55281

<http://jpp.fisipol.ugm.ac.id>

Telp./Fax: (0274) 552212S

Surel: [polgov.ugm@gmail.com](mailto:polgov.ugm@gmail.com)

Perpustakaan Nasional RI. Data Katalog dalam Terbitan (KDT)

Galuh, I Gusti Agung Ayu Kade

Media Sosial dan Demokrasi:

Transformasi Aktivitas Media Sosial ke Gerakan Nyata Bali Tolak Reklamasi

Penulis: I Gusti Agung Ayu Kade Galuh; Editor: Fitria Nurhayati

Cet.1 — Yogyakarta: Penerbit PolGov, Desember 2016

xxii + 190 hlm. 14,5 x 21cm

ISBN:

1. Media Sosial/Demokrasi/Transformasi

I. Judul

# KATA PENGANTAR



# DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
Glosarium .....	ix
Daftar Singkatan .....	xi
Daftar Diagram .....	xiii
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Tabel.....	xix
Daftar Lampiran.....	xxi

## BAB I

### Representasi Demokrasi Akar Rumput

melalui Media Sosial .....	1
• Media Sosial sebagai Strategi Gerakan.....	14
• Media Sosial dan Demokrasi .....	14
• Strategi Gerakan Lingkungan di Indonesia: Gerakan Sosial Baru .....	20
• Transformasi Strategi Gerakan sebagai Representasi Demokratis.....	29

## BAB II

Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi .....	37
• Pengantar.....	37
• Penolakan Masyarakat Adat: Hak Budaya Terancam.....	40
• Upaya Legalisasi Reklamasi Teluk Benoa .....	47
• Aliansi Masyarakat Sipil Bergerak.....	57
• Jalan Perjuangan ForBALI .....	65

## BAB III

Aktivitas Media Sosial Bali Tolak Reklamasi .....	77
• Pengantar.....	77
• Mengapa Media Sosial?.....	78
• Karakteristik Aktivitas Media Sosial Bali Tolak Reklamasi .....	95
• Bentuk Media Sosial.....	98
• Konten Media Sosial .....	99
• Khalayak Media Sosial .....	102
• Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Lingkungan.....	106
• Strategi Nalar.....	107
• Strategi Refleksi.....	113

## BAB IV

Transformasi Strategi Gerakan .....	119
-------------------------------------	-----

- Pengantar ..... 119
- Memasuki Aksi Jalanan ..... 120
- Aksi Nyata Kami, Parade Budaya..... 122
- Dari Digital Ke Nyata ..... 130
- Konten Kemarahan ..... 131
- Komitmen Perlawanan..... 138
- Ikatan Kuat Antaraktor..... 141
- Ikatan Kuat: Masyarakat Adat..... 145
- Kombinasi dengan Media Massa..... 150
- Peluang Politik..... 154
- Pendorong Representasi Demokrasi, Mampukah? 156

BAB V

Penutup ..... 163

Daftar Pustaka..... 169

Lampiran ..... 183

Indeks ..... 185



# GLOSARIUM

- Awig-awig : Peraturan adat
- Bendesa adat : Perangkat desa adat
- Bleganjur : Gamelan khas Bali yang mengiringi tarian Barong, sebuah simbol kebenaran yang akan selalu menang melawan kebathilan.
- Desa Bali Aga : Desa Bali Kuno
- Desa pakraman : Desa Adat
- Hak Tawan Karang (tawan=rampasan; karang=tanah) menjelaskan bahwa segala 'eksistensi asing yang masuk ke Pulau Bali' yang tidak sesuai prosedur adalah otomatis menjadi milik warga/karma Bali
- Jukung : Perahu bercadik yang biasa digunakan nelayan mencari ikan.
- Kentongan : Cara masyarakat Bali untuk mengumpulkan warga. Bunyi kentongan dimaknai sebagai tanda bahaya.
- Muntig : Sebutan untuk daerah pasang surut yang berlumpur di Bali. Jika air laut pasang, muntig akan tenggelam, sebaliknya saat air surut muntig akan

muncul ke permukaan dan dimanfaatkan oleh nelayan untuk mencari ikan, udang, atau kepiting.

- Niskala : Di langit
- Nyama : Saudara Bali
- Pecalang : Polisi adat
- Puputan : Rela mati membela tanah air, ketimbang menyerahkan diri kepada penjajah
- Sabha desa : Musyawarah desa
- Sagilik saguluk sabanyataka : Susah senang ditanggung bersama
- Menyama braya : Sangat kuat nilai komunalnya
- Sangkep : Musyawarah
- Sekala : Di bumi
- Simakarma : Silahturahmi atau diskusi publik
- Tri Hita Karana : Upaya warga Hindu-Bali untuk menjaga hubungan baik antara Tuhan (Parahyangan), sesama manusia (Pawongan), dan lingkungan sekitar (Palemahan)
- Wates desa : Batas desa
- Wisata tirta : Wisata air

## DAFTAR SINGKATAN

- Analisa Dampak Lingkungan (AMDAL)
- Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Hindu Indonesia ( BEM UNHI)
- Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Bali
- Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (ForBALI)
- Front Demokrasi Perjuangan Rakyat Bali (Frontier Bali)
- Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI)
- Gerakan Masyarakat Pemuda Tolak Reklamasi (Gempar)
- Himpunan Masyarakat Tanjung Bersatu (HMTB)
- Jaringan Aksi Tolak Reklamasi (JALAK)
- Komite Kerja Advokasi Lingkungan Hidup (KEKAL)
- Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM)
- Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)
- Perhimpunan Pers Mahasiswa Indonesia (PPMI)
- PT Tirta Wahana Bali Internasional (TWBI)
- Pusat Koordinasi (Puskor)
- Surat Keputusan (SK)
- Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Bali



## DAFTAR DIAGRAM

<i>Diagram 1.1</i>	
Karakter Media Sosial.....	20
<i>Diagram 1.2</i>	
Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Sosial Baru.....	29
<i>Diagram 1.3</i>	
Alur Berpikir.....	34
<i>Diagram 4.1</i>	
Aksi Nyata ForBALI Tahun 2014 .....	129
<i>Diagram 4.2</i>	
Aksi Nyata ForBALI Tahun 2015 .....	130



## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2.1</i>	
Rencana Pembangunan Kawasan Teluk Benoa .....	39
<i>Gambar 2.2</i>	
Peta Teluk Benoa .....	41
<i>Gambar 2.3</i>	
Surat Keputusan <i>Sabha Desa</i> .....	52
<i>Gambar 2.4</i>	
Perubahan Status Kawasan Teluk Benoa .....	56
<i>Gambar 2.5</i>	
Alasan ForBALI Tolak Reklamasi .....	71
<i>Gambar 3.1</i>	
Strong and Weak Ties .....	97
<i>Gambar 3.2</i>	
Strategi Nalar dalam Konstruksi Identitas.....	109
<i>Gambar 3.3</i>	
Ekspresi Kemarahan Lewat Twitter .....	111
<i>Gambar 3.4</i>	
Strategi Refleksi Melalui Fotografi.....	114

<i>Gambar 3.5</i>	
Aksi <i>Volunteer</i> Massa Parade Budaya .....	116
<i>Gambar 4.1</i>	
Persiapan <i>Long March</i> “Bali Tolak Reklamasi” .....	123
<i>Gambar 4.2</i>	
<i>Long-March</i> menuju Kantor Gubernur.....	124
<i>Gambar 4.3</i>	
<i>Bleganjur</i> : Simbol Perlawanan .....	126
<i>Gambar 4.4</i>	
Musisi dan Seniman Terlibat Aktif .....	126
<i>Gambar 4.5</i>	
<i>OutSiders</i> Bergerak .....	127
<i>Gambar 4.6</i>	
<i>Screenshoot</i> Tayangan Metro TV.....	133
<i>Gambar 4.7</i>	
Banjir Rob Nusa Dua.....	135
<i>Gambar 4.8</i>	
<i>Meme</i> Sindiran dari Pihak Lawan.....	136
<i>Gambar 4.9</i>	
Konten Balasan dari Pendukung ForBALI.....	137
<i>Gambar 4.10</i>	
Blokir ForBALIs.....	138
<i>Gambar 4.11</i>	
Pengrusakan Baligho Suwung Kauh .....	140

<i>Gambar 4.12</i>	
Prangko Bali Tolak Reklamasi .....	143
<i>Gambar 4.13</i>	
Konser Solidaritas .....	144
<i>Gambar 4.14</i>	
Tanjung Bena Tolak Reklamasi.....	148
<i>Gambar 4.15</i>	
Marta, Sang Orator Tanjung Bena .....	149
<i>Gambar 4.16</i>	
Aksi Solidaritas dari Washington DC.....	150
<i>Gambar 4.17</i>	
Media Sosial Berhasil Memobilisasi Massa .....	154
<i>Gambar 4.18</i>	
Masyarakat Pesisir Bergerak.....	159



## DAFTAR TABEL

*Tabel 2.1*

Daftar Lembaga Anggota ForBALI Tahun 2015..... 67

*Tabel 3.1*

Perbandingan Kasus Lingkungan Bali ..... 89



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keputusan Gubernur Bali No. 2138/02-C/HK/2012 Tentang Pemberian Izin dan Hak Pemanfaatan, Pengembangan, dan Pengelolaan Wilayah Perairan Teluk Benoa Provinsi Bali
- Lampiran 2 Surat Keputusan Gubernur Bali No. 1727/01-B/HK/2013 Tentang Izin Studi Kelayakan Rencana Pemanfaatan, Pengembangan, dan Pengelolaan Wilayah Perairan Teluk Benoa
- Lampiran 3 Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 51 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden No. 45 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan

- Lampiran 4 Halaman Depan Surat Kabar ForBALI Edisi  
2 – Tahun 2014
- Lampiran 5 *Flyer* FAQ Reklamasi Teluk Benoa
- Lampiran 6 *Headline* Surat Kabar Bali Post Edisi Rabu,  
15 April 2015 Tentang Rencana PT. Tirta  
Wahana Bali Internasional

# BAB I

## REPRESENTASI DEMOKRASI AKAR RUMPUT MELALUI MEDIA SOSIAL

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti media sosial seringkali dipertanyakan pengaruhnya terhadap demokrasi. Media sosial dianggap hanya membentuk jaringan virtual, sehingga tidak bisa dikatakan mampu mewakili warga negara nyata (Axford, 2001:9). Sebab hanya orang-orang yang mampu mengakses internet saja yang bisa bergabung di dalamnya (Wilhelm, 2003). Penggunaan teknologi baru yang seperti ini membuat dialog bersifat eksklusif dan dinilai menjadi penghambat terwujudnya demokrasi.

Demokrasi tidak semata persoalan institusi atau proses elektoral, tetapi juga kontrol oleh masyarakat sipil atas urusan publik (Beetham, 2000:5)<sup>1</sup>. Dalam demokrasi deliberatif, media sosial justru dianggap sangat bermakna

---

1 Definisi demokrasi dalam tulisan ini sejalan dengan definisi Beetham bahwa demokrasi adalah persoalan kontrol populer terhadap urusan publik dan politik berbasis persamaan hak dan warganegara.

karena mendorong partisipasi masyarakat sipil dalam gerakan sosial (Porta,2013). Sejalan dengan definisi itu, penulis menemukan dua arus utama kajian media sosial dalam konteks demokrasi: peran media sosial dalam sistem elektoral dan bagaimana masyarakat sipil menggunakannya sebagai strategi dalam gerakan sosial.

Pada sistem elektoral, fokus kajian terbagi lagi menjadi tiga, yakni pemerintah, kandidat pemilu, dan masyarakat sipil. Pemerintah menggunakan media sosial sebagai penunjang fungsi *public relation*<sup>2</sup>, menyebarkan informasi kepada warga negara. Kandidat pemilu menggunakannya sebagai alat kampanye atau komunikasi politik<sup>3</sup> untuk menjaga citra kandidat dan menarik dukungan pemilih. Bagi masyarakat sipil, media sosial secara aktif digunakan sebagai ruang menyampaikan berbagai informasi atau keluhan terkait isu tertentu kepada kandidat pemilu (Tanis & Postmes, 2003: 676-693). Dengan demikian, media sosial memfasilitasi partisipasi pemerintah, calon kandidat, dan masyarakat sipil, sekaligus menciptakan ruang dialog virtual

- 
- 2 Pemerintah Amerika Serikat menggunakan Twitter untuk menyebarkan berita, berbagi informasi, hingga koordinasi proyek negara (Wigand, 2010). Pemerintah Cina juga melakukan hal serupa. Mereka menggunakan Mikroblog Sina Weibo untuk berhubungan dengan publik mulai dari tingkat lokal hingga pusat. (Liu, 2013).
  - 3 Komunikasi politik lebih fokus pada pemilihan umum dan perilaku pemilih, seperti penelitian tentang kemampuan media sosial dalam memobilisasi dukungan pemilih saat kampanye elektoral. Norris (2003:21-45), Wigand (2010), dan Barrett (2011) berpendapat bahwa media sosial menjadi penghubung antara masyarakat sipil dengan partai politik.

yang terbuka diantara mereka sepanjang masa kampanye hingga berakhirnya pemilu.

Beberapa negara di Asia Tenggara dan Asia Selatan menjadi contoh bagaimana peran media sosial sebagai bagian dari semangat demokrasi. Shirky (2011) dan Lim (2014) berpendapat bahwa media sosial memiliki kemampuan mendorong mobilisasi massa sekaligus menggalang respon tindakan secara cepat. Mereka merujuk pada dua peristiwa besar yang terjadi di Mesir dan Filipina. Media sosial seperti Facebook dan Twitter ikut berperan penting menggulingkan pemerintahan Mubarak pada 2011 lalu. Dalam dua media sosial ini, kelompok anti-pemerintah berkomunikasi dan menggalang kekuatan. Perdebatan panjang antara kelompok yang pro dan kontra-pemerintahan pun tak terelakkan.

Akun Facebook “6<sup>th</sup> of April Youth Movement” menjadi cikal bakal pemicu revolusi Mesir. Grup Facebook “6th of April Youth Movement” dibentuk oleh aktivis Mesir pada tahun 2008 untuk mendukung para buruh di Delta Sungai Nil, El-Mahalla el-Kubra, yang berencana melakukan aksi mogok pada 6 April 2008. Selain untuk koordinasi gerakan, grup ini digunakan untuk menyebarkan bukti dokumentasi kekerasan fisik dan penangkapan yang dilakukan polisi kepada buruh pada saat aksi mogok terjadi. Mereka mengunggah foto korban yang dipercaya tewas akibat disiksa polisi Mesir. Kondisi mayat yang terluka parah diunggah tanpa sensor ke media sosial. Hal ini memancing amarah dan kebencian *netizen* Mesir terhadap polisi.

Grup juga menyebarkan berita bahwa pasca aksi, polisi memperlakukan masyarakat sipil layaknya teroris. Aparat keamanan Mesir dengan semena-mena menangkap, menyiksa, dan membunuh masyarakat sipil yang terlibat aksi. Berita tersebut menggiring opini masyarakat untuk berani bangkit dan melawan ketidakadilan rezim Mubarak yang telah dikuasai militer. “6<sup>th</sup> of April Youth Movement” berhasil menarik simpatisan online *-bloggers* dan para jurnalis warga- yang menggunakan berbagai media sosial seperti Facebook, Flickr, dan Twitter, untuk ikut menyebarkan berita pembunuhan masyarakat sipil yang dilakukan polisi. Hingga revolusi Mesir pada 2011, Akun “6<sup>th</sup> of April Youth Movement” tetap aktif mengunggah foto-foto kekejaman polisi.

Kemudian, pada tahun 2010 muncul Page “We are all Khaled Said”. Page ini bertautan dengan grup “6<sup>th</sup> of April Youth Movement” dengan saling *mention*, *melike* *postingan*, serta mendorong masyarakat untuk ikut beraksi pada 25 Januari 2011. Khaled Said merupakan pemuda yang dibunuh secara brutal saat ditangkap polisi di salah satu Internet Café di Mesir. Page yang dibuat oleh eksekutif Google, Wael Ghonim secara anonym ini, berhasil membuat isu pembunuhan Khaled Said populer hingga dunia internasional. Ghonim menggunakan kematian Khaled sebagai strategi memicu kemarahan rakyat Mesir terhadap pemerintahan Mubarak yang semena-mena. “We are all Khaled Said” membangun opini bahwa kita semua adalah Khaled Said, sama-sama warga Negara Mesir yang punya hak dilindungi negara, namun bisa dibunuh dimanapun dan

kapanpun tanpa keadilan. Oleh karenanya, rezim Mubarak harus dijatuhkan. Di waktu yang bersamaan, “6<sup>th</sup> of April Youth Movement” terus mengajak masyarakat untuk ikut beraksi pada 25 Januari 2011. Kedua group media sosial ini akhirnya berhasil memobilisasi massa melakukan aksi protes secara nyata pada 25 Januari 2011 di Tahrir Square. Sejak saat itu, gerakan revolusi Mesir dimulai. Pemerintah Mesir kemudian memblokir Facebook dan Twitter sebagai cara untuk menghentikan gerakan. Namun usaha tersebut tidak berhasil menghalangi jalan gerakan yang terus berkembang. Sampai akhirnya, Hosni Mubarak berhasil diturunkan pada 11 Februari 2011.

Hal yang sama juga terjadi di Filipina saat penggulingan Presiden Joseph Estrada pada 17 Januari 2001. Ketika para loyalis presiden sepakat untuk menutupi beberapa bukti kunci atas dugaan korupsi Estrada di pengadilan, warga Filipina yang marah berkumpul di Epifanio de los Santos Avenue, salah satu persimpangan jalan terbesar di Manila. Pertemuan para demonstran ini dilakukan hanya melalui penerusan pesan singkat berbunyi “Go 2 EDSA. Wear blk.” Kerumunan secara cepat bertambah, dan dalam beberapa hari, jutaan orang datang hingga mengganggu arus lalu lintas Manila. Dari peristiwa Mesir dan Filipina, bisa dikatakan bahwa media sosial bisa dimanfaatkan untuk mobilisasi sekaligus menekan isu publik menjadi agenda politik.

Bagaimana dengan Indonesia? Apakah media sosial betul-betul belum mampu mendorong representasi demokratis? Salah satu hasil survei dalam *Ringkasan Eksekutif Hasil Survei Demokrasi: Power, Welfare and Democracy* (Savirani, *et.al*,

2014:22), menunjukkan bahwa media sosial di Indonesia memiliki kemampuan memobilisasi orang, namun belum mampu mendorong representasi demokratis. Belum mampu mengubah isu publik menjadi agenda politik. Tren yang terjadi, masyarakat sipil sebatas sibuk membicarakan isu publik di media sosial, tetapi belum mampu menekan para pengambil kebijakan dalam rangka mentransformasi isu mereka menjadi agenda politik (Savirani, *et.al*, 2014:13). Kritik masyarakat pengguna media sosial hanya mengendap di ruang siber.

Sebenarnya, banyak gerakan<sup>4</sup> di Indonesia yang disuarakan melalui media sosial. “Koin Prita” dan “Save Satinah” di antaranya. Gerakan “Koin Prita” berawal dari kekesalan Prita Mulyasari terhadap pelayanan Rumah Sakit Omni Internasional pada 2008. Dugaan malpraktik ditulis dalam sebuah surat elektronik yang tersebar melalui internet dari milis ke milis. Konten digital ini juga menyebar melalui media sosial dan disorot media massa konvensional. Merasa dirugikan atas konten yang diunggah Prita, pihak RS Omni menggugat Prita dengan tuntutan pencemaran nama baik. Peradilan perdata kemudian memvonis Prita dengan denda senilai Rp. 204.000.000,-. Masyarakat yang terus mengikuti isu ini kemudian bersimpati dan mengumpulkan koin untuk Prita lewat media sosial.

Gerakan “Save Satinah” mirip dengan “Koin Prita”. Satinah adalah seorang Tenaga Kerja Wanita di Arab Saudi.

---

4 Gerakan yang disuarakan melalui media sosial untuk selanjutnya peneliti sebut sebagai aktivitas media sosial.

Satinah divonis hukuman mati setelah membunuh majikan dalam usahanya melindungi diri dari siksaan majikannya pada 2008. Satinah menyerahkan diri ke polisi dan dipenjara selama tiga tahun. Selama itu, sudah berlangsung lima kali persidangan, namun tidak ada satu pun staff Kedutaan Besar Republik Indonesia yang datang mendampingi Satinah. Nasib Satinah pertama kali diketahui LSM Migrant Care pada 2011 setelah adik iparnya datang dan meminta bantuan. LSM kemudian mendampingi Satinah untuk mendapatkan bantuan dari negara seperti Ombudsman dan Kementerian Tenaga Kerja. Muhaimin Iskandar, Menteri Tenaga Kerja saat itu, mengatakan bahwa Satinah bisa diampuni asal membayar uang pembebasan senilai 21 Milyar Rupiah.

Sampai tahun 2014, negara tidak membayarkan uang pembebasan itu pada pengadilan Arab Saudi. Berita Satinah mencuat di media Indonesia pada tahun 2014 ketika tanggal eksekusi Satinah diumumkan. Satinah akan dipancung pada 3 April 2014 jika uang pembebasan tidak dibayarkan. Dukungan masyarakat untuk menyelamatkan Satinah dimobilisasi melalui media sosial bersama media massa dengan menggalang koin. Massifnya pemberitaan, akhirnya menggerakkan pemerintah untuk membayarkan uang diyat Satinah ke pengadilan Arab Saudi. Gerakan “Koin Prita” dan “Save Satinah” tidak hanya berkicau di dunia maya, tetapi juga muncul ke permukaan dengan melakukan demonstrasi dan pengumpulan uang. Kedua aksi ini menjadi bukti bagaimana aktivitas media sosial dapat mendorong partisipasi publik dalam menyuarakan dukungan, solidaritas, dan pendapatnya di ruang nyata sebagai bagian dari praktik demokrasi.

Salah satu situs petisi *online* [change.org](http://change.org)<sup>5</sup> juga mampu mengubah isu publik menjadi agenda publik. Misalnya saja petisi penyelamatan situs bersejarah Trowulan dari rencana pendirian pabrik baja yang dibuat oleh Wilwatikta, Badan Pelestarian Pusaka Indonesia, serta Jaringan Pelestarian Majapahit. Petisi untuk membawa Trowulan masuk ke dalam 2014 *Worlds Monument Watch* berhasil meraup 10.306 suara. Berbekal tandatangan petisi *online* itu, para aktivis menemui Bupati Mojokerto dan Gubernur Jawa Timur. Hasilnya, pembangunan pabrik baja di Trowulan dibatalkan.

Akan tetapi, tidak semua aktivitas media sosial di Indonesia berujung pada aksi nyata. Tidak jarang kicauan dunia maya hanya sebatas percakapan keluh kesah seputar kritik atau protes pada penguasa. Lim (2014:57) misalnya, menemukan adanya karakter penggunaan *hidden transcript* dalam percakapan para pengguna media sosial Indonesia saat menyampaikan kritik mereka pada penguasa. *Hidden transcript* biasa digunakan sebagai kritik atas dominasi dan kontrol penguasa yang dilakukan masyarakat sipil di media sosial dengan menggunakan kata-kata atau personifikasi yang biasa dilekatkan pada tokoh tertentu sebagai bentuk sindiran. Salah satu penggunaan *hidden transcript* yang berhasil bertransformasi menjadi aksi nyata adalah “Cicak vs Buaya”.

Personifikasi “cicak” dan “buaya” diciptakan oleh Susno dalam wawancaranya bersama majalah Tempo pada edisi 20/

---

5 “Infografis 2013” dalam [www.change.org](http://www.change.org) diakses pada 31/12/2013: 12.16 WIB.

XXXVIII 6 Juli 2009 dengan mengatakan, “Cicak *kok* mau mengalahkan buaya”. Cicak ditujukan untuk menyebut KPK dan buaya sebagai kepolisian. Semuanya bermula ketika pada 2009, Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) berniat menyergap Susno Duadji, yang saat itu menjabat sebagai Kabareskrim Mabes Polri, karena diduga menerima suap dalam penanganan kasus Bank Century. Pertarungan Cicak vs Buaya sampai pada titik, KPK akan dibubarkan. Masyarakat sipilkemudian menggunakan Facebook untuk mendukung KPK sebagai cicak yang berani melawan buaya. Pendukung gerakan ini melanjutkan aksinya di dunia nyata dan berhasil menekan pemerintah untuk tidak membubarkan KPK, sesuai dengan tuntutan publik.

“Jogja Ora Didol” menjadi *hidden transcript* yang hanya berkulat dalam dunia maya. Wacana ini lahir sebagai bentuk protes banyaknya hotel dan apartemen yang dibangun di Yogyakarta untuk kepentingan wisata yang malah meminggirkan penduduk lokal itu sendiri. Sempat ada seniman yang membuat mural terkait wacana ini, namun ia justru ditangkap polisi. Setelah itu, isu tidak lagi bergulir di dunia nyata, namun masih sering dijumpai pada teks media sosial.

Menurut Lim (2014:60-61), ada tiga hal penyebab kegagalan aktivitas media sosial. Pertama, informasi yang beredar sangat cepat sehingga cenderung menyederhanakan isu. Saat berbagai informasi hadir begitu cepat silih berganti di media sosial, publik sulit mempertahankan perhatiannya pada satu isu. Isu lama dianggap tidak begitu penting setelah perhatiannya beralih pada isu baru yang muncul. Kedua, isu

yang tersebar masih sangat bergantung dari isu-isu yang diproduksi media massa konvensional. Artinya, isu yang tersebar di dunia maya lebih mirip seperti *update* berita atau konvergensi isu yang sudah lebih dulu dimuat di media massa konvensional. Ini akibat dari pemahaman kalau isu yang hadir di media sosial menjadi kurang dipercaya kebenarannya jika belum diberitakan media massa konvensional.

Ketiga, adanya keterbatasan akses teknologi. Mayoritas pengguna media sosial adalah penduduk menengah ke atas di perkotaan. Isu yang muncul akhirnya lebih banyak seputar permasalahan wilayah kota. Selain itu, media sosial seringkali gagal menghubungkan isu pada aktor-aktor lokal di wilayah pedalaman yang menjadi terdampak langsung tanpa akses Internet. Villanueva (2012:175-182) bahkan berpendapat bahwa aktivitas media sosial tidak akan berubah menjadi gerakan di dunia nyata karena aktivitasnya dibangun melalui ikatan lemah. Sementara aktivitas nyata membutuhkan ikatan kuat antaraktor. Ketiga hal tersebut menjelaskan bahwa aktivitas media sosial yang tidak mampu bertransformasi menjadi aksi nyata akan gagal membawa perubahan.

Tulisan ini mengkaji bagaimana sesungguhnya media sosial bermakna bagi aktivis gerakan dalam konteks demokrasi akar rumput. Kajian ini tidak berbicara mengenai peran media sosial sebagai saluran komunikasi di antara aktivis. Tidak juga membahas media sebagai wadah pencitraan aktor gerakan. Tulisan ini mengkaji peran media sosial yang kedua, bagaimana media sosial digunakan sebagai strategi gerakan untuk mencapai tuntutan para aktivis sebagai aktor

alternatif demokrasi. Kajian dalam tulisan ini dilakukan di ranah lokal, yakni di Provinsi Bali, mengenai konsistensi pemuda perkotaan yang menggunakan media sosial dalam gerakan lingkungan tolak reklamasi Teluk Benoa dan dapat melanjutkan perjuangan mereka di ruang nyata.

Isu lingkungan menjadi masalah penting bagi masyarakat Bali. Tahun 1996, dengan alasan memajukan Bali sebagai destinasi pariwisata internasional, pemerintah Orde Baru menjalankan proyek reklamasi pertama Bali di Pulau Serangan, timur Kota Denpasar. Reklamasi dilakukan dengan pengawasan militer. Tidak ada ruang bagi masyarakat adat untuk menyampaikan penolakan. Pengerjaan reklamasi kemudian mangkrak setelah rezim Orde Baru tumbang. Namun, dampak reklamasi masih kuat dirasakan oleh masyarakat pesisir Bali Selatan hingga kini. Ombak semakin meninggi dan berbelok menerjang Pulau Pudut di Teluk Benoa. Luasan Pulau Pudut mengecil akibat abrasi. Nelayan kehilangan ikan karena terumbu karang rusak. Penyusutan pun tidak lagi singgah di pantai Serangan untuk bertelur.

Untuk mencegah kerusakan lebih parah lagi, Pemerintah Kabupaten Tabanan mengusulkan kawasan Subak Jatiluwih menjadi Warisan Budaya Dunia pada 2001. Harapannya, kesinambungan lahan pertanian dan swasembada pangan dapat terwujud. UNESCO kemudian menetapkan subak abadi untuk seluruh kawasan subak di Kabupaten Tabanan dan Gianyar pada 2013. Akan tetapi, bahkan setelah ditetapkannya Subak Abadi oleh UNESCO, pembangunan di Bali Selatan terus massif dilakukan.

Trauma akan dampak reklamasi Serangan 1996 memicu penolakan masyarakat adat pada rencana reklamasi Teluk Benoa untuk pengembangan kawasan pariwisata baru berstandar internasional. Jika reklamasi Benoa dilakukan, maka ratusan hektar hutan bakau akan musnah. Penolakan semakin kuat ketika Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengubah status Teluk Benoa dari kawasan konservasi perairan menjadi zona penyangga melalui Peraturan Presiden No. 51 Tahun.2014.

Selain masyarakat adat, WALHI Bali bersama sejumlah komunitas yang peduli pada alam dan budaya Bali menginisiasi Gerakan *Forum Bali Tolak Reklamasi* (ForBALI). Forum ini secara khusus dan fokus meyuarkan penolakan pada isu reklamasi Teluk Benoa. Awalnya gerakan dilakukan oleh belasan orang melalui aksi protes kepada DPRD Bali dan Gubernur Bali, namun tidak mendapat tanggapan. Gaung gerakan *Bali Tolak Reklamasi* semakin terdengar setelah memanfaatkan media sosial Facebook dan Twitter pada Agustus 2013. Ditambah Pada 22 Mei 2014, para aktivis membuat petisi *online* atas gerakan ini di [www.change.org](http://www.change.org).

Hal yang menarik adalah, aktivitas media sosial ini kemudian bertransformasi menjadi aksi nyata pada Selasa, 17 Juni 2014<sup>6</sup>. Demonstrasi yang dimobilisasi melalui media

---

6 Aksi dilakukan setelah Presiden Susilo Bambang Yudhoyono memberikan ijin reklamasi Teluk Benoa melalui Peraturan Presiden (Perpres) No. 51 Tahun 2014 tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan (Sarbagita). Aturan yang ditetapkan 30 Mei 2014 itu merevisi Peraturan Presiden No. 45 Tahun 2011 tentang Rencana

sosial ini berhasil mengumpulkan ribuan massa<sup>7</sup>. Aksi dilakukan secara damai dengan *long-march* dari lapangan parkir timur Renon menuju depan kantor Gubernur Bali. Massa sempat berhenti dan berorasi di depan Bank Artha Graha Renon milik Tommy Winata. Sebab reklamasi Teluk Benoa dilakukan demi pembangunan megaproyek kawasan pariwisata oleh PT Tirta Wahana Bali Internasional (TWBI), salah satu anak perusahaan kelompok Artha Graha. Aksi kembali dilakukan pada Jumat, 27 Juni 2014. Gerakan berupa parade budaya dengan mempertunjukkan aksi teater, lagu, puisi, serta tarian diikuti sekitar 2000 massa<sup>8</sup>. Hingga tahun 2015, aksi nyata masih konsisten dilakukan setiap bulan. Aksi semakin bergaung di tahun 2016 seiring dengan isu pembahasan AMDAL untuk reklamasi Teluk Benoa.

Berdasarkan uraian di atas, kajian strategi gerakan dalam tulisan ini difokuskan untuk melihat bagaimana proses demokrasi terjadi dalam level akar rumput di Indonesia melalui media sosial. Proses transformasi dari aktivitas media sosial ke gerakan nyata di Indonesia dibaca sebagai bagian dari strategi gerakan. Ketimbang sekadar melihat signifikansi peran media sosial dalam demokrasi, kajian ini juga berusaha menemukan apa syarat penting sehingga

---

Tata Ruang Kawasan Sarbagita yang memasukkan kawasan Teluk Benoa sebagai kawasan konversi perairan.

- 7 Berita *Ini Massa Ribuan Anak Muda Bali yang Turun ke Jalan Tolak Reklamasi Teluk Benoa*, 17 Juni 2014, dalam [www.news.detik.com](http://www.news.detik.com) diakses pada 20/06/2014: 12.44 WIB.
- 8 Berita *Menolak Reklamasi, Menyelamatkan Teluk Benoa*, 29 Juni 2014, dalam [www.mongabay.co.id](http://www.mongabay.co.id) diakses pada 29/06/2014: 19.44 WIB.

aktivitas media sosial dapat berubah menjadi gerakan sosial di dunia nyata. Usaha ini secara tidak langsung akan turut menjawab pertanyaan dasar yang masih menjadi perdebatan saat ini, yaitu apakah penggunaan media sosial dalam gerakan sungguh mampu mendorong representasi demokrasi?

### **Media Sosial sebagai Strategi Gerakan**

Sebagaimana diungkap di atas, misi kajian ini memotret proses demokrasi yang tercermin dalam praktik gerakan sosial yang menggunakan media sosial sebagai bagian dari strategi gerakan. Selanjutnya, ketika aktivitas media sosial bertransformasi menjadi aksi nyata, terjadi representasi demokratis, yaitu upaya mendorong perubahan isu publik menjadi agenda politik. Terkait hal itu, perlu seperangkat konsep tentang media sosial dan demokrasi, serta strategi gerakan yang membahas strategi gerakan lingkungan dan transformasi strategi gerakan sebagai representasi demokratis.

### **Media Sosial dan Demokrasi**

Media sosial merupakan bagian dari media digital (Mayfield, 2008). Bentuknya dapat berupa jejaring sosial (misal Facebook), blog, *wiki* (misal Wikipedia), *podcast*, forum, media berbasis isi (misal Youtube), dan mikroblog (misal Twitter). Dalam penelitian ini, bentuk media sosial yang diteliti adalah: jejaring sosial Facebook dan Instagram, mikroblog Twitter, serta media berbasis isi Youtube.

Perbedaan bentuk media sosial berkaitan dengan fungsi dan kekhasan setiap media. Jejaring sosial seperti

Facebook dan Instagram berfungsi menjalin interaksi serta memperluas hubungan dalam dunia maya. Instagram mengkhususkan diri sebagai situs untuk berbagi foto. Facebook dapat membangun jejaring komunitas atau grup. Fungsi tersebut memungkinkan pengguna berbagi ide, informasi kegiatan, serta berdiskusi soal ketertarikannya pada jaringan komunitasnya masing-masing.

Selanjutnya, mikroblog seperti Twitter merupakan blog yang memungkinkan pengguna menuliskan teks pembaruan yang singkat. Teks tersebut kemudian dipublikasikan, baik untuk bisa dilihat semua orang atau kelompok terbatas dalam jaringan pertemannya. Pengguna dapat berbagi perkembangan terbaru suatu kasus atau ajakan untuk terlibat dalam suatu kegiatan. Pengguna Twitter harus bisa menyampaikan pesan dengan bahasa yang lugas, singkat, jelas, dan menarik perhatian, karena twitter hanya memuat 140 karakter.

Terakhir, media berbasis isi. Media jenis ini mengutamakan fungsinya sebagai media berbagi konten yang dibuat sendiri oleh pengguna (*user-created content*). Youtube contohnya, secara khusus diperuntukkan untuk mengunggah dan membagikan konten digital berupa video, audio, dan teks, yang kemudian terkumpul berdasarkan topik dan tipe konten. Karakter pengumpulan berdasarkan topik pada media berbasis isi disebut dengan *folksonomy* (Mayfield, 2008:26). Maksudnya, setiap konten atau informasi menggunakan sistem *tag* dengan satu atau lebih kata kunci yang mempermudah pengguna mencari konten. Jika pengguna memasukkan kata kunci pada kolom pencarian, maka konten

dengan topik sesuai akan muncul pada layar. Sedangkan tipe lebih pada bentuk data seperti video atau foto.

Banyak penelitian mencoba mengaitkan peran media sosial dalam sistem demokrasi. Bagi dunia politik, media sosial dianggap mampu secara bebas mengangkat isu sosial-politik sehingga lebih cepat menarik perhatian publik secara luas. Media sosial dianggap bebas dari kontrol negara sehingga menciptakan lingkungan yang aman untuk berkomunikasi (Scott, 2001:46). Media sosial secara positif digunakan untuk mengadvokasi publik melalui diskusi, pengorganisasian hingga mobilisasi (Kann, *et.al*, 2007). Negatifnya, media sosial juga seringkali digunakan untuk praktik manipulasi dalam kampanye politik (Norris, 2003:21-45) yang menyebabkan media sosial menjadi “infrastruktur kontraproduktif” dalam demokrasi.

Penggunaan media sosial memungkinkan pertukaran informasi lintas dunia. Masyarakat sipil kemudian lebih mengenal dan tertarik dengan berbagai macam isu, seperti gender, kesehatan, hak asasi manusia, dan lingkungan. Ketertarikan akan isu kontemporer semacam ini membuat isu ‘politik lama’ yang didominasi isu kelas dan distribusional, tidak lagi sama (West, 2012:605). Organisasi masyarakat sipil kemudian cenderung lebih fokus pada perubahan berdasarkan prinsip kesetaraan, bukan semata karena perbedaan kelas.

Potensi teknologi informasi dan komunikasi baru dalam mempengaruhi demokrasi dapat dilihat berbeda dengan tiga sudut pandang, yaitu dystopian, neo-futuris, dan teknorealis

(Wilhelm, 2003:6-19). Kelompok dystopian sangat berhati-hati terhadap potensi teknologi informasi dan komunikasi yang muncul. Mereka memikirkan teknologi sebagai suatu cara pengungkapan, cara berpikir yang bisa dipulihkan, ditata, atau dikontrol. Bagi mereka, teknologi bersifat menolong saja, sementara kemanusiaan menjadi alat untuk mengontrol teknologi itu sendiri. Artinya, manusia bisa membebaskan dirinya dari ketergantungan teknologi.

Sementara itu, kelompok neo-futuris menerima secara terbuka hal-hal baru dan cenderung tidak kritis terhadap potensi teknologi. Teknologi dengan kecepatan tinggi dianggap sebagai suatu kekuatan yang mampu menggilas teknologi-teknologi sebelumnya. Mereka menganggap teknologi sebagai penyeimbang besar yang memiliki kekuatan membangun demokrasi secara otomatis. Di antara perdebatan antara dystopian dan neo-futuris, kaum teknorealis hadir menjadi penengah. Prinsip mereka, teknologi tidak lah netral. Mereka meyakini bahwa internet memang merupakan perkembangan revolusioner, namun tidak utopian. Dalam penelitian ini, posisi penulis bersama dengan kaum teknorealis. Artinya, sejauh mana teknologi dapat bermanfaat, sangat bergantung dari siapa dan bagaimana seseorang menggunakan teknologi tersebut.

Sebagai hasil dari perkembangan teknologi internet, media sosial dimasukkan dalam kategori ruang siber. Dalam aktivitas politik, ruang siber dan ruang fisik memiliki hubungan yang saling bergantung (Lim, 2005). Satu dimensi dapat membangkitkan, memperkuat, melemahkan, atau bahkan membunuh dimensi yang lain. Poin pentingnya,

manfaat media sosial dalam aktivitas politik sangat bergantung pada siapa dan bagaimana masyarakat internet (*netizen*) menggunakan media sosial.

Sebagai bagian dari ruang siber, media sosial memiliki enam karakteristik kunci sebagaimana disebutkan Mitra dan Cohen (dalam Nasrullah, 2014:177). 1) *Intertextuality*, setiap teks memiliki tautan pada teks lainnya. Makna teks tidak bisa berdiri sendiri. Teks harus dimaknai bersama-sama dengan teks lain yang masih berkaitan, baik teks pada masa lampau maupun teks masa kini. Dalam media sosial, suatu kiriman (*posting*), komentar (*comment*), atau kicauan (*tweet*) baru memiliki makna ketika dikaitkan dengan kiriman, komentar, atau kicauan lainnya. 2) *Nonlinearity*, setiap halaman situs atau komentar tidak dapat diketahui mana awal dan akhirnya. Kicauan terakhir pada twitter bisa menjadi topik obrolan yang baru karena fitur di-*retweet* atau *share* oleh pengguna lainnya.

3) Terdapat distingsi yang kabur antara pembaca dan penulis (*blurring the reader/writer distinction*). Pengguna media sosial mengkonstruksi teks melalui akses pada setiap tautan yang berkaitan, namun akses terhadap konten tidak bisa dikontrol oleh penulisnya. Hal ini berkaitan dengan karakter *netizen* sebagai *user-content-generated*, pengakses memproduksi konten, mendistribusikannya, sekaligus menjadi konsumen dari konten. Karakter 4) *multimedianeess*, adanya konvergensi antara media, gambar, suara, dan teks di media sosial. Misalnya, teks yang ada di Facebook juga bisa disertakan dengan gambar atau tautan (*link*), sehingga konten mengandung lebih banyak karakter.

5) Sifat Internet yang *global* membuat konten dapat disebar dan diakses secara luas tanpa ada batasan ruang dan waktu secara cepat. Pesan tidak hanya disebar ke satu orang, tetapi langsung ke banyak orang tanpa melalui *gatekeeper* layaknya media arus utama. Terakhir, 6) *ephemerality*, teks di media sosial tidak stabil karena bisa saja dihilangkan oleh penggunanya. Misalnya, teks sengaja dihapus oleh pembuatnya sendiri atau sistem blokir karena pengaduan dari pengguna lain atas konten yang dianggap tidak layak untuk ditampilkan.

Jika ditilik dengan lebih seksama, karakter media sosial dapat dikelompokkan menjadi dua dimensi, yakni dimensi konten dan dimensi khalayak. Dimensi *konten* berkaitan dengan *intertextuality*, *nonlinearity*, *multimedialness*, dan *ephemerality*. Dimensi *khalayak* berkaitan dengan *user-generated-content*, dan *global*. Dua dimensi ini akan menjadi fokus peneliti saat melihat bagaimana aktivitas media sosial dimaknai sebagai strategi dalam gerakan. Menurut Chandler (dalam Singh, 2002) strategi adalah arah tindakan serta alokasi sumber daya untuk mencapai sasaran dan tujuan yang sudah ditetapkan. Oleh karenanya, peneliti sengaja menetapkan penggunaan media sosial sebagai salah satu bentuk alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan gerakan.

## Diagram 1.1

### Karakter Media Sosial



Sumber: Diolah secara mandiri oleh penulis berdasarkan kerangka konsep; gambar diambil dari <http://www.rmol.co>

### Strategi Gerakan Lingkungan di Indonesia: Gerakan Sosial Baru

Penelitian ini memahami gerakan sosial sebagai bentuk aktivitas masyarakat sipil yang khas, rasional, secara sadar mengekspresikan keluhannya, serta menggunakan strategi untuk mencapai tuntutan. Gerakan sosial sendiri merupakan aktivitas kolektif yang bertujuan membawa perubahan sosial atau malah mencegah terjadinya perubahan itu sendiri (West, 2012:605-630). Target aksi jelas dan diartikulasikan dalam konteks jaringan sosial dan politik tertentu (Triwibowo, 2006:5). Intinya, gerakan sosial meru-

pakan suatu upaya masyarakat sipil untuk mewujudkan perubahan sosial (Jenkins & William, 2005:331).

Terdapat lima aliran pemikiran klasik yang biasa digunakan untuk memahami karakter gerakan sosial (dalam McAdam, *et.al*, 2004:1-5), yaitu gerakan sosial sebagai 1) aksi kolektif, 2) pilihan rasional, 3) perjuangan kelas, 4) mobilisasi sumber daya, dan 5) struktur pembongkaran hegemoni budaya. Gerakan sosial pertama kali dimaknai sebagai aksi kolektif yang irrasional. Gustave, Tarrow, Le Bon, dan David Popenoe memandang gerakan sosial sebagai kerumunan massa yang tak lagi memiliki kemampuan merasa, berpikir, dan bertindak sesuai keinginan sendiri. Durkheim menyebutnya sebagai irrasional karena menganggap setiap tindakan merupakan reaksi anomi dari perubahan sosial yang berjalan begitu cepat serta sesuai dengan keinginan massa. Pemikiran ini dikritik oleh para penganut pilihan rasional. Bagi para penganut teori pilihan rasional, berbagai bentuk perlawanan merupakan manifestasi tindakan individu yang rasional dan sadar. Asumsinya, setiap anggota memiliki kepentingan dan tujuan bersama yang bila tercapai, maka keadaan mereka akan berubah menjadi lebih baik.

Dulu, mayoritas ahli gerakan sosial menggunakan cara pandang Marx dalam memahami gerakan sosial. Fenomena gerakan sosial terjadi hanya jika terdapat ketimpangan relasi antara kelas buruh dan para pemilik modal atau kelas borjuis. Konsep eksploitasi kelas selalu menjadi bingkai klasik dalam mempelajari gerakan sosial atau biasa dikenal sebagai *Old Sosial Movement*. Seiring perkembangan terbaru menunjukkan bahwa gerakan sosial di berbagai tempat

tidak hanya disebabkan oleh eksploitasi kelas, tetapi juga disebabkan oleh faktor lain. Para ahli sepakat bahwa keluhan merupakan pemicu utama gerakan sosial, baik yang didorong oleh adanya eksploitasi kelas, ketidakadilan, atau ketimpangan relasi gender. Diantaranya adalah akses terhadap pendidikan tinggi yang semakin luas serta tingginya tingkat keterlibatan perempuan dalam dunia kerja setelah Perang Dunia II menciptakan transformasi sosial (Della Porta & Diani, 1999:11). Perubahan sudut pandang dalam memahami gerakan sosial ini disebut sebagai Gerakan Sosial Baru (*New Sosial Movement*).

Lenin memahami gerakan sosial sebagai mobilisasi sumber daya. Ia menekankan kehadiran *van guard*, yaitu sekumpulan individu yang terlatih, profesional, terpimpin, dan sangat berarti dalam perjuangan gerakan. Menurutnya, gerakan hanya akan berhasil jika memiliki pemimpin yang mampu memobilisasi sumber daya. Kajian Lenin fokus pada revolusi yang baru berhasil jika ada pendirian partai dengan struktur organisasi yang kuat di dalamnya. Pandangan berbeda diungkapkan Gramsci yang menganggap gerakan sosial sebagai suatu struktur untuk membongkar hegemoni budaya. Kaum tertindas dianggap secara tidak sadar menerima dengan “suka rela” proses eksploitasi atas dirinya. Oleh karena itu, gerakan dianggap sebagai suatu kesempatan pada kaum marjinal untuk membongkar hegemoni budaya kelompok borjuis. Pada perkembangannya, pendekatan ini melahirkan teori *framing process* yang menitikberatkan pada proses pembentukan identitas kolektif oleh Tarrow.

Di dalam Gerakan Sosial Baru (*New Sosial Movement*), aksi kolektif tidak dapat semata-mata dijelaskan melalui sudut pandang “kepastian” struktur (Melucci dalam Vahabzadeh, 2001: 614). Konflik baru menjadi bervariasi dan berbeda karena kerapatan informasi yang sudah sangat tinggi. Melucci mengandaikan masyarakat post-industri sebagai individu-individu otonom yang menerima sekaligus memproduksi informasi. Masyarakat post-modern menjadi sistem yang sangat kompleks karena perubahan terjadi sangat cepat, karakter manusia menjadi sangat plural, serta ketersediaan informasi yang sangat banyak. Akibatnya, nilai-nilai tradisional seringkali melemah karena tuntutan “modernitas” dan “globalisasi”. Hal inilah yang menyebabkan kebutuhan akan pembentukan identitas kolektif menjadi sangat mendesak (Melucci dalam Buechler, 1995:446). Konstruksi sosial atas identitas kolektif tidak hanya menjadi pencapaian tetapi juga prasyarat terjadinya Gerakan Sosial Baru.

Dalam kajian ini, gerakan sosial tidak dipandang sebagai gerakan klasik, melainkan sudah dalam fase Gerakan Sosial Baru yang merupakan respon terhadap perubahan tujuan, strategi, serta konstitusi gerakan sosial pada masyarakat kapitalis (Langman, 2005). Gerakan Sosial Baru terorganisasi secara longgar, “*more dispersed, diverse, fluid, and complex in structures*” dibandingkan gerakan klasik seperti gerakan buruh. Gerakan ini mengacu pada sekelompok gerakan sosial kontemporer yang telah berperan signifikan di masyarakat Barat sejak akhir 1960-an. Pendapat lain menegaskan bahwa Gerakan Sosial Baru merupakan sebuah bentuk

reaksi baru atas keluhan baru (Della Porta & Diani, 1999). Adapun keluhan baru terbentuk dari berbagai sumber seperti subordinasi kapitalisme, komersialisasi kehidupan sosial, ekspansi kapitalisme yang mengkooptasi budaya, kebahagiaan dan seksualitas, birokratisasi masyarakat, serta homogenisasi kehidupan masyarakat melalui intervensi media massa (Mouffe dalam Situmorang, 2013:27). Aktivitas gerakan ini disebut “baru” karena gerakan tersebut lebih mengacu pada isu, bukan kelas.

Gerakan Sosial Baru memiliki empat karakteristik (Singh, 2002). Pertama, Gerakan Sosial Baru menaruh asumsi ideologis bahwa masyarakat sipil berada pada titik nadir karena kontrol negara dan pasar yang menerobos masuk ke dalam seluruh aspek kehidupan masyarakat. Kedua, gerakan bersifat non-kelas dan non-materialistik, seperti gerakan anti-rasisme, gerakan feminisme, dan gerakan lingkungan. Ketiga, gerakan melibatkan politik akar rumput. Adanya asosiasi demokratis horizontal terorganisir dalam federasi longgar pada tingkat isu nasional maupun global. Keempat, struktur gerakan didefinisikan oleh pluralitas cita-cita, tujuan, dan kehendak dari heterogenitas basis sosial. Tidak ada segmentasi pada aksi, strategi, dan cara mobilisasi. Aktor-aktor pun terlibat karena alasan kemanusiaan. Ketika tuntutan gerakan dipenuhi, bukan lagi berbicara mengenai kemenangan kelas tertentu, akan tetapi sudah menyangkut kepentingan manusia secara luas.

Salah satu gerakan sosial baru adalah gerakan lingkungan. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan bentuk aksi kesadaran manusia yang peduli terhadap kerusakan

lingkungan, serta berbagai aspek dalam kehidupan manusia yang terancam akibat kerusakan lingkungan (Zulkifli, 2014). Beberapa penelitian terkait gerakan lingkungan di Indonesia lebih banyak dikaitkan dengan tujuan gerakan sebagai upaya menumbuhkan kesadaran lingkungan<sup>9</sup> di masyarakat. Penelitian lainnya biasa memetakan aktor gerakan lingkungan diikuti keberhasilan dan kelemahan aktor<sup>10</sup> dalam aktivitas

- 
- 9 Misalnya gerakan lingkungan di Belitung sebagai bagian dari sosialisasi pengetahuan kepada masyarakat mengenai pengelolaan tanah yang benar setelah penambangan timah. Penelitian oleh Meliyana, Tjipto Sumadi & Wuri Handayani. 2013. "Gerakan Lingkungan Hidup dalam Menumbuhkan Kesadaran Lingkungan Masyarakat Belitung" dalam *Jurnal PPKN UNJ*, Vol. 1, No.2. Jakarta: UNJ. Kesadaran masyarakat yang masih rendah akan lingkungan seringkali berujung pada pembiaran lahan bekas tambang begitu saja. Padahal kawasan bekas tambang harus direklamasi dan dihijaukan kembali. Hal ini menjadi tanggung jawab masyarakat tambang serta pemerintah. Adapun sosialisasi pengetahuan ini dianggap belum maksimal terlaksana sehingga menjadi misi gerakan lingkungan penambangan timah Pulau Belitung.
- 10 Supriatna, Jatna. 2008. *Melestarikan Alam Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, hal. 447. Sejumlah LSM lingkungan, khususnya WALHI, serta sejumlah departemen di bawah Kementerian Lingkungan Hidup menjadi aktor utama gerakan lingkungan di Indonesia. Di Indonesia, LSM cenderung menggunakan pendekatan pembangunan berkelanjutan bagi masyarakat pinggiran, pedesaan, atau masyarakat adat yang *notabene* sangat bergantung pada sumber daya alam secara langsung untuk kehidupan sehari-hari. LSM makin menyadari hubungan antara pembangunan dan konservasi. Pembangunan tidak selalu merusak lingkungan ketika direncanakan dan dijalankan dengan sangat hati-hati. Prinsip pembangunan berkelanjutan menandakan bahwa LSM lingkungan di Indonesia masih memperbolehkan adanya pembangunan asalkan tidak merusak keanekaragaman hayati lainnya.

gerakan lingkungan. Kecenderungan lain dari penelitian seputar gerakan adalah melihat *frame*<sup>11</sup> yang digunakan dalam gerakan lingkungan. Kajian ini berbeda karena lebih fokus pada penggunaan media sosial sebagai strategi gerakan lingkungan yang dipilih para aktor. Strategi gerakan lingkungan ini cenderung unik dan tanpa kekerasan. Apalagi, masyarakat yang terlibat dalam gerakan lingkungan masih muda dan pengguna aktif internet, yang mayoritasnya adalah kelas menengah ke atas. Meskipun begitu, banyak LSM seperti Greenpeace dan WALHI juga menggandeng masyarakat adat dalam menyuarakan tuntutan perlindungan atas lingkungan hidup.

Berperan sebagai strategi, aktivitas media sosial terbukti mampu mempengaruhi bentuk gerakan nyata. Menurut Donk (2004:88), kemampuan itu terwujud melalui tiga cara, yakni:

- 
- 11 Wicaksono, Ikhsan Pratama. 2012. "Analisis Framing (pembingkai) dalam Gerakan Lingkungan Hidup" dalam <http://skpm.ipb.ac.id/>. Terdapat tiga bingkai utama gerakan lingkungan oleh LSM Greenpeace Asia Tenggara Indonesia, yaitu *aggregate frame*, *consensus frame*, dan *collective action frame*. Bingkai *aggregate* digunakan untuk menyadarkan masyarakat Asia Tenggara, terutama Indonesia, bahwa perubahan iklim telah menjadi masalah besar yang harus diperhatikan serius. Hal lain, dampak perubahan iklim lebih banyak disebabkan oleh pengelolaan hutan dan tambang yang keliru. Sedangkan bingkai *consensus*, memberikan seruan kepada masyarakat untuk bersama-sama mendesak pemerintah maupun perusahaan agar menghentikan penggunaan barang tambang batu bara dan segera mencari alternatif energi terbarukan. Terakhir, bingkai *collective action* sesungguhnya dikonstruksi oleh *injustice frame*, *agency frame*, dan *identity frame* dalam gerakan anti-batubara yang dipelopori Greenpeace. Pada akhirnya, pembentukan *frame* gerakan terbukti berhasil membentuk identitas kolektif anggota gerakan lingkungan ini.

1) pembagian definisi masalah sebagai dasar pembentukan *identitas* kolektif; 2) mampu *memobilisasi* anggota; serta 3) memperluas *jaringan* dengan menghubungkan sejumlah organisasi yang berbeda. Oleh karena itu, penting untuk melihat apakah kemampuan ini disadari oleh para aktor gerakan dalam memutuskan untuk menggunakan media sosial sebagai strategi gerakan, atau tidak.

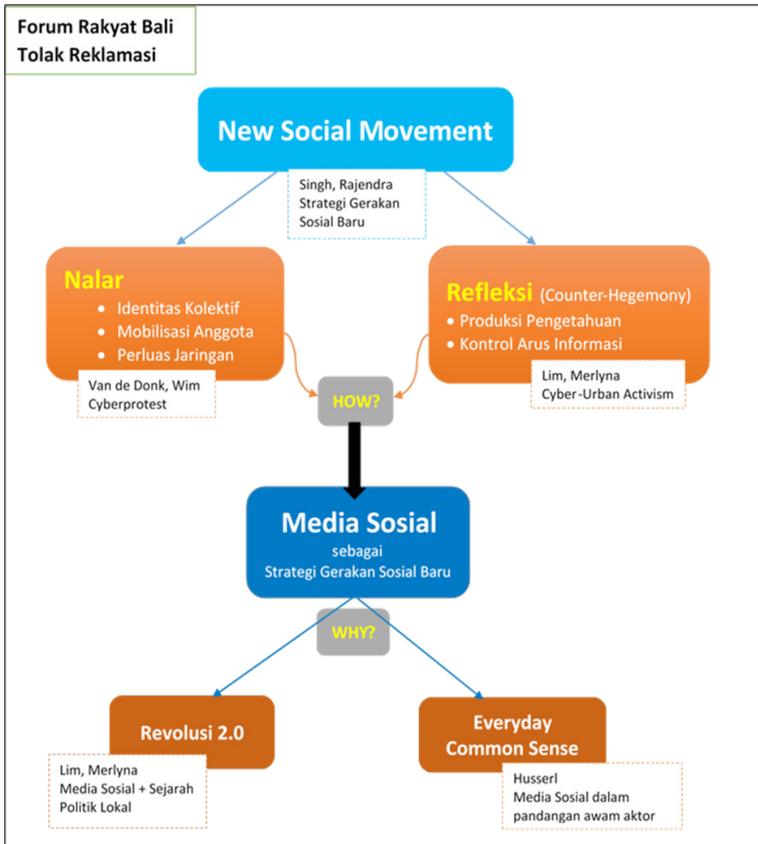
Dalam kaitannya dengan pemilihan strategi pada Gerakan Sosial Baru, Singh (2002) mengungkapkannya sebagai gerakan sosial biner. Artinya, gerakan sosial baru memusatkan strateginya pada peran *nalar* (dan aksi kolektif) serta peran *refleksi*. Peran nalar sejalan dengan kemampuan aktor memobilisasi sumber daya. Jika dikaitkan dengan pemikiran Donk sebelumnya, pembentukan identitas kolektif, memobilisasi anggota, serta memperluas jaringan menjadi bagian dari kerja peran nalar dalam strategi Gerakan Sosial Baru. Sedangkan peran refleksi sejalan dengan pendekatan Gramsci sebagai *counter-hegemony*, yaitu pemaksaan solusi atas tuntutan mereka dengan memastikan solusi tersebut sejalan dengan tujuan gerakan. Jika dikaitkan dengan pemikiran Lim (2005:1), maka cara aktor gerakan memproduksi pengetahuan serta mengontrol arus informasi menjadi bagian peran refleksi dalam strategi Gerakan Sosial Baru.

Alasan penggunaan media sosial sebagai strategi gerakan tidak bisa dilihat hanya sebagai hasil dari pilihan rasional para aktor gerakan. Seseorang bertindak atas dasar keyakinan dan preferensi mereka. Adapun keyakinan dan preferensi tersebut tidak dapat lepas dari fakta objektif tentang mereka

seperti kelas sosial, ras, atau posisi institusionalnya (Marsh & Stoker, 2002:161). Berlawanan dengan kaum rasionalis dan positivis, aktivitas politik harus dijelaskan dengan kebijaksanaan dan klaim moral dalam tradisi perilaku yang relevan. Dengan demikian, setiap tindakan dapat dijelaskan melalui pandangan awam atas kehidupan sehari-hari, atau yang disebut sebagai *life world of everyday common sense* (Husserl dalam Marsh & Stoker, 2002).

Di sisi lain, sejumlah aktivitas media sosial terbukti mampu membangkitkan aksi di dunia nyata. Lim (2014) menyebut fenomena ini sebagai Revolusi 2.0. Keberhasilan ini bukan semata-mata pengaruh dari media sosial secara mandiri (*independent*), melainkan dipengaruhi pula oleh konteks sejarah politik suatu masyarakat dalam upaya perebutan kekuasaan. Asumsi peneliti, aktivitas media sosial dapat dijelaskan melalui pandangan awam para aktor gerakan terhadap media sosial dalam konteks kehidupan mereka sehari-hari. Alasan penggunaan media sosial sebagai strategi gerakan Bali Tolak Reklamasi juga layak dibaca sebagai upaya perebutan kekuasaan yang tidak lepas dari sejarah politik masyarakat Bali.

**Diagram 1.2**  
**Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Sosial Baru**



Sumber: Diolah secara mandiri oleh penulis berdasarkan kerangka konsep

## **Transformasi Strategi Gerakan sebagai Representasi Demokratis**

Sejak kemunculan internet pada 1990, populasi jejaring dunia meningkat tajam. Dalam periode yang sama, media

sosial telah menjadi bagian hidup masyarakat dunia, mulai dari warga negara biasa, aktivis, perusahaan, hingga pemerintah. Berkaitan dengan perkembangan ilmu politik, banyak penelitian berusaha mencari jawaban mengenai peran media sosial dalam demokrasi. .

Peta gerakan masyarakat di Indonesia telah berkembang dari *virtual-based action* ke *real-based action* serta dari ruang sipil ke ruang politik (Murti, 2013). Namun, anggapan pesimis akan peran media sosial sebagai pendorong gerakan nyata masih tetap ada. Meikle (2002) dan Loader (2011) mempertanyakan perbandingan komitmen antara aktivis gerakan digital atau juga disebut *keyboard activism* dengan aktivis dunia nyata. Mereka menyebutkan bahwa komitmen aktivis dunia nyata cenderung lebih tinggi sehingga memunculkan gerakan yang konsisten. Sedangkan *keyboard activism* cenderung “datang dan pergi” sehingga hanya menjadi gerakan sesaat yang kemudian hilang. Pendapat lain menegaskan bahwa transformasi dari gerakan digital ke gerakan nyata tidak bisa disimpulkan semata-mata pengaruh dari media sosial: “*These changes happen primarily not because the tools, but because of the people, who are the agent of the change* (Nugroho, 2011:80)”. Media sosial memang penting untuk perubahan. Akan tetapi, perubahan itu bergantung dari pemilihan penggunaan media dan ketepatan penggunaannya..

Apa yang disebut *Arab Spring* bukanlah produk media sosial. Akan tetapi media sosial memiliki peran besar dalam menyebarkannya. *Arab Spring* (Musim Semi Arab) merujuk pada proses perubahan politik yang signifikan di

jazirah Arab sejak 2011. Demonstrasi massa secara massif di negara-negara Timur Tengah berhasil menumbangkan rezim diktator yang sudah berkuasa selama puluhan tahun. Diaspora Muslim di Barat kemudian membangun identitas kolektif transnasional melalui kombinasi media sosial dan *smartphone*. Masyarakat sipil menjadi aktif dalam pembuatan konten maupun penyebarannya. Masyarakat sipil yang aktif secara online disebut sebagai salah satu syarat terpenting lahirnya demokratisasi selama masa transisi menuju demokrasi (Della Porta, 2013:85).

Dalam gerakan #Occupying, aksi protes Wall Street, media sosial memiliki kontribusi kuat membentuk perkumpulan (Juris dalam Della Porta, 2013:96) dari individu-individu berbeda kemudian mempertemukannya dalam ruang nyata. Protes *online* maupun *offline* bisa tercipta dan saling memperkuat satu sama lain. Ini sejalan dengan argumen Grignou (dalam Donk, 2004) bahwa kehadiran teknologi baru tidak dapat menggantikan aksi tradisional.

Masih mendapat pengaruh dari Arab Spring, gerakan *Indignados Spanish* juga sangat dimediasi media sosial. Transisi demokrasi di Spanyol menguat seiring hadirnya *platform* “Democracia Real Ya” (DRY). Media sosial diyakini berperan memberdayakan warga Spanyol dalam beropini tanpa dipengaruhi agenda politik dan agenda media massa yang berkembang saat itu (Casado, 2012). Ada kemarahan yang berkembang melalui media sosial, dan demokrasi dianggap menjadi jalan bagi mereka keluar dari krisis ekonomi. Melalui media sosial, mereka memutuskan melakukan demonstrasi serentak di berbagai kota di Spanyol

untuk menyampaikan penolakan mereka atas keputusan sejumlah politisi. Demonstrasi dilakukan pada 15 Mei 2011, satu minggu sebelum *local election*. Gerakan ini mendapat sebutan 15M. Selain didukung oleh akar rumput Spanyol, gerakan ini lahir dan dikoordinasi para *hacker*, *blogger*, *micro-blogger*, dan aktivis online lainnya (Postill dalam Della Porta, 2013:101).

Meksiko memiliki Zapatista sebagai contoh bagaimana transformasi gerakan dapat berjalan lancar dan bermakna berkat dukungan masyarakat lokal itu sendiri. Zapatista sendiri (Lane & Dominguez, 2003) awalnya merupakan gerakan sehari-hari para petani Meksiko melawan pendudukan militer atas tanah mereka di pinggiran Montes Azules. Mulai tahun 1994, Zapatista memanfaatkan teknologi internet sebagai strategi perlawanan. Awalnya, internet digunakan sebagai sarana komunikasi, kemudian berubah sebagai ruang aksi langsung tanpa kekerasan. Peran *hacker*, aktivis, dan artis sangat signifikan melalui politik radikal –menuntut dengan keras adanya perubahan—, *recombinant theatre*, dan desain *software*. Pada tahun 2001, Marcos memimpin *long march* sembari menggunakan simbol, kostum, dan properti yang dipinjam dari suku Zapata, Sandino, Che, dan Arafat.

Keberhasilan gerakan pro-Timor Timur di Portugal (Cardoso & Neto, 2004) membuktikan bahwa gerakan sosial akan sangat berpengaruh ketika mendapatkan legitimasi dan dukungan dari kelompok lokal, tetap berpikir lokal, namun beraksi global. Sebagai bekas wilayah jajahan, Portugal merasa memiliki kedekatan emosi dengan orang Maubere, penduduk asli Timor-Timur. Terjadi konflik bersenjata di Timor-Timur

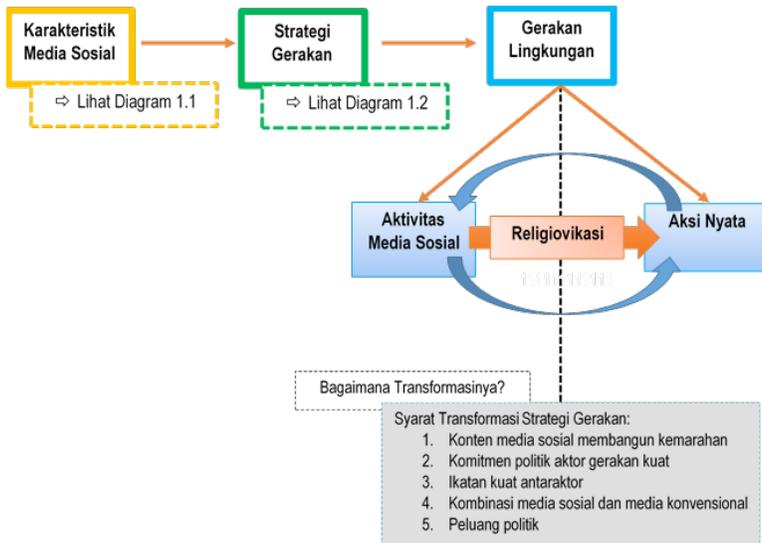
yang melibatkan militer Indonesia, PBB, dan masyarakat sipil pro kemerdekaan Timor-Timur pada Agustus 1999. Hasil referendum menunjukkan bahwa 78,5% suara penduduk Timor-Timur menolak otonomi daerah yang ditawarkan Indonesia. Pemberitaan konflik bersenjata ini mendapat perhatian penuh melalui siaran media massa konvensional di Portugal. Wartawan Portugal bertukar informasi dengan wartawan dan aktivis pro kemerdekaan Timor Leste melalui media sosial dan internet. Media sosial mendekatkan jarak dua negara dan membantu menyuarakan perjuangan.

Media sosial maupun media massa konvensional Portugal cukup intens menyebarkan situasi Timor-Timur dan berhasil memobilisasi dukungan atas kemerdekaan rakyat Timor-Timur. Mereka bahkan melancarkan aksi demonstrasi di depan kantor kedutaan negara-negara Dewan Keamanan PBB di Lisbon dengan memakai baju putih, mengecam tindakan Indonesia yang melancarkan aksi bersenjata ke masyarakat sipil, serta melemparkan bunga ke sungai sebagai bentuk dukacita terhadap orang Maubere yang menjadi korban dalam konflik pascareferendum.

Setelah melihat berbagai gerakan yang berhasil disebarkan melalui media sosial, terlihat pola yang sama bahwa transformasi strategi dari aktivitas media sosial ke gerakan nyata terjadi akibat peluang dalam struktur politik negara. Keterbukaan sistem politik di antaranya berimbas pada kemudahan akses terhadap teknologi Internet. Media sosial tentu tidak dapat berperan dalam gerakan jika berhadapan dengan rezim otoriter yang dapat dengan mudah memutus arus teknologi informasi.. strategi gerakan

sosial kemudian tidak hanya berfokus pada agen, tetapi juga struktur.

**Diagram 1.3**  
**Alur Berpikir**



Sumber: Diolah secara mandiri oleh penulis berdasarkan kerangka konsep

Dalam tulisan ini, aksi nyata dilihat sebagai bagian dari strategi untuk mendorong perubahan isu publik menjadi agenda politik. Peneliti memaknainya sebagai transformasi strategi gerakan. Transformasi ini muncul akibat adanya religiovikasi, pedoman suci yang diyakini aktor gerakan dalam mendorong mereka untuk rela terlibat dalam aksi kolektif. Jika menilik kembali pola transformasi strategi gerakan seperti Arab Spring, 15M, dan Zapatista, tampak sejumlah persyaratan yang dibutuhkan untuk membuat aktivitas media sosial bertransformasi menjadi gerakan nyata.

Syarat **pertama** opini dalam media sosial dapat membangun kemarahan. Ada kebebasan berpendapat yang ditawarkan internet, mulai dari sekadar keluhan hingga kritikan tajam terhadap pemerintah atau situasi politik terkini. Dukungan seperti *like*, *share*, atau *re-tweet* menimbulkan perasaan “saya tidak sendiri” diantara para aktor. Jika opini dipelihara melalui cara-cara kreatif, maka dapat memicu kemarahan berkelanjutan yang mendorong para aktor turun ke jalan. Syarat **kedua**, komitmen politik yang kuat dari para aktor gerakan sehingga tercipta bentuk-bentuk perlawanan yang dinamis dan berkelanjutan. Komitmen itu sendiri lahir dari harapan para aktor untuk dapat mewujudkan tuntutan gerakan.

Syarat **ketiga**, menciptakan ikatan kuat antaraktor, baik secara eksternal maupun internal. Transformasi gerakan dapat terjadi hanya ketika masyarakat sipil dapat mempertahankan suatu interaksi yang dinamis dengan publik melalui strategi penggunaan media sosial (Utama, 2012:23-34). Aktivitas sipil dihasilkan dari ikatan kuat antaraktor, baik secara eksternal dengan menjalin interaksi positif dengan kelompok yang sedang dibela, serta internal yaitu interaksi tatap muka yang dilakukan oleh anggota yang sering terlibat diskusi melalui media sosial. Media sosial hanya membangun ikatan lemah. Oleh karena itu, transformasi gerakan dari digital ke nyata membutuhkan adanya ikatan kuat antaraktor gerakan. Kombinasi antara keduanya, jaringan virtual dan interaksi tatap muka, adalah upaya terbaik untuk menciptakan dan memelihara komunitas gerakan (Etzioni & Etzioni dalam Donk, 2004:88).

Syarat ***keempat***, kombinasi penggunaan media sosial dengan media konvensional, serta menjalin interaksi tatap muka untuk menyelesaikan permasalahan akses informasi akibat internet. Gerakan tetap bisa memiliki basis akar rumput yang kuat secara menyeluruh tanpa terbatas pada aktor yang hanya bisa mengakses Internet. Syarat ***kelima***, adanya peluang politik yang membuat akses informasi melalui media sosial terbuka dan memungkinkan berkembangnya gerakan menjadi aksi nyata tanpa ada aksi pembubaran paksa dari pemerintah.

# BAB II

## FORUM RAKYAT BALI TOLAK REKLAMASI

*“Bangun Bali, subsidi petani! Kita semua makan nasi,  
bukannya butuh reklamasi!  
Keputusan bau konspirasi, penguasa-pengusaha bagi komisi,  
konservasi dikhianati!  
Bangun Bali, tolak reklamasi! Sayang Bali, tolak reklamasi!  
Bangun Bali, tolak dibohongi! Rusak bumi dan anak negeri.”*

(Lirik lagu perjuangan *Bali Tolak Reklamasi*)

### **Pengantar**

**P**T. Tirta Wahana Bali Internasional (PT. TWBI) milik Tomy Winata menggagas megaproyek pariwisata bertaraf internasional di Bali. Rencananya, proyek mereka akan membangun fasilitas pariwisata seperti hotel, tempat pertemuan, tempat pertunjukan, pusat perbelanjaan, kampus, rumah sakit, lapangan golf, dan lain-lain di atas gugusan pulau baru hasil reklamasi. PT. TWBI bersikeras membuat pulau baru dengan melakukan reklamasi seluas

838 hektar. Mereka mengincar Teluk Benoa, sebuah wilayah yang mereka anggap sebagai wilayah tidak produktif.

*“Harus ada sesuatu yang baru di Bali, seperti pengembangan Sentosa Island di Singapura. Dasarnya itu. Proyek ini dikembangkan di atas lahan tidak produktif. Besaran investasi reklamasi dan lain-lain sekitar Rp30 triliun.”*  
(Direktur Utama Artha Graha Network Wisnu Tjandra, 3 September 2013)<sup>12</sup>

Teluk Benoa memang menjadi lokasi strategis karena merupakan titik temu dari tiga kawasan ikon pariwisata Bali, yaitu Sanur, Kuta, dan Nusa Dua. Teluk Benoa secara administratif masuk daerah Kabupaten Badung dan Denpasar, dua daerah terkaya di Bali. Tempat ini persis berada di seberang Bandara Ngurah Rai, Pelabuhan Benoa, dan kini dilewati jalan tol atas laut pertama di Bali. Tidak heran jika banyak investor mengincar wilayah ini untuk perkembangan bisnis. Akan tetapi, sungguh keliru bila Teluk Benoa dianggap sebagai lahan tidak produktif, sebagaimana pernyataan Wisnu Tjandra di atas.

---

12 Berita “Artha Graha Reklamasi Teluk Benoa Rp30 Triliun” tanggal 3 September 2013 dalam <http://properti.bisnis.com/read/20130903/107/160564/ artha-graha-reklamasi-teluk-benoa-rp30-triliun/> diakses pada 27/8/2015, 14:03 WIB

## Gambar 2.1

### Rencana Pembangunan Kawasan Teluk Benoa



Sumber: <http://www.mongabay.co.id/> diambil dari presentasi PT. Tirta Wahana Bali Internasional (TWBI) saat konsultasi publik

Bab ini berusaha mendeskripsikan perlawanan masyarakat adat terhadap rencana reklamasi Teluk Benoa, dibingkai dalam perebutan hak budaya yang terancam oleh kongkalingkong negara dan pebisnis. Perlawanan masyarakat adat bersama aliansi Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (ForBALI) dibangun dari kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kerusakan lingkungan serta berbagai aspek kehidupan yang terancam akibat kerusakan lingkungan. ForBALI menggunakan media sosial sebagai strategi gerakan yang secara khas membentuk struktur dan cara kerja ForBALI.

## **Penolakan Masyarakat Adat: Hak Budaya Terancam**

Teluk Benoa menjadi tempat bermuaranya lima daerah aliran sungai (DAS) di Bali Selatan, yaitu DAS Badung, DAS Mati, DAS Tuban, DAS Sama, dan DAS Bualu. Hutan bakau di sekitarnya berperan melindungi pesisir dari abrasi laut serta menahan sampah agar tidak masuk ke tengah laut. Kesejahteraan masyarakat pesisir pantai Bali Selatan pun sangat bergantung pada ekosistem yang ada: *“Teluk Benoa itu ya periuik kami, untuk makan, untuk bekerja, untuk hidup”* (I Nyoman Sugita, 12 Juli 2015).

Sejumlah peraturan melindungi kawasan ini sebagai daerah konservasi perairan. Peraturan Presiden (Perpres) No. 45 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan (Sarbagita) memasukkan Teluk Benoa ke dalam kawasan konservasi perairan. UU No. 27 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil juga memasukkan Teluk Benoa sebagai salah satu jenis kawasan konservasi di wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil. Artinya, tidak boleh ada kegiatan apapun yang dapat mengganggu upaya konservasi.

Polemik mulai terjadi saat diketahui adanya **SK Gubernur Nomor 2138/02-CL/HK/2012 tentang Rencana Pemanfaatan dan Pengembangan Kawasan Perairan Teluk Benoa** oleh LSM Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Bali pada Juni 2013. Surat Keputusan (SK) ini sudah dikeluarkan Gubernur Bali pada 26 Desember 2012. Isi SK ini memberikan hak pemanfaatan Teluk Benoa kepada PT. TWBI seluas 838 hektar dengan jangka waktu 30

tahun dan dapat diperpanjang 20 tahun. Direktur WALHI Bali yang menjabat saat itu, I Wayan Gendo Suardana, mengatakan bahwa penerbitan SK ini dilakukan secara diam-diam tanpa ada diskusi publik<sup>13</sup>. wartawan dari sejumlah media lokal Bali pada 27 Juni 2013 meminta konfirmasi Gubernur Made Mangku Pastika, namun diingkari dan mengaku tidak mengetahui adanya rencana pemanfaatan dan pengembangan di kawasan Teluk Benoa.

**Gambar 2.2**  
**Peta Teluk Benoa**



Sumber: <http://nakbalibelog.wordpress.com/>

Keterangan: (1) Bandara Internasional Ngurah Rai; (2) Pelabuhan Laut Benoa; (3) Pulau Serangan yang sudah direklamasi; (4) Rencana Reklamasi Teluk Benoa; (5) Tanjung Benoa

13 Berdasarkan wawancara dengan I Wayan Gendo Suardana di Sekretariat WALHI Bali pada 7 Mei 2015.

Penerbitan SK Gubernur Nomor 2138/02-CL/HK/2012 menjadi tanggapan terhadap tiga hal yang sebelumnya diterima Pemprov Bali. **Pertama**, surat permohonan PT. TWBI kepada Gubernur Bali dengan Nomor 009/TWBI/L/XI/2012 tentang permohonan audiensi tertanggal 5 November 2012. Di dalam surat itu menyebutkan: “Bersama ini kami mengajukan Permohonan Izin Pemanfaatan dan Pengembangan Kawasan Perairan Teluk Benoa, Bali, seluas kurang lebih 838Ha. Dari total area tersebut akan dibentuk pulau baru, pendalaman alur, penataan sedimentasi, dan penghijauan.” **Kedua**, berdasarkan studi kelayakan LPPM Universitas Udayana yang telah dipresentasikan di Bappeda Bali pada 12 November 2012 dan 14 Desember 2012. **Terakhir**, Rekomendasi DPRD Bali No. 660.1/142781/DPRD tertanggal 20 Desember 2012. DPRD Bali di kemudian hari mengklaim bahwa surat rekomendasi tersebut hanyalah meminta gubernur melanjutkan kajian atas rencana, dan belum pada tahap melaksanakan proyek tersebut<sup>14</sup>.

Pemberitaan adanya SK Gubernur Nomor 2138/02-CL/HK/2012 menimbulkan pro-kontra di level akar rumput masyarakat Bali, termasuk masyarakat adat Tanjung Benoa. Kelompok masyarakat yang mendukung lebih karena janji perusahaan akan adanya lapangan kerja baru bagi masyarakat di sekitar pesisir pantai Bali Selatan. Alasan mereka senada dengan Pemerintah Daerah Bali yang berkeyakinan bahwa

---

14 Berita “Gubernur Bali Cabut SK Reklamasi Teluk Benoa” tanggal 17 Agustus 2013 dalam <http://www.mongabay.co.id/2013/08/17/gubernur-bali-cabut-sk-reklamasi-teluk-benoa/> diakses pada 27/8/2013 pukul 11:56 WIB.

reklamasi dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), membuka lapangan kerja yang diperkirakan bisa menyerap 250.000 orang, serta menciptakan destinasi pariwisata baru bertaraf internasional di Bali Selatan. Sebagian masyarakat adat Tanjung Benoa juga menyetujui rencana proyek reklamasi akibat persuasi Yayasan Peduli Mangrove di bawah naungan Artha Graha Peduli. LSM ini masuk ke wilayah Tanjung Benoa pada awal tahun 2013 dengan program kerja pembersihan hutan bakau dari sampah. Peduli Mangrove banyak memperkerjakan masyarakat sekitar dengan gaji Rp500.000,00 setiap bulannya.<sup>15</sup> Para pekerja ini kemudian dijanjikan mendapatkan prioritas posisi pekerjaan baru dalam usaha pariwisata hasil reklamasi Teluk Benoa<sup>16</sup>.

Sementara itu, kelompok masyarakat yang menolak rencana reklamasi Teluk Benoa lebih banyak mengemukakan argumennya dari sudut pandang budaya. Jika rencana reklamasi seluas 838 hektar di Teluk Benoa berhasil dilaksanakan, sejumlah hak budaya yang dimiliki masyarakat adat sekitar Teluk Benoa ini terancam. Hal ini karena reklamasi berpotensi mengancam eksistensi ekologi-religiusitas sebagaimana tertuang dalam konsep Tri Hita Karana. Prinsip Tri Hita Karana secara sederhana merupakan upaya warga Hindu-Bali untuk menjaga hubungan baik

---

15 Berdasarkan wawancara I Kadek Duarsa, Ketua Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Tanjung Benoa, pada 12 Juli 2015, di pinggir pantai Pulau Penyu.

16 Berdasarkan wawancara dengan I Nyoman Sugita, pengusaha wisata tirta *Bali Jet Set* di Tanjung Benoa pada 12 Juli 2015, fakta ini senada dengan pengakuan I Kadek Duarsa dalam wawancara sebelumnya.

antara Tuhan (Parahyangan), sesama manusia (Pawongan), dan lingkungan sekitar (Palemahan). Konsep Tri Hita Karana sudah meresap dalam berbagai norma sosial maupun aktivitas masyarakat Bali. Upaya masyarakat Hindu-Bali untuk tetap memegang teguh dan menjalankan konsep Tri Hita Karana dalam kehidupan sehari-hari menjadi hak budaya masyarakat adat di Bali.

Reklamasi dianggap mengancam nilai Parahyangan karena air menjadi bagian yang sakral serta suci oleh masyarakat Hindu-Bali, sehingga setiap orang tidak bisa semena-mena memperlakukan air. Teluk Benoa merupakan bagian dari sumber air yang disucikan menurut masyarakat adat Bali<sup>17</sup>. Hal ini karena air teluk berasal dari perpaduan sumber air laut (kuasa dari Sang Hyang Baruna) dan air sungai (kuasa dari Dewi Gangga). Kepercayaan adat menyatakan bahwa berbagai upaya memanipulasi air (reklamasi) berarti berurusan tidak hanya dengan manusia yang masih memanfaatkannya (sekala), tetapi juga dengan para penguasa air tersebut (niskala). Reklamasi Teluk Benoa juga dapat mengganggu kesakralan Pura yang ada di sekitar Teluk Benoa, seperti Pura Candi Narmada, Pura Padanggalak, Pura Dalem Peed, dan sebagainya. Jika abrasi terjadi, maka Pura-Pura yang berada di pesisir pantai lah yang terkena imbasnya.

Reklamasi dianggap mengganggu nilai *Pawongan* ketika pembangunan megaprojek ini justru mempertajam

---

17 Berdasarkan wawancara dengan I Kadek Duarsa di Lapangan Parkir Timur Renon saat persiapan parade budaya pada 7 Juli 2015.

kesenjangan sosial antara masyarakat Bali Selatan dengan wilayah lainnya. Belum lagi terjadi kerenggangan antara desa pakraman ketika proyek ini menguntungkan desa di dekat wilayah reklamasi, namun malah menimbulkan abrasi di desa lainnya karena perubahan arah hempasan ombak laut. Kecemburuan sosial akan semakin tinggi dan memudarkan perasaan “*sagilik saguluk sabanyataka*”, susah-senang ditanggung bersama. Apalagi, masyarakat Bali sangat kuat nilai komunalnya “*menyama-braya*”. Proyek pariwisata ditakutkan akan memperuncing nilai individualistik, merasa berhak atas keuntungan obyek pariwisata baru, sehingga berujung pada pupusnya kolektivitas adat.

Reklamasi juga dianggap sangat mengancam nilai *Palemahan*. Nilai *Palemahan* berkaitan dengan bagaimana manusia menjaga hubungan yang harmonis dengan alam sekitar. Nilai ini mensyaratkan manusia tidak merusak alam agar keseimbangan dunia tetap terjaga. Sebagai bagian dari alam, Teluk Benoa dianggap sebagai wilayah yang dimiliki masyarakat lokal. Pola pikir ini berdasar pada hukum Tawan Karang, hukum kedaulatan kepulauan Bali sejak zaman Bali Kuno hingga zaman Perang Puputan Badung. Hukum ini telah disebut dalam prasasti Julah yang dikeluarkan Raja Janasadhuwarmadewa, pada bulan Cetra, tahun Caka 897 atau 975 Masehi:

Hak Tawan Karang (tawan=rampasan; karang=tanah) menjelaskan bahwa segala ‘eksistensi asing yang masuk ke Pulau Bali’ dengan tidak sesuai prosedur (terdampar atau terkatung-katung) adalah otomatis menjadi milik warga/karma Bali (Lanus, 2014).

Kedaulatan tanah menjadi hal utama bagi warga Bali. Tidak dapat diganggu gugat. Apapun yang ada di wilayah Bali merupakan milik warga Bali. Jika melihat *wates desa* (batas desa) yang tertuang dalam *awig-awig* (peraturan adat), maka sangat jelas: sepadan sungai dan pantai serta laut sekitar adalah milik desa pekraman. Selain itu, reklamasi berpotensi merusak lingkungan pantai. Ketakutan ini bukan tanpa alasan. Pasalnya, proyek reklamasi sebelumnya di Pulau Serangan malah merusak batu koral serta kelandaian pantai tempat penyu biasa datang untuk bertelur. Kini, sudah tidak ada lagi penyu yang datang untuk bertelur di pesisir pantai. gelombang laut juga membelok ke arah Pantai Lebih dan Pulau Pudut dan menciptakan abrasi parah di kedua tempat ini. Abrasi juga mengancam keberadaan Pura Sakenan yang berada di pinggir pantai sehingga harus dipindahkan menjauhi bibir pantai. Penambahan lapangan kerja yang dianggap pemprov Bali akan menguntungkan pertumbuhan ekonomi di Bali Selatan juga berdampak pada alih fungsi lahan. 250.000 tenaga kerja yang sebagiannya pendatang akan mengubah lahan sekitar Teluk Benoa dari pertanian menjadi pemukiman.

Pro-kontra diantara masyarakat terkait rencana reklamasi Tanjung Benoa ini terus bergulir. Argumen siapa yang lebih kuat, strategi siapa yang lebih matang, itu yang akan menentukan apakah Teluk Benoa direklamasi atau tidak. Apakah argumen nilai-nilai budaya yang dibawa masyarakat kontra reklamasi bisa membalikkan keadaan, atau masyarakat pro reklamasi dengan harapan lahirnya lapangan pekerjaan baru yang berhasil. Ditambah dengan

posisi Pemerintah Provinsi Bali yang terkesan mendukung upaya reklamasi ini dengan argumen keuntungan pada aspek ekonomi, seperti peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta pembukaan lapangan kerja baru.

### **Upaya Legalisasi Reklamasi Teluk Benoa**

Penolakan SK Gubernur Nomor 2138/02-CL/HK/2012 datang dari berbagai elemen masyarakat, mulai dari akademisi, mahasiswa, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), seniman, hingga kalangan industri pariwisata. Mulai Juli hingga pertengahan Agustus 2013 berbagai aksi penolakan dilakukan, baik melalui demonstrasi di depan kantor Gubernur Bali, juga diskusi di tempat publik; seperti di Kafe Mengsi, Taman Baca Penggak Men Mersi, dan Taman Baca Kesiman Denpasar<sup>18</sup>. Sejumlah aktivis membuat petisi online yang hingga Juli 2015 sudah ditandatangani lebih dari 34.000 orang. Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) Bali, pada 2 Agustus 2013 ikut memberikan pernyataan resmi menolak rencana reklamasi di media massa<sup>19</sup>. Bukan berarti mereka menolak hadirnya investasi demi kemajuan pariwisata Bali, melainkan karena upaya reklamasi bertolak belakang dengan falsafah sosio-ekologi religiusitas yang dimiliki masyarakat Bali.

---

18 Berdasarkan wawancara I Kadek Duarsa pada 12 Juli 2015 di pinggir pantai Pulau Penyu.

19 Berita “Giliran Industri Pariwisata Bali Tolak Reklamasi Teluk Benoa” tanggal 2 Agustus 2013, dalam <http://news.okezone.com/read/2013/08/02/340/846697/giliran-industri-pariwisata-bali-tolak-reklamasi-teluk-benoa/> diakses pada 27/8/2015, 15:39 WIB.

Gelombang penolakan juga terjadi di level akar rumput, terutama masyarakat adat Tanjung Benoa yang paling dekat terkena dampak bila reklamasi dilaksanakan. Warga yang tergabung dalam Gerakan Masyarakat Pemuda Tolak Reklamasi (Gempar) Teluk Benoa -sebuah gerakan di luar bendesa adat- menggelar aksi demonstrasi di perairan Teluk Benoa pada 2 Agustus 2013 dengan dikoordinir I Kadek Duarsa<sup>20</sup>. Puluhan *jukung* dan perahu *boat* milik para nelayan serta pengusaha wisata tirta Tanjung Benoa dikerahkan<sup>21</sup>. Armada air diberangkatkan serentak dari tepi pantai sekitar pukul 14.00 WIB menuju ke tengah perairan Teluk Benoa. Sepanjang perjalanan, mereka mengibarkan spanduk sembari meneriakan penolakan terhadap reklamasi Teluk Benoa. Di dalam orasi juga banyak mengemukakan adanya pembohongan publik –tidak diakuinya penerbitan SK Gubernur Nomor 2138/02-CL/HK/2012- yang dilakukan Gubernur Bali I Made Mangku Pastika,

*“LPPM Unud datang ke masyarakat lagi sejak kita demonstrasi bulan Agustus 2013. Sebelumnya Unud sempat kajian ke sini dan masyarakat memang setuju reklamasi. Setujunya bukan setuju ini (Teluk Benoa) diurug. Setuju itu (reklamasi) untuk mengembalikan Pulau Pudut agar dapat kembali berfungsi*

---

20 I Kadek Duarsa menjadi koordinator aksi Gempar pada 2 Agustus 2013 karena posisinya sebagai humas Gempar. Ia kemudian diangkat menjadi Ketua Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Tanjung Benoa pada 2014.

21 Berdasarkan wawancara I Nyoman Sugita di Bali Jet Set Tanjung Benoa, pada 12 Juli 2015.

sebagai pulau penangkar penyu. *Itu yang disetujui oleh masyarakat*” (Wawancara Kadek Duarsa, 12 Juli 2015).

Masyarakat Tanjung Benoa merasa dibohongi oleh pemerintah karena mereka tidak pernah diberi tahu adanya rencana reklamasi Teluk Benoa. Mereka hanya mengetahui adanya rencana reklamasi untuk mengembalikan fungsi Pulau Pudut sebagai tempat penangkaran penyu yang terkena abrasi dan kini hampir tenggelam akibat reklamasi Pulau Serangan tahun 2004. Pulau Pudut merupakan pulau tempat penangkaran penyu yang berada di dalam zona Taman Hutan Raya Ngurah Rai, Teluk Benoa. Mereka menyetujui adanya reklamasi Pulau Pudut, bukan reklamasi Teluk Benoa seluas 838 hektar, .

Keesokan harinya, 3 Agustus 2013, Gubernur Bali menggelar dialog terbuka di Kantor Gubernur dengan presentasi dari Tim LPPM Universitas Udayana. Presentasi Ketua Tim 15 LPPM Universitas Udayana, Ida Bagus Putu Adnyana, mengatakan, dari aspek teknis layak dibuat pulau penyangga di sekitar Teluk Benoa<sup>22</sup>. Namun ada sejumlah syarat yang harus dipenuhi; jarak pulau penyangga minimal 100m dengan jalan di atas perairan, lebar alur air kurang dari 200m, tidak boleh menyinggung daerah pelabuhan, serta tidak menyebabkan pendangkalan alur. Tim juga menunjukkan rencana pembuatan sekitar delapan pulau

---

22 Berita “Simpang Siur Berita Reklamasi Teluk Benoa” tanggal 3 September 2013 dalam <http://balebengong.net/kabar-anyar/2013/09/03/simpang-siur-berita-reklamasi-teluk-benoa.html/> diakses pada 27/8/2015, 17:23 WIB.

kecil dengan cara reklamasi. Dalam dialog ini, Gubernur secara tegas menyebutkan bahwa SK Gubernur Nomor 2138/02-CL/HK/2012 sebagai SK Lokasi Reklamasi dan lebih sering disebut sebagai SK “izin prinsip” ketimbang SK pelaksanaan reklamasi. Gubernur menyatakan untuk menunggu kelanjutan hasil studi kelayakan dari Unud dan bersedia mencabut ijin reklamasi PT. TWBI jika memang hasil studi kelayakan menyatakan Teluk Benoa tidak layak untuk direklamasi.

Penolakan masyarakat tidak berhenti begitu saja setelah diadakannya *simakarma*<sup>23</sup> Gubernur pada 3 Agustus 2013. Atas inisiatif warga, pada 13 Agustus diadakan *Sabha Desa*<sup>24</sup> di Banjar Tengah, Kelurahan Tanjung Benoa, dengan menghadirkan bendesa<sup>25</sup>, tetua adat, termasuk mereka yang sangat vokal menolak rencana reklamasi, seperti Kadek Duarsa, Made Yonda Wijaya<sup>26</sup>, serta Wayan Kartika<sup>27</sup>. Para penolak reklamasi mempertanyakan sikap bendesa adat, Wana Putra beserta jajarannya, yang terkesan menyetujui rencana reklamasi Tanjung Benoa. Padahal sudah ada surat

---

23 Bahasa Bali yang berarti silaturahmi atau diskusi publik

24 Bahasa Bali yang berarti musyawarah desa

25 Bahasa Bali yang berarti perangkat desa adat

26 Made Yonda Wijaya adalah Ketua Gerakan Masyarakat Tanjung Benoa Tolak Reklamasi (GEMPAR) yang saat ini duduk menjadi anggota DPRD berasal dari daerah pemilihan Tanjung Benoa.

27 Wayan Kartika adalah Wakil Ketua Himpunan Masyarakat Tanjung Bersatu (HMTB). Pada tahun 2015, Wayan Kartika menjabat sebagai Bendesa Adat Tanjung Benoa.

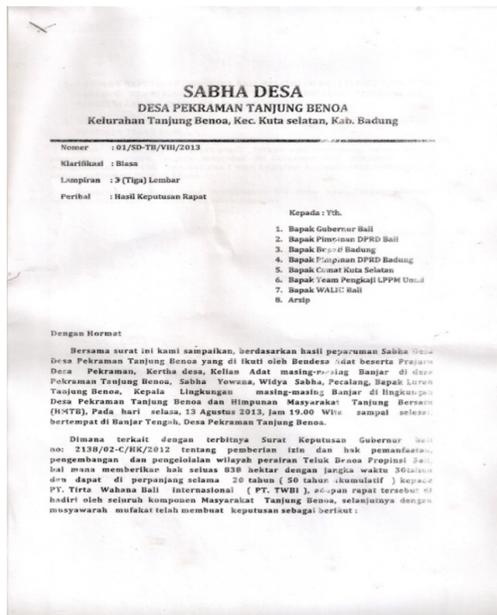
keputusan dari seluruh banjar<sup>28</sup> di Tanjung Benoa bersama para tetua adat yang menyatakan penolakan terhadap reklamasi Teluk Benoa. Tidak ada jawaban tegas dari bendesa adat atas pertanyaan ini. Namun, rapat menghasilkan surat keputusan resmi yang ditujukan kepada Gubernur Bali. Keputusan *Sabha Desa* yang tertuang dalam surat tertanggal 14 Agustus 2013 berisi penolakan atas rencana reklamasi Teluk Benoa serta meminta Gubernur mencabut SK No. 2138/02-CL/HK/2012 atau kebijakan lain yang dapat meloloskan rencana tersebut. Masyarakat menolak karena penerbitan SK dianggap bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, yang menyatakan bahwa reklamasi tidak boleh dilakukan pada kawasan konservasi perairan. Menanggapi surat *Sabha Desa* tersebut, Gubernur Made Mangku Pastika mencabut SK Nomor 2138/02-CL/HK/2012 pada 16 Agustus 2013.

---

28 Terdapat empat banjar di Desa Pekraman Tanjung Benoa yaitu Banjar Anyar, Banjar Kertha Pascima, Banjar Purwa Santi, serta Banjar Tengah. Pada saat itu masih terdapat pro-kontra diantara warga di setiap banjar, tetapi mayoritas warga banjar menolak reklamasi. Tanjung Benoa baru secara tegas dan terbuka menyatakan sikap penolakan kepada publik pada 12 Juni 2015 dengan mendirikan baligho penolakan reklamasi di dekat pos pecalang sebagai pintu masuk kawasan Teluk Benoa.

## Gambar 2.3

### Surat Keputusan *Sabha* Desa



Sumber: [www.forbali.org](http://www.forbali.org)

Rupanya pencabutan SK hanya akal-akalan pemerintah untuk meredam perlawanan rakyat. Tak lama berselang, keluar **Surat Keputusan Gubernur Bali No. 1727/01-B/HK/2013 tentang Izin Studi Kelayakan Rencana Pemanfaatan, Pengembangan, dan Pengelolaan Wilayah Perairan Teluk Bono**. SK baru ini masih membuka kesempatan kepada PT. Tirta Wahana Bali Internasional untuk mengupayakan reklamasi Teluk Bono dengan izin melakukan studi kelayakan selama dua tahun. Studi kelayakan pada dasarnya adalah salah satu kegiatan

dari perencanaan reklamasi<sup>29</sup> di samping penentuan lokasi, penyusunan rencana induk, dan penyusunan rencana detail.

Pada 19 Agustus 2013, LPPM Unud mengeluarkan draft laporan final studi kelayakan, menyatakan bahwa reklamasi Teluk Benoa layak bersyarat. Pada 2 September 2013, Rektor Unud justru mengatakan sebaliknya: hasil studi kelayakan rencana reklamasi di Teluk Benoa tidak layak dan tidak bisa diimplementasikan<sup>30</sup>. Akhirnya pada 20 September 2013, Prof. Ketut Satriyawan, Ketua LPPM Unud menegaskan bahwa reklamasi Teluk Benoa tidak layak. Keputusan akhir hasil studi kelayakan LPPM Unud yang menyatakan bahwa Teluk Benoa tidak layak direklamasi ternyata tidak serta-merta menggugah Gubernur Bali untuk mencabut SK No. 1727/01-B/HK/2013, sebagaimana janji yang telah disampaikan saat dialog publik Agustus lalu.

Tidak adanya reaksi dari Gubernur memicu aksi dari berbagai lapisan masyarakat, mulai dari aktivis, musisi, hingga aliansi masyarakat pesisir pantai Bali Selatan. Mereka melakukan aksi penolakan di depan kantor DPRD Bali, Gubernur Bali, hingga Istana Negara di Jakarta. Berbagai aksi ini berlangsung mulai dari September 2013 hingga Maret

---

29 Peraturan Presiden Nomor 122 Tahun 2012 tentang Reklamasi di Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil pasal 3 ayat (2).

30 Berita "Simpang Siur Berita Reklamasi Teluk Benoa" tanggal 3 September 2013 dalam <http://balebengong.net/kabar-anyar/2013/09/03/simpang-siur-berita-reklamasi-teluk-benoa.html/> diakses pada 27/8/2015, 17:23 WIB.

2014<sup>31</sup>. Namun, tuntutan mereka tidak mendapat respon dari Gubernur maupun DPRD Bali. Bahkan pada Februari 2014, empat aktivis lingkungan yang tergabung dalam Jaringan Aksi Tolak Reklamasi (JALAK) Sidakarya, Denpasar, sempat ditahan polisi dengan tuduhan memberikan ancaman fisik serius kepada Gubernur Bali. Padahal, tidak pernah ada aksi ancaman fisik yang dilakukan aktivis JALAK kepada Gubernur Bali. Mereka hanya membawa spanduk bertuliskan nama Gubernur Bali agar membatalkan SK Reklamasi Teluk Benoa di halaman Kantor Gubernur Bali. WALHI, Kontras, dan Greenpeace Indonesia melakukan aksi solidaritas berupa demonstrasi di kantor polisi Jakarta dan Bali, serta melakukan pemberitaan di media massa, menuntut pembebasan keempat aktivis JALAK. Keempat aktivis kemudian dibebaskan pada 28 Maret 2014 karena tuduhan ancaman fisik tidak terbukti.

Ancaman reklamasi tidak berhenti sampai di sini. Tomy Winata tampak mengambil rute lain dengan mendekati penguasa di pemerintah pusat. Sinyal pendekatan Tomy Winata terbukti dengan diterbitkannya **Peraturan Presiden No. 51 Tahun 2014 tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan (Sarbagita)**. Aturan yang ditetapkan 30 Mei 2014 itu merevisi Peraturan Presiden No. 45 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Sarbagita yaitu mengubah

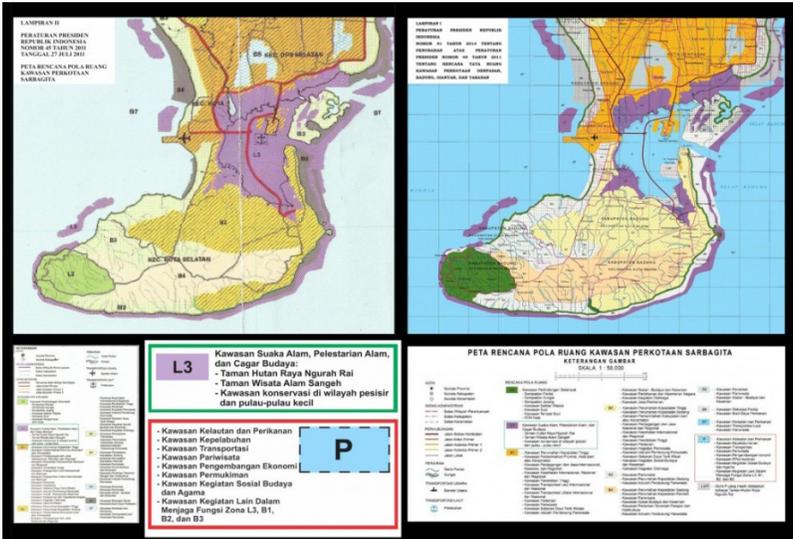
---

31 Halaman “Kronologi Persoalan” dalam <http://www.forbali.org/id/kronologi-2/> diakses pada 27/8/2015, 16:07 WIB.

kawasan Teluk Benoa dari kawasan konservasi perairan menjadi kawasan penyangga (zona P).

Kawasan penyangga sesungguhnya ditetapkan untuk melindungi wilayah konservasi. Artinya, segala aktivitas manusia, seperti pemukiman, industri dan pariwisata hanya dapat dilakukan di kawasan penyangga. Ini bertujuan supaya kawasan konservasi tetap terjaga, tidak tersentuh aktivitas manusia, sehingga kawasan konservasi dapat berfungsi secara maksimal untuk menjaga keseimbangan alam. Jika kawasan konservasi berubah status sebagai zona penyangga, maka kawasan terancam rusak akibat bersinggungan dengan aktivitas manusia. Dalam PP No.45/Thn.2011, kawasan konservasi Taman Hutan Ngurah Rai, termasuk di dalamnya Teluk Benoa, memiliki luas 1.375 hektar. Sayangnya, luasan Taman Hutan Ngurah Rai yang dipertahankan sebagai kawasan konservasi tidak disebutkan dalam Perpres No.51/Thn.2014. Perubahan Rencana Tata Ruang Kawasan Sarbagita pasca Perpres terlihat jelas pada gambar berikut:

**Gambar 2.4**  
**Perubahan Status Kawasan Teluk Benoa**



Sumber: <http://www.ForBALI.org>

Keterangan: (kiri) Teluk Benoa sebagai kawasan konservasi (berwarna ungu-L3); (kanan) Teluk Benoa sebagai kawasan penyangga (berwarna biru-P)

Penerbitan Perpres No.51/Thn.2014 menjadikan perdebatan seputar pencabutan SK tidak penting lagi. Posisi tawar Teluk Benoa sebagai kawasan konservasi dilemahkan dengan perubahan statusnya menjadi kawasan pengembangan ekonomi. Hal ini menunjukkan bagaimana hukum telah dipermainkan demi kepentingan pebisnis. Sejak awal penerbitan SK Gubernur yang dilakukan secara diam-diam telah menyalahi peraturan. SK ijin studi kelayakan pun tidak kunjung dicabut bahkan setelah ada ketegasan dari pengkaji

LPPM Unud bahwa Teluk Benoa tidak layak direklamasi. Dengan diterbitkannya Perpres No.51/Thn.2014, rencana reklamasi mendapat dukungan langsung dari pusat. Menyadari hal ini, masyarakat terus beraksi dan semakin berkomitmen untuk terus mendesak pembatalan Perpres No. 51/Thn.2014 hingga rencana reklamasi Teluk Benoa oleh PT.Tirta Wahana Bali Internasional dihentikan.

### **Aliansi Masyarakat Sipil Bergerak**

*“Awal Januari 2013, saya membentuk Himpunan Masyarakat Tanjung Bersatu. Saat itu, bendesa yang lama (Wana Putra) menginformasikan ke saya: ‘Ok, organisasi keamanan masyarakat ini bagus. Nanti diberi lahan di Nusa Tiga, Gaji lah masyarakat dari pengamanan Pulau Nusa Tiga itu.’ Sejak saat itulah saya berpikir Nusa Tiga itu apa, dimana? Tidak ada yang tahu.”* (Wawancara Kadek Duarsa, 7 Juli 2015)

Kecurigaan mengenai Nusa Tiga membawa Kadek Duarsa bertemu Wayan Gendo Suardana, yang saat itu masih menjabat sebagai Direktur Eksekutif WALHI, untuk menanyakan apa sesungguhnya Nusa Tiga ini. Memang, ada Nusa Satu dan Nusa Dua di Bali, tetapi belum ada Nusa Tiga. Selain itu, masyarakat adat lebih mengenal kawasan Teluk Benoa sebagai Pulau Pudut yang memiliki banyak muntig<sup>32</sup>. Pudut pun hampir tenggelam terkena abrasi akibat reklamasi

---

32 *Muntig* adalah sebutan untuk daerah pasang surut yang berlumpur di Bali. Jika air laut pasang, *muntig* akan tenggelam, sebaliknya saat air surut *muntig* akan muncul ke permukaan dan dimanfaatkan oleh nelayan untuk mencari ikan, udang, atau kepiting.

Pulau Serangan tahun 2004. Ketika ditanya, Gendo mengaku sama sekali tidak tahu adanya rencana pembuatan Nusa Tiga. Sejak itu lah mereka bersepakat untuk saling bertukar informasi.

Pada 26 Juni 2013, Artha Graha Peduli milik Tomy Winata mendatangkan pesepakbola Christiano Ronaldo dan mendapatkannya sebagai Duta Forum Peduli Mangrove Bali. Saat itu Himpunan Masyarakat Tanjung Bersatu diberi dana oleh Yayasan Peduli Mangrove yang memiliki sekretariat di Tanjung Benoa. Mereka ditugaskan mengamankan acara penanaman bakau yang juga dihadiri Presiden Susilo Bambang Yudhoyono beserta Ibu Negara, sejumlah menteri terkait, dan tentu saja Tomy Winata. Masyarakat adat yang belum mengetahui rencana besar di balik pencitraan Artha Graha, ikut berpartisipasi dalam penanaman mangrove di pesisir pantai Teluk Benoa.

Setelah penanaman *mangrove*, Gendo mengaku telah mengantongi data-data terkait terbitnya SK Gubernur Nomor 2138/02-CL/HK/2012. Sejumlah temuan data mengarah pada pemberian izin reklamasi Teluk Benoa kepada PT. Tirta Wahana Bali Internasional, anak perusahaan Artha Graha. Seluruh data yang disimpan WALHI Bali kemudian sengaja dilempar kepada rekan wartawan sebagai umpan untuk mendapat konfirmasi dari Gubernur Pastika. Saat ditanya, Gubernur menyangkal adanya SK izin reklamasi tersebut. Berawal dari sanalah, Kadek Duarsa merasa bahwa ada prosedur yang tidak benar terkait rencana reklamasi Teluk Benoa, yang pada dasarnya adalah bagian dari Taman Hutan

Raya Ngurah Rai, dengan status sebagai kawasan konservasi perairan.

Sejak isu penerbitan SK reklamasi muncul ke publik melalui media massa, mulai banyak pemberitaan seperti rencana pembangunan sirkuit F1 di Teluk Benoa, hingga pembuatan Disney Land pertama di Indonesia. Belum lagi, salah seorang klien Kadek Duarsa, pengusaha garam asal Australia, mengaku sempat ditawarkan kaplingan tanah di pulau baru yang akan dibangun di Teluk Benoa. Para pengusaha bahkan diperlihatkan rancangan pulau dan sejumlah pemandangan yang ditawarkan dari setiap pulau. Kecurigaan Kadek menguat ketika mendengar pengakuan bendesa adat bahwa pembangunan Nusa Tiga sudah disetujui oleh Gubernur dan pasti akan terjadi. Saat itu, Bendesa menunjukkan *masterplan* gugusan pulau hasil reklamasi di Teluk Benoa yang sama persis dengan peta pengkaplingan pulau yang ditunjukkan oleh klien Kadek sebelumnya.

Sejak saat itu, pertukaran informasi antara Gendo dan Kadek Duarsa menjadi sangat intens. Mereka menyadari ada prosedur legalisasi reklamasi Teluk Benoa yang dipaksakan dan cacat hukum. Jika ditilik, dampak reklamasi pun luar biasa, baik pada lingkungan, sosial, dan budaya masyarakat: *“Dampak reklamasi tidak hanya satu, tapi saling berkaitan mengenai segala aspek”* (Wawancara Kadek Duarsa, 7 Juli 2013). Menyikapi hal ini, Kadek Duarsa mulai merangkul kawan-kawan untuk melakukan rapat pertama kalinya di Bali Jet Set Water Sport milik I Nyoman Sugita. Ia merasa perlu menyebarkan kebenaran informasi kepada masyarakat Tanjung Benoa.

Saat itu, argumen masyarakat masih terpecah antara pro dan kontra. Mereka yang mendukung reklamasi antara lain bendesa adat termasuk jajarannya, serta orang-orang yang bekerja di Yayasan Peduli Mangrove. Pendukung reklamasi hanya menggunakan alasan peningkatan kesejahteraan ekonomi dalam argumennya. Sementara itu, pihak yang kontra lebih melihat dari sisi lingkungan, budaya, serta mempertahankan akses terhadap tanah mereka sendiri. Terutama, mereka sudah sangat trauma dengan reklamasi Serangan yang menimbulkan abrasi, menghancurkan karang, menghancurkan habitat penyu hijau saat bertelur, serta menghilangkan sebagian besar pekerjaan warga sekitar sebagai nelayan karena ikan dan rumput laut sudah tidak ada. .

Masih adanya perpecahan suara, membuat rapat-rapat yang diadakan Kadek Duarsa seringkali tidak kondusif. Pihak pro-reklamasi melaporkan jadwal pertemuan para kelompok kontra-reklamasi kepada oknum polisi sehingga pertemuan mereka seringkali disatroni oknum polisi atau preman. Mereka juga biasa mendapat intimidasi secara fisik.

*“Di Bali Jet Set banyak mata-mata yang ngawasi kita kayak oknum polisi dan preman. Jujur, gak bohong! Kadang-kadang kita belum mulai rapat, udah ada aja suara motor, kadang polisi ikut duduk di pinggir pantai mantau terus. Jadi kita sembunyi-sembunyi kalau mengadakan pertemuan.”*  
(Wawancara I Nyoman Sugita, 12 Juli 2015).

Terkadang, Gendo ikut diundang untuk berbagi informasi terbaru hasil penyelidikan WALHI Bali. Seringkali Kadek harus

mengantar Gendo pulang lebih awal karena terlalu banyak orang berjaga-jaga di sekitar mereka. Markas berpindah-pindah dari tempat wisata air –warga Bali menyebutnya wisata tirta- yang satu, ke tempat yang lainnya. Terakhir, mereka lebih sering berkumpul di Pandawa Water Sport. Dalam pertemuan pada tanggal 30 Juli, mereka bersepakat untuk membentuk Gerakan Pemuda Tola Reklamasi (GEMPAR). Mereka juga memutuskan untuk melakukan aksi secara terbuka: “*Kalau kita sembunyi-sembunyi, gak bagus saya pikir. Kita terbuka saja menentang kebijakan ini.*” (Wawancara Kadek Duarsa, 7 Juli 2015).

Di sisi lain, secara bersamaan, WALHI juga merangkul kawan-kawan sesama aktivis lingkungan untuk bergerak dengan identitas berbeda. Mereka menamakan diri sebagai Komite Kerja Advokasi Lingkungan Hidup (KEKAL). KEKAL Bali merupakan gabungan dari lima lembaga: Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Hindu Indonesia (UNHI), Front Demokrasi Perjuangan Rakyat Bali (Frontier Bali), Perhimpunan Pers Mahasiswa Indonesia (PPMI) Dewan Kota Denpasar, Bali Outbond Community, dan Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Bali. KEKAL melakukan aksi demo di depan Kantor Gubernur Bali pada Rabu, 31 Juli 2013<sup>33</sup>. Demonstran dilakukan dengan aksi teatral yang menggambarkan lobi-lobi antara investor dan

---

33 Berita “Lagi, Masyarakat Bali Tolak Reklamasi Teluk Benoa” tanggal 1 Agustus 2013 dalam <http://www.mongabay.co.id/2013/08/01/lagi-masyarakat-bali-tolak-reklamasi-teluk-benoa-di-bali/> diakses pada 31/08/2015, 11:15 WIB.

pemerintah. Lobi berakhir dengan suap dari investor kepada pemerintah untuk melancarkan perizinan rencana usaha mereka. Setelah itu, Aksi teatrical menampilkan dua nelayan Teluk Benoa yang terusir dari kawasan mata pencahariannya. Aksi ini menyindir pemerintah yang lebih berpihak pada investor ketimbang nasib masyarakat yang banyak bekerja sebagai nelayan dan pengusaha wisata air di Teluk Benoa.

Aksi tolak reklamasi yang dipimpin Suriadi Darmoko<sup>34</sup> itu lebih banyak diikuti oleh kelompok menengah. Mayoritas pemuda berusia produktif dengan lintas profesi, di antaranya sejumlah anak band seperti The Bullhead Bali dan Superman is Dead (SID)<sup>35</sup>. Keterlibatan para musisi sempat mendapat komentar negatif dari pihak pendukung reklamasi. Mereka menyebut keterlibatan musisi dalam aksi sebagai ajang meningkatkan popularitas saja. Anggapan tersebut kemudian dibantah koordinator aksi, Suriadi.

---

34 Suriadi Darmoko menjadi koordinator aksi yang diinisiasi oleh KEKAL saat ia menjabat sebagai Deputy Internal WALHI Bali yang menjalankan fungsi kehumasan internal WALHI. Pada tahun 2015, Suriadi Darmoko menjabat sebagai Direktur Eksekutif WALHI menggantikan I Wayan Gendo Suardana.

35 Superman Is Dead adalah band punk-rock asal Bali yang getol mengikuti aksi-aksi untuk pembelaan lingkungan. Mereka ikut terlibat dalam aksi penolakan Bali International Park (BIP) pada tahun 2011 dalam Berita "Superman Is Dead ikut Demonstrasi di Bali", tanggal 19 Agustus 2011, <http://life.viva.co.id/news/read/241782--superman-is-dead--ikut-demonstrasi/> diakses pada 31/08/2015, 12:49 WIB. Ketiga personel SID yaitu Bobby, Eka, dan Jerinx vokal meneriakkan penolakan reklamasi Teluk Benoa bersama para musisi Bali, pemuda adat, dan aktivis lingkungan lainnya.

“Pertama kali KEKAL aksi itu di depan kantor gubernur, jumlahnya 50 orang. Di antara 50 orang itu ya SID. Pernah juga demo berdelapan. Di antaranya ya ada SID juga. Memang sudah dari dulu kita gerak bareng.” (Wawancara Suriadi Darmoko, 4 April 2015)

Pada 1 Agustus 2013, Kadek Duarsa bersama GEMPAR kembali mengadakan rapat di *Pandawa Water Sport*. Mereka mematangkan rencana aksi untuk esok hari di tengah Teluk Benoa<sup>36</sup>. Puluhan kapal motor milik para pengusaha lokal wisata tirta serta *jukung*<sup>37</sup> milik nelayan dikerahkan untuk mengangkut ratusan warga ke tengah laut Teluk Benoa.

Humas GEMPAR, sekaligus koordinator aksi saat itu, Kadek Duarsa, mengaku bahwa dalam setiap aksinya selalu mendapat intimidasi dari para pendukung reklamasi. Banyak dari mereka memakai seragam Laskar Bali<sup>38</sup>. Intimidasi

---

36 Berita “Tolak Reklamasi Teluk Benoa, Massa GEMPAR Aksi Damai di Tengah Laut” tanggal 2 Agustus 2013, dalam <http://jaringnews.com/politik-peristiwa/umum/46062/tolak-reklamasi-teluk-benoa-massa-gempar-aksi-damai-di-tengah-laut/> diakses pada 31/08/2015, 13:07 WIB.

37 Bahasa Bali yang berarti perahu bercadik yang biasa digunakan nelayan mencari ikan.

38 Laskar Bali merupakan suatu organisasi masyarakat yang lebih dikenal masyarakat sebagai geng preman karena mereka seringkali meneror bisnis pariwisata lewat aksi pemalakan yang sangat ekstrim. Laskar Bali memiliki izin resmi dari pemerintah berbekal status paguyuban keluarga besar. “Laskar Bali menjalin banyak kontrak pengamanan dengan restoran dan klab malam kawasan wisata di Bali. Mulai dari Kuta, Legian, hingga Seminyak, dijaga oleh anggota Laskar Bali,” kutipan laporan reporter portal berita Rocketnews24 pada berita “Inilah 5 Gengster Paling Ditakuti di Wilayah Asia..!” tanggal 2 Februari 2015 dalam <http://www.reportase5>.

paling kuat dirasakan saat persiapan aksi ke tengah Teluk Benoa. Hampir 400 orang berpakaian hitam dengan lambang Laskar Bali datang dan menduduki panggung buatan warga. Kadek Duarsa kemudian memberikan ultimatum kepada mereka untuk tidak ikut menaiki kapal-kapal yang masih bersandar. Jika mereka memaksa naik, maka masyarakat siap berperang saat itu juga.

*“Memang agak ruwet waktu itu. Teman-teman sudah mempersiapkan bambu runcing dan tombak yang bisa ditembak. Laskar Bali itu kan biasa pakai mobil-mobil yang bagian bawahnya diisi pedang, pipa, segala macam. Umpama mereka berani, paling ya rugi total. Massa yang ikut aksi saja kira-kira dua ribu sampai tiga ribuan orang. Tapi kalau pun sampai ada kejadian, pasti saya akan pukul kentongan. Warga kita kompak melawan. Saya sebenarnya gak berani memastikan itu dari Laskar Bali secara organisasi. Yang jelas, orang-orang itu pakai baju hitam dan ada simbol Laskar Bali di bajunya.”* (Wawancara Kadek Duarsa, 12 Juli 2015).

Esoknya, 3 Agustus 2013, Gubernur mengadakan diskusi publik. Ketika massa GEMPAR datang, anggota Laskar Bali juga sudah berada di lokasi dan semakin lama jumlah anggota Laskar semakin bertambah. *Simakrama*, diskusi publik, justru tidak dijaga oleh polisi, tetapi malah orang-orang berbaju hitam dengan lambang Laskar Bali. Kehadiran anggota Laskar Bali yang banyak, bahkan melebihi jumlah aparat keamanan saat itu, menjadi bentuk ancaman non-verbal

---

com/inilah-5-gengster-paling-ditakuti-diwilayah-asia/ diakses pada 31/8/2015; 13:43 WIB.

yang dirasakan massa GEMPAR untuk tidak lantang menolak rencana reklamasi yang ditetapkan Gubernur Bali.

Gerakan masyarakat sipil yang menolak rencana reklamasi merupakan hasil jejaring kuat antara sejumlah aktor<sup>39</sup> di masyarakat adat Tanjung Benoa dengan WALHI Bali. Awalnya gerakan ini berjalan sendiri-sendiri sesuai identitas organisasi masing-masing. Seiring berjalannya waktu, hadir dukungan dari desa adat Kelan, Kuta Selatan, Sidakarya, dan berbagai lapisan masyarakat lainnya. Mulai ada diskusi antara KEKAL, GEMPAR, dan sejumlah organisasi lain, seperti Pusat Koordinasi (Puskor) Hindunesia dan Jaringan Aksi Tolak Reklamasi (JALAK) Sidakarya, untuk membentuk forum baru yang dapat mewadahi semua. Nama ForBALI, singkatan dari Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi, dipilih. ForBALI bersifat sebagai wadah yang tidak mengikat, sehingga anggota di dalam ForBALI masih memungkinkan untuk mengadakan aksi secara mandiri, atas nama organisasinya sendiri.

### **Jalan Perjuangan ForBALI**

*“ForBALI itu digagas, sebenarnya berawal dari diskusi, kita mau bergerak tanpa nama atau membentuk kelompok baru. Waktu itu diskusinya agak lama. Lalu teman-teman sepakat untuk membentuk wadah baru.”* (Wawancara Suriadi Darmoko, Direktur Eksekutif WALHI Bali, 4 April 2015).

---

39 Aktor penting yang sejak awal menolak dan memobilisasi dukungan penolakan reklamasi Teluk Benoa adalah Kadek Duarsa, Nyoman Sugita, Made Yonda Wijaya, serta Wayan Kartika.

Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (ForBALI) adalah aliansi masyarakat sipil Bali lintas sektoral yang terdiri dari lembaga dan individu, baik mahasiswa, LSM, seniman, pemuda, musisi, akademisi, serta individu-individu yang peduli lingkungan hidup. ForBALI sengaja dibentuk secara khusus untuk melakukan perlawanan terhadap reklamasi Teluk Benoa. ForBALI kemudian menjadi wadah bersama, tanpa akta berbadan hukum, yang mampu mengaitkan berbagai komponen di dalam masyarakat<sup>40</sup>. Keanggotaan ForBALI bersifat terbuka dan tidak mengikat. Artinya, siapa saja dapat bergabung asalkan secara terbuka menyatakan penolakannya terhadap rencana reklamasi Tanjung Benoa.

Para aktor gerakan menyadari betul bahwa makna “reklamasi” tidak selamanya berkonotasi negatif<sup>41</sup>. Reklamasi di daerah tambang tentu saja sangat baik dan dibutuhkan. Akan tetapi, reklamasi di kawasan konservasi pantai, hasilnya akan berbeda. Dalam konteks reklamasi Pulau Serangan misalnya, terjadi pembelokan arus ombak yang malah mengabrasi pantai-pantai di sekitarnya. ForBALI lantas sepakat untuk menolak reklamasi di kawasan konservasi pantai, khususnya mengadvokasi rencana reklamasi di Teluk Benoa.

---

40 Berdasarkan wawancara Robert, aktivis lingkungan yang secara *independent* bergabung dalam ForBALI, di Taman Baca Kesiman, tanggal 15 April 2015.

41 Berdasarkan wawancara Suriadi Darmoko, Direktur Eksekutif WALHI Bali, di Sekretariat Walhi, tanggal 4 April 2015.

**Tabel 2.1****Daftar Lembaga Anggota ForBALI Tahun 2015**

<b>Komponen Masyarakat</b>	<b>Anggota ForBALI</b>
<p><b>Desa Adat, LPM, Dusun, Banjar Adat dan STT (Sekaa Truna-Truni/ Lembaga Pemuda Adat)</b></p>	<p>Desa Pakraman Tanjung Benoa, Desa Pakraman Kelan, Desa Pakraman Pemogan, Desa Pakraman Kapaon, LPM Kelurahan Tanjung Benoa, LPM Kelurahan Kedonganan, Banjar Adat Kedaton Kesiman Denpasar, Dusun Batu Bintang Dauh Puri Kelod.</p> <p>ST. Yadnya Panti. Br. Anyar, Tanjung Benoa, Kabupaten Badung, ST. Dharma Sentana, Br. Anyar Gede, kedonganan, ST. Teruna Sanggraha Yasa, Br. Pande Mas. Kuta, ST. Wira Aditya. Br. Teba Sari, Kuta, ST. Mandala Kerthi, Br. Pering, Kuta, ST. Sadharana Dharma, Banjar Pelasa, Kuta, ST. Wija Adnyana, Br. Pekandelan, Legian, St. Manggala Sunu, Br. Legian Kaja, Kec Kuta, ST. Jaya Dharma, Banjar Legian Kelod, Legian, STT. Pajar Mas, Kelurahan Lukluk. Badung, STT. Yowana Dharma Bhakti, Pemogan, STT. Tunas Ambara, Banjar Ambengan, Pedungan, Kota Denpasar, ST. Dharma Kretih Br. Kedaton Kesiman, STT Mekar Sari, Banjar Tegeh Kori, STT. Ayu Nulus Nadi Gadung, ST. Yowana Jaya, Banjar Lebah, Sumerta Kaja, ST. Banjar Tampak Gangsul, STT. Panca Dharma Banjar Tegal Buah Padang Sambian Kelod Denpasar, STT. Yowana Satya Dharma, Banjar Bukit Buwung, Kesiman Petilan, Kota Denpasar, STT. Widya Putra, Banjar Malmundeh, Kabupaten Tabanan, STT. Putra Kencana, Banjar Batannyuh, Belayu, Marga, STT. Widya Dharma, Banjar Meranggi, Kediri, Tabanan, STT. Budi Utama, Br. Tengah, Desa Marga Dajan Puri, Tabanan, STT. Pemuda Relawan, Banjar Sukawati &amp; Babakan, Slemadeg Tabanan, STT. Abdi Utama, Marga, Tabanan, STT. Eka Tunas Satya, Batubulan, Kabupaten Gianyar, ST. Tunas mekar, Br. Dauh Labak, Ubud. STT. Eka Cita, Banjar Pekraman Mendega, Desa Pekraman Dauh Waru, Kabupaten Jembrana, ST. Eka Semadi, Banjar Tegalasih, Desa Batuagung, STT. Setia Budi Banjar Sebul Jembrana, STT. Sadar Triguna, Banjar Adat Undisan, Desa Jahem, Kec. Tembuku, Bangli.</p>

<b>Komponen Masyarakat</b>	<b>Anggota ForBALI</b>
<b>Organisasi Mahasiswa</b>	BEM UNHI (Badan Eksekutif Mahasiswa-Universitas Hindu Indonesia), BEM KBM Politeknik Negeri Bali, BEM Fakultas Hukum Universitas Udayana, Himpunan Mahasiswa Perencanaan Wilayah Kota- Fakultas Teknik UNHI, Himpunan Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil- Fakultas Teknik UNHI, FRONTIER-Bali (Front Demokrasi Perjuangan Rakyat), Perhimpunan Pers Mahasiswa Indonesia (PPMI) Dewan Kota Denpasar.
<b>Komunitas Masyarakat dan Pemuda</b>	<p>Jaringan Aksi Tolak Reklamasi (JALAK) Sidakarya Denpasar, Aliansi Pemuda Sidakarya (Allpiss) Denpasar, Jimbaran tolak Reklamasi (Jiwaraga), Masyarakat Jimbaran Anti Reklamasi (MAKAR), Cakra Wahyu, Forum Masyarakat Renon Tolak Reklamasi Teluk Benoa, Masyarakat Canggü Tibubeneng Sayang Bali, Gerakan Masyarakat Pemuda Tolak Reklamasi (GEMPAR-Teluk Benoa), Tanjung Benoa Tolak Reklamasi (TBTR), Forum Kuta Perjuangan (FKP).</p> <p>Pemuda Sukawati Tolak Reklamasi Gianyar, Pemuda Ubung Denpasar, Pemuda Sanur Bergerak Tolak Reklamasi, Pemuda Banjar Sama Undisan Bangli, OutSIDers &amp; Lady Rose Bali, OutSIDers &amp; Lady Rose Ungasan Jimbaran, OutSIDers &amp; Lady Rose Bali Timur, OutSIDers &amp; Lady Rose Julah Raya Buleleng, Komunitas sepeda Alcoholic Rider, Teruna Pencinta Alam (TAPALA) Satak, Kayumas Kaja, Karangasem, The Rinzougners , Pemuda Banjar Yangapi, Muncan, Selat,</p>
<b>Lembaga Swadaya Masyarakat</b>	Komite Kerja Advokasi Lingkungan Hidup (KEKAL) Bali, Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Bali, Sloka Institute, Mitra Bali, Pusat Pendidikan Lingkungan Hidup (PPLH) Bali, Perhimpunan Bantuan Hukum Dan HAM (PBHI) Bali, Kalimajari, Yayasan Wisnu, Manikaya Kauci, Yayasan IDEP, Komunitas Taman 65, Komunitas Pojok, Bali Outbond Community, Penggak Men Mersi

<b>Komponen Masyarakat</b>	<b>Anggota ForBALI</b>
<b>Seniman dan Musisi</b>	Superman Is Dead, Navicula, Nosstress, The Bullhead, Geekssmile, Parau, Nymphaea, Devildice, Eco Defender, The Dissland, Rollfast, Joni Agung & Double T, The Hydrant, Scares Of Bums, Ripper Clown, Ugly Bastard, Ganjil, The Sneakers, Goldvoice, Rootsradical, The Brews, Blackened, Suicidal Sinatra, Steel Bone Rigid, Suitcase For Kennedy, The Kantin, Ska Teenagers Punk, Durhaka, Refugee, Hyena Wants A Party, Patrick The Bastard, The Room, Evi Band, Billy Bob Cats, Poison And Rose, Bali Xtreme Drummer, Bali Guitar Club, The Ledorz

Sumber: <http://www.forbali.org/> diambil pada Maret 2015

Terdapat tiga belas alasan mengapa ForBALI melakukan gerakan penolakan terhadap rencana reklamasi Teluk Benoa<sup>42</sup>. Ketiga belas alasan tersebut dikelompokkan ke dalam empat aspek dampak reklamasi, yaitu aspek ekologi, ekonomi, sosial, dan budaya. Setiap aspek saling berkaitan sehingga akan terjadi efek domino yang sulit untuk dicari ujung-pangkalnya.

Aspek *ekologi* menyangkut fungsi Teluk Benoa sebagai bendungan alami dari lima daerah aliran sungai di Bali Selatan.

---

42 Alasan yang dikemukakan oleh ForBALI pada dasarnya sama dengan tuntutan masyarakat adat melalui konsep Tri Hita Karana. Namun, ketiga belas alasan ini menjadi poin-poin penting yang pada akhirnya disebarluaskan melalui media sosial sebagai strategi refleksi yaitu melakukan pendidikan publik dan *counter* atas opini “pentingnya revitalisasi” yang disuarakan oleh pemerintah sekaligus pihak-pihak pendukung reklamasi Teluk Benoa.

Statusnya sebagai kawasan konservasi sangat penting bagi keberlangsungan ekosistem *mangrove* dan terumbu karang. Perpres No.51/Tahun 2014 memang masih menyisakan zona konservasi, namun luasannya tidak dicantumkan. Dari peta tata ruang kawasan Sarbagita terlihat jelas area konservasi sangat jauh berkurang. Jika fungsi kawasan konservasi rusak karena luasannya berkurang, maka bencana tsunami dan banjir rob bisa saja hadir mengancam Bali Selatan. Bencana ekologi tidak hanya di Teluk Benoa, melainkan meluas ke daerah lainnya sebab material reklamasi juga diambil dari beberapa daerah di luar Bali.

Kerusakan ekologi ikut berdampak bagi perekonomian masyarakat sekitar. Apabila terumbu karang dan *mangrove* rusak, nelayan akan kehilangan mata pencaharian utamanya. Memang masih ada peluang terbukanya keuntungan ekonomi melalui bisnis pariwisata di pulau baru tersebut. Akan tetapi, usaha tirta pengusaha lokal seperti di Pulau Penyu dan berbagai kawasan olahraga air, belum tentu masih mendapat akses di kawasan air Teluk Benoa. Jika reklamasi terjadi, maka pesisir pantai milik publik hilang, dan berganti menjadi pulau reklamasi milik swasta, milik PT. TWBI. Tidak ada jaminan masyarakat lokal bisa bebas masuk pantai. “*Tersisih di rumah sendiri*” adalah kekhawatiran terbesar dari pengusaha lokal di Teluk Benoa saat ini.

Gambar 2.5

## Alasan ForBALI Tolak Reklamasi

### 13 ALASAN TOLAK REKLAMASI TELUK BENOA

1. Reklamasi akan merusak fungsi dan nilai konservasi kawasan serta perairan Teluk Benoa diantaranya:
  1. Rawai/van tumpang banji dari DAS DAS (daerah aliran sungai),
  2. Kawasan suci/campuhan agung,
  3. Kawasan pembentuk kepulauan Bali yang utuh sehingga nilai konservasinya tak terhingga,
  4. Kawasan ekosistem semipurna (mangrove, padang lamun, dan di sekitarnya ada terumbu karang),
  5. Secara lokal berfungsi sebagai sistem penyangga keselamatan terumbu karang
6. Dalam konteks regional sebagai "kawasan sigeliga emas" jejaring keanekaragaman hayati pesiar bersama kawasan Candi Dasa dan Nusa Penda.
 

\*Kawasan sigeliga emas atau konservasi di Teluk Benoa adalah kawasan beranekaragaman hayati di kawasan perikanan.

### 7. Pengambilan material untuk reklamasi

Di Sawangan (Nusa Dua-Badung), Candi Dasa (Karangasem) dan Sekeloa (Lombok) akan menyebabkan merusaknya keanekaragaman hayati di lokasi sumber material, seperti nusuknya terumbu karang dan menyebabkan abrasi di kawasan pantarlaut. Pada akhirnya akan berdampak pada bencana ekonomi sosial kepada masyarakat di wilayah itu.

### 8. Reklamasi adalah cara investor mendapatkan tanah dengan biaya murah di kawasan strategis pariwisata.

Jika biaya reklamasi 1 milyar/are, lalu harga jual tanah di daratan sekitar teluk rata-rata 1,5 s.d 2 milyar/are, bayangan berapa keuntungan yang didapat investor mereklamasi 700 hektar? Di sisi lain masyarakat Bali akan menderita kerugian, seperti hilangnya perairan bebas milik publik sebesar 700 Ha, berkurangnya lutan wilayah tangkap ikan bagi nelayan tradisional, merusaknya nilai kawasan suci/bagkegiatan adat, agama, budaya, kehilangan kawasan konservasi bernilai tinggi, dll.

### 9. Peraturan yang dikeluarkan pemerintah hanya berpihak dan menguntungkan kepentingan investor rakus terbukti dari perubahan SK Reklamasi yang penuh kebohongan sampai pemaksaan diterbitkannya Perpres No. 51 Th 2014 oleh SBY.

Reklamasi, masyarakat Bali tidak berduka atas alaminya dan terpinggirkan dalam tata kelola lingkungan hidup.

### 10. Pulau hasil reklamasi akan dibangun ribuan kamar dari berbagai jenis akomodasi,

mulai dari hotel, hotel resort, hotel villa, resort, vila, dan vila terapung. Hal ini bertentangan dengan riset pemerintah yang menyatakan Bali Selatan sudah kelebihan kamar. Bertentangan pula dengan kebijakan jeda sementara (moratorium) akomodasi oleh Gubernur Bali, Kedapatan Bali Selatan akan meningkat dan berpotensi menambah alih fungsi lahan pertanian akibat kebutuhan hunian oleh serapan ratusan ribu tenaga kerja. Akibatnya, ketimpangan pembangunan antara Bali Selatan dengan Bali Utara, Barat dan Timur akan makin meningkat.

### 11. Investasi rakus selalu memberi janji manis namun sering tidak terwujud.

Kasus reklamasi Pulau Serangan yang terbengkalai, termasuk banyak kasus seperti di GWK, Pacula Graha, BWR, di atasah contoh nyata. Pada akhirnya masyarakat kecil tetap menjadi korban dan tidak ada yang bertanggungjawab atas kerugian yang ditimbulkan.

### 12. Mengubah status Teluk Benoa dari kawasan konservasi menjadi kawasan yang dapat direklamasi jelas bertentangan dengan Komitmen Inisiatif Segitiga Terumbu Karang (Goral Triangle Initiative/GTI) yang dikeluarkan oleh SBY\* untuk melindungi terumbu karang.

Kebijakan ini sekaligus merugikan hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat bagi masyarakat.

### 13. Pariwisata Bali bergantung kepada alam yang membentuk budaya dan spiritualitasnya.

Jika alam diperkoska semena-mena maka kebudayaan Bali akan hancur dan pada saat itu baru tragedi kebangkrutan pariwisata Bali terjadi. Keribanya lagi-lagi adalah masyarakat lokal.

MAKA, MARI SELAMATKAN MASA DEPAN ANAK CICU KITA. TOLAK REKLAMASI TELUK BENOA! BATALKAN PERPRES No. 51 Th. 2014

- 8 - Surat Kabar - ForBALI - www.ForBALI.org

Sumber: Dibagikan ForBALI saat diskusi publik di Taman Baca Kesiman, 12 Maret 2015

Reklamasi pun berdampak pada meningkatnya kecemburuan sosial masyarakat di kabupaten lain pada pembangunan yang sangat massif di wilayah Kuta Selatan. Keberadaan pulau hasil reklamasi Teluk Benoa hanya akan memperparah ketimpangan kemajuan pembangunan di Bali Selatan. Janji penyerapan tenaga kerja hingga 250.000 orang, yang di antaranya bisa saja tenaga kerja dari luar Teluk Benoa, menyebabkan perubahan alih fungsi lahan dari lahan pertanian menjadi pemukiman tak terhindarkan. Bukan hal mustahil bisnis pariwisata internasional ini akan mengubah watak masyarakat Bali menjadi lebih konsumtif<sup>43</sup>. Nilai-nilai budaya masyarakat Bali yang sangat bergantung pada alam akan semakin pudar tergerus roda modernitas.

Mayoritas penggerak ForBALI adalah kelas menengah perkotaan terdidik dengan kategori usia produktif<sup>44</sup>. Mereka tinggal di Denpasar, kawasan Bali Selatan yang memang lebih maju dibanding kawasan lainnya, baik dari segi infrastruktur maupun sumber daya manusianya. Tidak heran jika penggerak ForBALI merupakan aktivis yang melek informasi, termasuk media sosial. Sejak awal pembentukan, ForBALI secara sadar menggunakan media sosial tidak hanya untuk berkomunikasi secara internal, tetapi juga menyebarluaskan informasi terbaru kepada publik, hingga memobilisasi massa.

---

43 Atmadja, Nengah Bawa. 2010. *Ajeg Bali: Gerakan Identitas Kultural dan Globalisasi*. Yogyakarta: LKiS.

44 Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, penduduk Indonesia berusia produktif adalah penduduk yang dianggap sudah atau masih mampu bekerja dan menghasilkan sesuatu, yaitu rentang usia 15-59 tahun.

Penggunaan Internet pertama kali atas nama ForBALI yaitu saat pembuatan petisi online melalui situs web [www.change.org](http://www.change.org) pada 17 Agustus 2013. Saat itu, ForBALI melayangkan petisi<sup>45</sup> kepada Gubernur dan DPRD Bali untuk mencabut SK Reklamasi dan tidak membuat kebijakan yang berpeluang meloloskan rencana reklamasi PT. Tirta Wahana Bali Internasional. Tidak lama setelah penyebaran petisi online, ForBALI membuat akun resmi Youtube di [www.youtube.com/forBALI](http://www.youtube.com/forBALI) pada 20 Agustus 2013. Klip musik lagu “Bali Tolak Reklamasi”, yang dinyanyikan oleh sejumlah musisi Bali penolak reklamasi Teluk Benoa diunggah pertama kali<sup>46</sup>. Dalam deskripsi video, dicantumkan pula tautan petisi online, sehingga pengakses video yang tertarik pada isu reklamasi Teluk Benoa dapat langsung menandatangani sebagai bentuk dukungan untuk menolak reklamasi.

Selanjutnya, ForBALI membuat akun resmi Twitter di [www.twitter.com/forbali13](http://www.twitter.com/forbali13) pada 22 Agustus 2013. Situs jejaring sosial [www.facebook.com/forbali13](http://www.facebook.com/forbali13) menyusul dibuat pada 25 Agustus 2013. Penggunaannya baru mulai intensif pada tahun 2014. Pada prosesnya, ForBALI lebih sering menggunakan Youtube dan Twitter untuk menyebarkan informasi sekaligus membangun dukungan massa tolak reklamasi karena dirasa lebih cepat mengirim informasi atau perkembangan berita-berita singkat secara luas.

---

45 Petisi pada <https://www.change.org/p/ketua-dprd-bali-segera-cabut-sk-reklamasi-teluk-benoa/> diakses pada 8/9/2015, 9:17 WIB, sampai saat itu sudah ditandatangani lebih dari 30.000 orang.

46 Lagu “Bali Tolak Reklamasi” menjadi lagu tema perjuangan mereka dan selalu dinyanyikan ketika *long march* dalam setiap parade budaya ForBALI

Setiap konten dari ketiga jenis media sosial ini kemudian berlabuh pada satu tempat, yaitu laman [www.forbali.org](http://www.forbali.org) yang diluncurkan pada 29 Agustus 2013. Laman menjadi media utama yang berfungsi sebagai penyimpanan dan penyebaran berbagai data, mulai dari penyampaian sikap, dokumentasi aksi, kolom artikel terbuka; bisa diisi siapa saja yang menolak reklamasi Teluk Benoa, ajakan untuk terlibat, serta cara berpartisipasi mendukung gerakan ini. Baru setelah satu tahun gerakan ini berjalan, pada 28 Agustus 2014, ForBALI memiliki akun resmi Instagram di [www.instagram.com/forbali13](http://www.instagram.com/forbali13), khusus menyebarkan foto-foto yang berisi pesan penolakan pada rencana reklamasi Teluk Benoa.

Aktivitas media sosial ForBALI sangat intens, terutama membahas kebohongan publik yang dilakukan Gubernur Made Mangku Pastika. Tuntutan pun disuarakan secara nyata di depan Istana Negara pada 22 Januari 2014. Mereka bergabung dengan beberapa LSM peduli lingkungan dari Makasar, Manado, dan Palu untuk menolak upaya reklamasi pesisir pantai di Indonesia. Setelah itu, ForBALI hanya melakukan aktivitas di media sosial. Aksi kembali dilakukan pada 17 Juni 2014 setelah penerbitan Perpres No.51/Thn.2014 oleh mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Aksi diikuti ribuan masyarakat Bali. Jumlah massa naik signifikan dibandingkan aksi-aksi sebelumnya pada 2013 lalu, saat masih di bawah nama organisasi masing-masing, diakui oleh Suriadi Darmoko, Direktur Eksekutif WALHI Bali sekaligus aktivis forBALI, aktivitas media sosial selama ini memberi kontribusi besar dalam mobilisasi massa.

Walaupun dinamika strategi aksi ForBALI secara online dan offline, struktur organisasi mereka bersifat informal. Mereka tidak mempunyai akta pendirian organisasi formal. Meskipun bersifat informal, mereka membentuk tiga divisi untuk memudahkan pembagian kerja, yaitu divisi politik, divisi sosial media, dan divisi populer<sup>47</sup>. Divisi politik bertugas melakukan lobi-lobi dengan eksekutif dan legislatif, serta melakukan kajian payung hukum penolakan reklamasi. Divisi media sosial memiliki tiga orang penanggung jawab utama yang bertugas mengkampanyekan tuntutan dan menyebarkan informasi terbaru kepada netizen. Divisi ketiga, divisi populer, berfungsi memobilisasi massa dan meningkatkan popularitas gerakan kepada publik.

Kebaruan yang muncul tidak lantas menghilangkan karakter organisasi klasik. Pembagian kerja dalam divisi masih ada, tetapi tidak bersifat mengikat. Orang-orang yang menempati posisi ini bisa berubah-ubah sesuai situasi dan kondisi. Tidak ada pakem kaku siapa harus mengerjakan apa. Semua berjalan mengalir sesuai kebutuhan, bersifat spontan, dan cair saja. Dapat dikatakan, sifat kerja para anggota ForBALI lebih pada spontanitas dan sukarela (volunteer).

Gendo misalnya sebagai koordinator forBALI, tidak serta merta menentukan segala hal dalam gerakan ini. Keputusan tetap diambil secara kolektif, entah melalui pertemuan tatap muka, atau hanya melalui diskusi di media sosial. Secara

---

47 Berdasarkan wawancara anggota ForBALI Suriadi Darmoko pada 4 April 2015 di Sekretariat Walhi Bali dan Robert pada 15 April 2015 di Taman Baca Kesiman, Denpasar.

individu pun, mereka memanfaatkan media sosial untuk mengkampanyekan rencana aksi dan tujuan forBALI. Dalam aksi nyata, para anggota cukup dinamis dalam memenuhi kebutuhan berdasarkan inisiatif sendiri. Misalnya, sehari sebelum aksi nyata, kelompok mahasiswa berkoordinasi secara mandiri membuat spanduk atau poster dan komunitas masyarakat adat membawa sound system atau kelompok bleganjur<sup>48</sup> milik desa mereka sendiri.

---

48 Gong adat Bali yang menampilkan tarian Barong dan Randha.

# BAB III

## AKTIVITAS MEDIA SOSIAL *BALI* *TOLAK REKLAMASI*<sup>49</sup>

*“If you want to liberate a society, just give them the Internet”*  
(Wael Ghonim, 2011)

### **Pengantar**

**B**ab ini mendeskripsikan karakter media sosial sebagai strategi gerakan sosial. Titik fokus pada aktivitas media sosial dalam gerakan nyata Bali Tolak Reklamasi sebagai dampak dari karakter media sosial. Bab ini membahas tiga hal. Pertama, alasan penggunaan media sosial yang dikaitkan dengan Revolusi 2.0 serta makna media sosial dalam kehidupan sehari-hari para aktor. Kedua, karakteristik aktivitas media sosial sebagai akibat adanya kekhasan bentuk, konten, dan khalayak dari media sosial

---

49 Galuh, I Gusti Agung Ayu Kade. 2016. *Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 13, No. 1, Hal 73-92. Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta.

itu sendiri. Terakhir, posisi media sosial dalam peta strategi Gerakan Sosial Baru.

### **Mengapa Media Sosial?**

Bagi para penolak reklamasi, Teluk Benoa adalah rumah, periuk, sekaligus hidup mereka. Selama ini, mereka bisa makan, hidup, dan bekerja karena adanya Teluk<sup>50</sup>. Tak bisa dipungkiri bahwa ada kenangan masa kecil, kebiasaan hidup sehari-hari, dan budaya yang terikat erat dengan eksistensi Teluk Benoa. Rasa takut mulai menjalar ketika bayangan teluk 'dibeli' investor, masyarakat adat kehilangan akses atas Teluk yang menjadi rumah mereka. Warga kemudian mempertanyakan mengapa perubahan menuju modernitas harus mengancam nilai tradisional mereka. Kekhawatiran dan pertanyaan pun berlanjut karena sikap bendesa adat maupun pemerintah tidak terbuka mengenai rencana proyek reklamasi. Tidak ada informasi, tidak ada sosialisasi.

Forum Peduli Mangrove milik PT. Tirta Wahana Bali Internasional (TWBI) pada awalnya meminta ijin operasi membersihkan kawasan hutan mangrove di Teluk Benoa. Mereka menanam pohon bakau bersama pesepakbola Ronaldo dan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada Juni 2013. Tidak terbersit kecurigaan apapun di benak warga saat itu. Warga percaya penanaman pohon bakau murni sebagai

---

50 Wawancara bersama Nyoman Sugita dan Kadek Duarsa pada 12 Juli 2015 di Bali Jet Set Watersport.

wujud kepedulian PT. TWBI terhadap pelestarian hutan mangrove.<sup>51</sup>

Sebelum event penanaman bakau itu diselenggarakan, WALHI Bali ternyata sudah menemukan bukti adanya penerbitan SK Gubernur yang memberikan izin reklamasi kepada PT. TWBI. SK ditetapkan pada 2012. Salinan SK ini diberikan kepada wartawan agar ada konfirmasi langsung dari Gubernur kepada publik. Gubernur Made Mangku Pastika yang ditanyakan saat menghadiri event Forum Peduli Mangrove berkilah bahwa izin tersebut tidak nyata. Setelah wawancara itu, isu reklamasi mulai naik ke permukaan. Banyak warga resah dan menyatakan secara terbuka menolak reklamasi.

Jika memang 'baik-baik' saja, mestinya pemerintah bisa terbuka dan menyosialisasikan rencana proyek reklamasi ini. Pada Agustus 2013, akhirnya Gubernur mengundang warga dalam diskusi publik terkait rencana reklamasi Teluk Benoa. Sayangnya, sepanjang pembicaraan, pernyataan Gubernur cenderung mengambang. Ia mencari tameng bagi dirinya dengan berdalih menunggu kepastian hasil studi kelayakan dari LPPM Universitas Udayana. Warga tidak puas dengan apa yang disampaikan Gubernur. Pembicaraan rencana reklamasi pun terus bergulir.

Di tengah maraknya penolakan warga terhadap reklamasi, pekerja Forum Peduli Mangrove milik Artha Graha Peduli, yang tidak lain adalah juga bagian dari masyarakat adat

---

51 Wawancara bersama Kadek Duarsa pada 12 Juli 2015 di Bali Jet Set Watersport

Tanjung Benoa, malah bersikukuh mendukung. Alasannya, mereka telah dijanjikan posisi kerja di tanah hasil reklamasi nantinya<sup>52</sup>. Nuansa tegang akibat perbedaan pendapat antarwarga terbawa dalam rapat banjar, juga dalam keluarga. Ikatan sosial mereka menjadi renggang antara kubu pro dan kontra rencana reklamasi Teluk Benoa.

Awal ditemukannya SK oleh WALHI, pemerintah membantah adanya rencana reklamasi. Namun kemudian pemerintah membuat pernyataan menunggu hasil studi kelayakan dari LPPM Universitas Udayana. Ketidakjelasan sikap pemerintah ini mengawali pembentukan identitas warga sebagai *nyama*<sup>53</sup> Bali untuk mempertahankan keluhuran nilai ekologi Teluk Benoa. Argumen mereka jelas, pelaksanaan reklamasi melanggar nilai budaya Hindu-Bali *Tri Hita Karana* yang dianut oleh mayoritas masyarakat Tanjung Benoa.

Dampak reklamasi sebelumnya di Serangan yang masih terasa hingga saat ini membuat warga berefleksi. Reklamasi Teluk Benoa akan membuat arus gelombang laut berbelok dan bisa menimbulkan abrasi hingga pesisir pantai Bali Barat dan Timur. Tanjung Benoa akan dilanda banjir akibat letak pulau hasil reklamasi lebih tinggi daripada daratan Tanjung Benoa. Warga juga akan kehilangan akses atas Teluk Benoa karena wilayah teluk sudah menjadi gugusan pulau reklamasi milik perusahaan Tomy Winata.

---

52 Wawancara bersama Kadek Duarsa pada 7 Juli 2015 di Parade Budaya Lapangan Renon.

53 Terjemahan: saudara Bali

Para aktor gerakan kemudian membuat *counter-hegemony*. Mereka menegaskan bahwa Bali tidak boleh lagi mengulang kehancuran Pulau Serangan yang direklamasi oleh Tommy Soeharto. Pada reklamasi Serangan, masyarakat tidak mampu mengelak karena sifat rezim Orde Baru yang sangat otoriter. Tidak ada keterbukaan informasi seperti sekarang. Masyarakat lokal mau tidak mau harus menyerahkan tanahnya kepada negara. Oleh karena itu, wacana yang dibuat saat ini adalah masyarakat mampu melakukan perlawanan, mampu bersuara untuk menolak reklamasi, demi menjaga keutuhan Teluk Benoa sebagai rumah mereka sendiri.

Ketika wacana dampak reklamasi Serangan mulai didengungkan, kalangan muda mudah diajak berdiskusi dan terbuka dalam menyuarakan penolakan. Pemuda kemudian aktif menggelar diskusi secara sembunyi-sembunyi untuk merangkul dukungan lebih luas lagi. Menurut Kadek Duarsa, pertemuan dilakukan secara sembunyi-sembunyi karena orang di sekeliling mereka, tetangga mereka sendiri, yang tergabung dalam pekerja Forum Peduli Mangrove menjadi mata-mata PT. TWBI. Ada saja oknum aparat kepolisian yang mengintai dan berlalu-lalang di sekitar tempat pertemuan sembari menderukan suara mesin kendaraan mereka. Ditambah bendesa adat menjadi pro reklamasi pasca terjadinya persetujuan antara bendesa adat dengan gubernur soal wacana Nusa Tiga. Sayangnya, generasi tua Bali cenderung diam, memilih posisi aman<sup>54</sup>.

---

54 Berdasarkan wawancara Nyoman Sugita pada 12 Juli 2015 di Bali Jet Set Water Sport.

Intimidasi tidak berhenti pada pengintaian saat pertemuan dan diskusi publik. Artha Graha Peduli melakukan cara lain, menggunakan kekuatan politik perut. Mereka membagikan sembako gratis dengan syarat mengumpulkan KTP yang kemudian digunakan sebagai data pendukung reklamasi Tanjung Benoa<sup>55</sup>. Hal ini terjadi dengan bantuan *bendesa adat*<sup>56</sup> lama yang pro reklamasi.

*Bendesa adat* mengumpulkan KTP para anggota PKK, aparat desa, dan keluarga lainnya dengan alasan pendataan pembagian sembako dari PT. TWBI. Mereka yang menerima sembako pun disuruh menandatangani satu kolom di formulir penerimaan. Bukti KTP kemudian digunakan sebagai bukti adanya dukungan warga terhadap reklamasi. Hal ini diketahui warga setelah mengikuti *Simakrama* Gubernur 3 Agustus 2013 yang menyatakan bahwa PT. TWBI telah mengantongi dukungan reklamasi dari masyarakat Tanjung Benoa. Keterlibatan *bendesa adat* baru diketahui saat *Sabha Desa*. Oleh karena itu, mereka mengeluarkan keputusan Sabha Desa yang mendesak Gubernur untuk mencabut SK Reklamasi No. 2138/02-C/HK/2012 tentang izin dan hak pemanfaatan, pengembangan, dan pengelolaan wilayah perairan Teluk Benoa kepada PT. TWBI.

Setelah melihat banyaknya upaya manipulasi dari berbagai pihak, seperti *bendesa adat*, Gubernur, dan PT. TWBI untuk meloloskan rencana reklamasi secara diam-diam,

---

55 Berdasarkan wawancara Kadek Duarsa pada 7 Juli 2015 di Lapangan Renon, Bali.

56

para aktor dengan latar belakang lintas profesi ini kemudian sepakat untuk membentuk aliansi baru, yakni Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (ForBALI). Tujuannya, agar secara fokus dan khusus mengadvokasi kasus rencana reklamasi Teluk Benoa. ForBALI memilih menggunakan media sosial sebagai strategi dalam melakukan pendidikan publik secara lebih luas dan cepat. Media sosial dirasa tepat untuk menyebarkan pengetahuan *counter-hegemony*, terutama terhadap pemuda yang lebih responsif terhadap isu-isu kontemporer, salah satunya isu lingkungan.

Sejak awal, ForBALI sadar betul bahwa aktivitas media sosial tidak hanya untuk berkomunikasi antaraktor secara internal. Lebih dari itu, media sosial menjadi bagian dari strategi untuk membentuk opini publik agar bersama mendukung gerakan tolak reklamasi. Terdapat empat alasan utama mengapa media sosial dipilih sebagai strategi gerakan: 1) keterbatasan modal ekonomi, 2) lebih efektif menjangkau akar rumput, 3) menghindari politik redaksional dalam pemingkalian berita, dan 4) media sosial telah menjadi bagian hidup sehari-hari aktor.

**Pertama**, tidak adanya kekuatan finansial. Media sosial diyakini sebagai penggunaan strategi yang murah secara ekonomi serta efisien untuk mengkampanyekan penolakan reklamasi Teluk Benoa. Media sosial memberikan kemudahan akses dengan biaya rendah baik untuk berkomunikasi maupun berkampanye tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Dana yang terkumpul merupakan penggalangan dana melalui berbagai kegiatan, mulai dari diskusi publik hingga

konser musik yang diselenggarakan divisi populer ForBALI. Divisi populer diisi oleh para seniman dan musisi Bali yang mengemban tugas untuk meningkatkan popularitas gerakan *Bali Tolak Reklamasi*. Jerinx, drummer Superman Is Dead memiliki *brand clothing* RADIC dengan slogan “*Propaganda Movement*”. Ia memproduksi kaos Bali Tolak Reklamasi di sana. Sebagian hasil penjualannya disumbangkan untuk kegiatan ForBALI. Pembeli kaos Bali Tolak Reklamasi bisa mengunggah foto dengan memakai kaos disertai tulisan dukungan atas aksi tolak reklamasi sembari *mention* “pentolan” aktor gerakan *Bali Tolak Reklamasi*.

Musisi seperti Nostress, Navicula, dan Superman Is Dead mengadakan konser untuk menggalang dana atas nama ForBALI. Mereka juga menyampaikan pesan tolak reklamasi Teluk Benoa dalam setiap konser pribadinya. Sebagian hasil tiket pun mereka sumbangkan untuk gerakan *Bali Tolak Reklamasi*. Donasi juga bisa diberikan secara langsung melalui transfer ke rekening bank salah satu aktivis ForBALI. Tata cara pemberian donasi secara jelas ditulis dan disebarakan di media sosial. Donasi yang terkumpul dicantumkan pada *website* ForBALI. Beragam cara pengumpulan donasi ini menunjukkan bahwa gerakan menolak rencana reklamasi Tanjung Benoa bukan semata milik elit penggerak ForBALI. Dokumentasi berbagai aksi ini disebarakan melalui media sosial, baik dalam bentuk foto, video, atau kicauan singkat.

*“Semua orang sah berpartisipasi dalam gerakan ini. Kita biayai sendiri gerakan kita melalui donasi, beli kaos, beli tiket saat konser musik perlawanan. Jadi gerakan ini juga gerakan kamu, bukan cuma gerakan elit ForBALI! Ya, kita*

*semua bagian dari ForBALI.” (Wawancara Robert, aktivis ForBALI 15 April 2015)*

**Kedua,** Sama seperti gerakan sosial pada umumnya, gerakan Bali Tolak Reklamasi juga merupakan gerakan yatim-piatu<sup>57</sup>. Tidak ada dukungan dari legislative, apalagi eksekutif. Bahkan, Pemerintah Pusat memuluskan rencana reklamasi melalui penerbitan Perpres No.51/Thn. 2014 yang mengubah status kawasan konservasi perairan Teluk Benoa menjadi Zona Penyangga

Ketiadaan dukungan negara, menghasilkan perlawanan kelas menengah terhadap sejumlah paksaan-paksaan negara atas nama modernitas. Selama ini, argumentasi kelompok kontra reklamasi tidak pernah diakomodasi pemerintah. ForBALI mengaku muak jika hanya melulu berdiskusi atau perang data dengan pihak eksekutif maupun legislatif lokal, namun tidak menghasilkan apa-apa, *dead lock*:

*“Kita sudah pernah masuk ke gedung –DPRD- itu dan berdialog. Kalau ada yang bilang kita anti-berdialog, itu salah! Kita sudah datang dua kali. Kita berdialog dengan Gubernur dua kali. Kita bukan anti-dialog! Tetapi sekarang kita tidak akan pernah mau masuk dengan cara-cara yang mereka atur!*

*Seharusnya ketika kita datang ke sini, mereka lah yang turun dan menemui kita di sini. Mari berdebat di ruangan ini, di halaman ini! Tidak di ruang ber-AC, kawan-kawan! Kita dari tadi sudah ber-AC kawan-kawan! Angin Cepoy-*

---

57 Berdasarkan wawancara I Wayan Gendo Suardana, 7 Mei 2015

*cepoy! Kita sudah cukup ber-AC, Angin Cegar! Tidak perlu masuk ke ruangan mereka! Tidak perlu menghamba kepada mereka! Tidak perlu mengemis kepada mereka! Karena ruang-ruang mereka sudah dikuasai kerakusan. Dikuasai dengan kepentingan-kepentingan investasi, kawan-kawan!"*  
(Orasi Gendo di halaman kantor DPRD Bali, dalam Parade Budaya ForBALI, 7 Juli 2015)

ForBALI yang adalah aliansi lintas profesi merupakan *outsiders* bagi masyarakat adat. Jika ForBALI secara tiba-tiba masuk dan mensosialisasikan alasan tolak reklamasi, bisa saja terjadi penolakan dari masyarakat adat. Sedangkan sangat penting bagi ForBALI menjangkau masyarakat adat untuk membagi dan menanamkan keyakinan bersama bahwa rencana reklamasi Teluk Benoa harus ditolak karena mengancam prinsip Tri Hita Karana yang dianut orang Bali. Hal inilah yang menggerakkan para aktor secara perlahan menyebarkan argumen penolakan reklamasi melalui media sosial. Mereka berharap pesan penolakan reklamasi mampu menjangkau orang-orang lokal yang ada dalam jejaring pertemanan mereka di media sosial<sup>58</sup>. Perlahan, penyebaran

---

58 Berdasarkan transkrip wawancara Ari Astina (JRX SID) bersama wartawan akarrumpot.com Alfred Pasifico, 4 Oktober 2011, dalam <https://m.facebook.com/notes/jrx/> diakses pada 10/9/2015, 10:53 WIB. Wawancara ini dilakukan ketika pertama kali JRX terlibat dalam gerakan lingkungan bersama WALHI BALI yaitu penolakan Bali International Park di Jimbaran. Hal menarik ketika JRX menyuarakan protesnya melalui twitter dan berhasil menggerakkan penggemarnya Outsiders dan Lady Rose dalam berbagai aktivitas menjaga lingkungan pesisir pantai di Bali. Peneliti menggunakan transkrip wawancara ini karena strategi JRX masih sama dilakukan dalam gerakan penolakan Bali Tolak Reklamasi saat ini.

pesan tolak reklamasi mengubah pola pikir orang lokal dan pada akhirnya ikut menyebarkan pesan dalam komunitasnya.

**Ketiga**, aktivitas media sosial sengaja dipilih untuk menghindari politik redaksional dalam media *mainstream* yang mungkin merugikan gerakan. Politik redaksional terjadi berkaitan dengan proses kinerja jurnalistik seperti dalam tahap *gatekeeping* dan *editing*. Bisa saja pesan dan argumen penting tidak dimunculkan karena alasan tertentu: alasan teknis seperti terbatasnya kolom surat kabar atau durasi tayangan berita, sampai keberpihakan media itu sendiri sehingga hanya akan menampilkan kutipan yang sesuai dengan frame media bersangkutan. Hasil berita berdampak pada pembentukan opini publik yang senada dengan opini redaksi. Sensor informasi inilah yang disadari dan berusaha dihindari melalui penggunaan media sosial<sup>59</sup>. Ketika frame berita berbeda dengan tujuan gerakan, maka itu bisa menghasilkan dampak negative bagi gerakan. Melalui media sosial, aktor gerakan bisa menyebarkan pesan secara utuh sesuai dengan frame dan tujuan gerakan.

**Keempat**, media sosial sudah menjadi bagian hidup sehari-hari mayoritas penduduk Bali. Mayoritas aktor ForBALI berasal dari kelas menengah perkotaan dengan usia produktif yang tidak gagap teknologi baru. Mereka mudah mengakses internet, termasuk media sosial yang berperan penting menciptakan ruang sipil virtual untuk

---

59 Berdasarkan wawancara Berdasarkan wawancara dengan Koordinator ForBALI I Wayan Gendo Suardana, di Sekretariat Walhi Bali, pada 7 Mei 2015.

mobilisasi politik melalui forum diskusi dan kolom komentar. Masyarakat sipil dimudahkan berkoordinasi saat berkumpul dan beraksi lewat fitur *chatting*, *share*, *retweet*, dan lainnya.

Sejalan dengan istilah Revolusi 2.0 yang dilontarkan Merlyna Lim, media sosial tidak semata-mata muncul hanya karena perkembangan teknologi Internet, melainkan juga bagian dari dinamika perlawanan politik suatu masyarakat. Di Bali, penggunaan media sosial sebagai strategi gerakan merupakan hasil sejarah panjang perjuangan menentang kebijakan investasi rakus berkedok kemajuan pariwisata. Media sosial yang sebelumnya sudah akrab digunakan masyarakat, dimanfaatkan dalam mobilisasi gerakan dalam memperjuangkan haknya.

**Tabel 3.1**  
**Perbandingan Kasus Lingkungan Bali**

Kasus	Aktor	Kronologi	Catatan
<p>Reklamasi Pulau Serangan (1994-1998)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desa Serangan</li> <li>• Pemprov Bali (Gubernur Ida Bagus Mantra)</li> <li>• Kodam IX Udayana</li> <li>• Mantan Presiden Soeharto</li> <li>• Investor Bali Turtle Island Development (BTID) milik Bambang Trihatmodjo</li> </ul>	<p>- BTID, tidak lain perusahaan milik keluarga Cendana, mengurug Pulau Serangan yang berada di selat kecil antara Denpasar dan Teluk Benoa          → dari 111 hektar menjadi 481 hektar, untuk dijadikan kawasan wisata          Warga (mayoritas nelayan) memilih diam karena mendapat teror dari militer dan investor</p>	<p>Masyarakat bungkam dalam rezim otoriter Orde Baru karena mendapat teror dan ancaman lain.          Serangan berhasil direklamasi, namun tempat wisata belum terbangun, hanya ada akses jembatan dari Serangan ke Denpasar.          Proyek mangkrak setelah jatuhnya rezim Orde Baru 1998.          Dampak reklamasi, hilangnya ikan hias, habitat rumput laut dan tempat bersandar penyus untuk bertelur. Ombak berbelok dan menghasilkan abrasi di sepanjang pesisir pantai Bali Selatan, termasuk abrasi Pulau Pudut di Teluk Benoa.</p>

Kasus	Aktor	Kronologi	Catatan
Abrasi Pantai Kuta karena pembangunan hotel → Penataan kawasan Pantai Kuta (2002-2003)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CBO: Parum Samigita</li> <li>● Desa Kuta, Desa Legian, Desa Seminyak</li> <li>● Pemprov Bali (Gubernur Dewa Made Beratha)</li> <li>● Yayasan Pratista</li> <li>● Yayasan GUS</li> <li>● Bandara Ngurah Rai</li> <li>● Pihak hotel di Kuta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melibatkan Yayasan Pratista (konsultan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat) sebagai fasilitator.</li> <li>- Dialog dengan berbagai pihak untuk mencari solusi pengurangan abrasi.</li> <li>- Melibatkan Yayasan GUS sebagai mediator yang memberikan alternatif solusi</li> </ul>	<p>Konflik terjadi dalam konteks transisi demokrasi, mulai terlihat peran masyarakat sipil sebagai mediator.</p> <p>Mediasi berhasil menciptakan kesepakatan antara masyarakat adat dan Dinas PU untuk mengurangi abrasi Pantai dengan teknologi ramah lingkungan</p>
Pembagian hasil keuntungan daerah tujuan wisata Pura Tanah Lot, Tabanan (2010-2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desa Adat Beraban</li> <li>● Pemerintah Kabupaten Tabanan</li> <li>● CV Ari Jasa Wisata.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aksi demo untuk menyatakan tuntutan ketidakpuasan bagi hasil dari pihak desa adat.</li> <li>- Negoisasi sistem dan proporsi bagi hasil melibatkan semua pihak</li> <li>- Studi banding oleh Pansus Tanah Lot (dibentuk Pemda) ke Candi Prambanan dan Borobudur</li> <li>- SK Bupati → pengelolaan DTW Tanah Lot dibagi dua: Pemda dan Desa Adat.</li> </ul>	<p>SK keluar setelah satu tahun tuntutan disuarakan pada 2010.</p> <p>Tiga bulan kemudian SK dituntut warga karena tidak ada mekanisme transparansi dalam pengelolaan Pura Tanah Lot ini.</p>

Kasus	Aktor	Kronologi	Catatan
Bali International Park (BIP) Jimbaran (2010-2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• WALHI Bali</li> <li>• Petani Domba, Jimbaran</li> <li>• Pemprov. Bali (Gubernur I Made Mangku Pastika)</li> <li>• Pemerintah Kabupaten Badung</li> <li>• Mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono</li> <li>• PT. Jimbaran Hijau</li> </ul>	<p>- Rencana pembangunan wisma presiden, akomodasi penginapan dan ruang pertemuan berstandar internasional untuk mendukung APEC 2013.</p> <p>- Megaproyek akan memakan lahan 200 hektar di kawasan Jimbaran. Padahal, sudah ada fasilitas di kawasan Nusa Dua yang biasa digunakan untuk perhelatan internasional.</p> <p>- Demonstrasi di depan kantor Gubernur Bali oleh gabungan LSM peduli lingkungan Bali.</p> <p>- Sudah menguat isu penolakan BIP di media sosial dimulai oleh akun Twitter @JRX_SID milik Ari Astina.</p>	<p>Alasan penolakan karena sudah ada Moratorium Izin Pembangunan Akomodasi Pariwisata yang dikeluarkan Gubernur. Selain itu ada kajian potensi krisis air di Bali pada 2015, serta sengketa lahan dengan petani di Jimbaran.</p> <p>BIP tidak jadi dibangun untuk APEC, namun rencana terus berjalan karena ijin prinsip sudah dikeluarkan oleh Pemkab Badung.</p>

Kasus	Aktor	Kronologi	Catatan
<p>Jalan Di Atas Perairan (JDP): Tol Bali Mandara (2010-2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nelayan Teluk Benoa</li> <li>• WALHI Bali</li> <li>• Pemprov. Bali (Gubernur I Made Mangku Pastika)</li> <li>• Mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono</li> <li>• Konsorsium 7 BUMN di bawah PT. Jasa Marga Bali Tol</li> </ul>	<p>- Pembangunan jalan tol pertama di Bali serta jalan tol atas laut pertama di Indonesia yang menghubungkan Nusa Dua - Ngurah Rai - Pelabuhan Benoa dengan alasan untuk mengurangi kemacetan serta sebagai pendukung kegiatan APEC 2013.</p> <p>- Demonstrasi di depan kantor Gubernur Bali oleh gabungan LSM Peduli Lingkungan Bali.</p>	<p>Alasan penolakan karena merusak kawasan konservasi dan tidak lolos uji AMDAL.</p> <p>Pembangun tetap berjalan secara illegal, dan baru diketahui bahwa pembuatan jalan tol berada dalam rencana pembuatan kawasan Nusa Tiga yaitu dengan pulau baru hasil reklamasi Teluk Benoa.</p>
<p>Konflik Pedagang dan PT. SDM di Pantai Mertasari, Sanur (2012)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagang</li> <li>• PT. SDM</li> <li>• Pemprov. Bali (Gubernur I Made Mangku Pastika)</li> <li>• Pengadil</li> </ul>	<p>Tuntutan dibawa ke pengadilan karena tanah (delta pantai) dipagar secara paksa oleh PT.SDM untuk pembangunan hotel</p>	<p>Rencana pembangunan hotel telah melanggar kontrak kerjasama Hak Pengelolaan Lahan, serta RTRW namun tidak mendapat tindakan tegas dari Gubernur.</p>

Kasus	Aktor	Kronologi	Catatan
<p>Taman Hutan Raya Ngurah Rai (2012-...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KEKAL (Komite Kerja Advokasi dan Lingkungan Hidup), WALHI Bali termasuk di dalamnya</li> <li>• Pemprov. Bali (Gubernur I Made Mangku Pastika)</li> <li>• P.T. Tirta Rahmat Bahari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemberian izin pemanfaatan Tahura Ngurah Rai kepada PT. Tirta Rahmat Bahari seluas 102,22 hektar.</li> <li>- KEKAL demonstrasi di depan Kantor Gubernur Bali</li> <li>- <i>Publik hearing</i> antara KEKAL dan Komisi III DPRD Bali</li> <li>- Gugatan WALHI BALI kepada Gubernur Bali di Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN) Denpasar</li> </ul>	<p>Gugatan dimenangkan oleh WALHI Bali, namun PT. Tirta Rahmat Bahari mengajukan naik banding. Belum ada putusan banding.</p>

Sumber: Diolah secara mandiri oleh peneliti dari berbagai sumber berita

Penggunaan media sosial mulai tampak sejak konflik pembangunan Bali International Park hingga izin pemanfaatan Taman Hutan Raya, meski belum semasif kasus Bali Tolak Reklamasi. Protes masih lebih banyak dilakukan dengan cara konvensional, seperti demonstrasi dan dengar pendapat. Hanya saja, diskusi selalu berakhir *dead lock* sehingga jalur hukum harus ditempuh. Jauh dari karakter budaya masyarakat Bali yang mengutamakan musyawarah-orang lokal menyebutnya *sangkep*- dalam menyelesaikan masalah. Sayang, kelanjutan proses hukum pun seringkali terlupakan seiring berjalannya waktu.

Terdapat kesamaan karakter pada kasus megaproyek pariwisata dalam kurun 2010 – 2013. Megaproyek pariwisata di era Gubernur Bali Made Mangku Pastika pada praktiknya seringkali cacat hukum. Pemerintah, baik pusat maupun daerah, justru terlihat melindungi atau sengaja berpihak pada kepentingan investor. Pada Bali International Park, digunakan taktik ‘mundur selangkah untuk maju sepuluh langkah’. Bagaimana tidak, di lapangan pengerjaan proyek BIP dihentikan, tapi di belakang, proses perizinan masih berjalan secara diam-diam.

Gedung konvensi dalam kawasan BIP di Jimbaran menjadi salah satu proyek pembangunan pendukung pelaksanaan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Asia Pacific Economic Cooperation (APEC). Gubernur Bali Made Mangku Pastika sudah memberikan rekomendasi pembangunan pada Juni 2011. Sampai Desember 2011, ijin prinsip belum dikeluarkan Bupati Badung dengan alasan masih ada kasus sengketa tanah yang belum selesai antara pengusaha dan petani. Aksi protes

dilakukan aktivis lingkungan dan mahasiswa yang tergabung dalam WALHI Bali dan Frontier-Bali pada 19 Agustus 2011. Aksi menggunakan layang-layang berukuran 2 meter dengan ekor bertuliskan “Tolak BIP” sepanjang 11 meter, diterbangkan di lapangan Renon depan Kantor Gubernur Bali. Setelah aksi, banyak ungkapan protes dan penolakan pembangunan BIP yang diunggah di blog dan media sosial. Aksi protes reda ketika KTT APEC diputuskan dipindah ke Nusa Dua. Sorotan isu BIP pun menguap di media massa. Setelah orang-orang tak lagi membicarakan pembangunan BIP, pemerintah Badung malah mengeluarkan ijin prinsip pada 2012. Dengan itu, PT. Jimbaran Hijau mendapat lampu hijau untuk memulai proyek perencanaan Bali International Park di kawasan Jimbaran.

Para aktor gerakan tidak ingin perlawanan reklamasi Teluk Benoa berakhir sama seperti konflik-konflik sebelumnya: proyek lolos melalui jalan belakang tanpa sepengetahuan publik. Untuk itu lah media sosial dimanfaatkan sebagai alat perjuangan mereka: memperluas jangkauan isu dan menghimpun kekuatan dukungan publik untuk bersama-sama menyuarakan penolakan atas rencana reklamasi Teluk Benoa.

### **Karakteristik Aktivitas Media Sosial Bali Tolak Reklamasi**

Sesungguhnya, di samping menggunakan media sosial, ForBALI juga menggunakan media propaganda konvensional seperti pamflet dan poster. Hanya saja media sosial mendapat prioritas karena bisa meraih cakupan publik yang lebih

luas dan lebih mudah menjangkau akar rumput. Karakter internet yang mudah menyebar, murah, dan tanpa hierarki<sup>60</sup> membuat media sosial efektif dalam penyebaran informasi ketika media massa arus utama tidak meliput isu tersebut. Tidak sekadar media komunikasi, media sosial menjadi media perlawanan dalam gerakan *Bali Tolak Reklamasi*.

Internet menyediakan akses informasi untuk menentang beragam bentuk represi yang sudah terjadi sangat lama di suatu wilayah<sup>61</sup>. Struktur protes berubah menjadi lebih spontan, informal, dan tidak dapat diprediksi. Internet membentuk gerakan menjadi jejaring tersendiri dalam jaringan media sosial. Jejaring dalam jejaring terbentuk akibat kerja aktor yang berdiri sendiri-sendiri, namun saling berhubungan satu dengan yang lain. Klein<sup>62</sup> menyebut karakter ini sebagai '*web like image*', artinya gerakan di media sosial ibarat jaring laba-laba. Terdapat jaringan inti (*hubs*) yang menjadi pusat aktivitas, serta aktor perantara (*bridge*) yang menghubungkan inti yang satu ke jaringan inti yang lain.

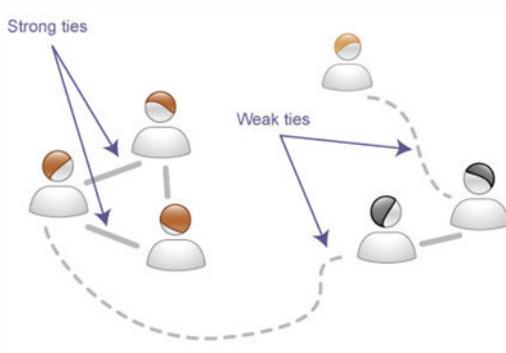
---

60 Lim, 2005, *Op.cit.*, hal. 178.

61 Oates, Sarah. 2008. *Introduction to Media and Politics*, hal. 177. London: Sage Publikations.

62 Klein, 2002 dalam Della Porta, Donatella. 2013. *Can Democracy Be Saved? Participation, Deliberation, and Sosial Movement*, hal. 94. Cambridge: Polity Press.

**Gambar 3.1**  
**Strong and Weak Ties**



Sumber:  
connectingwithconsumers.com

Aktor *bridge* muncul hanya dalam ikatan lemah<sup>63</sup>, sebuah ikatan yang menghubungkan seseorang ke orang baru yang sama sekali tidak berikatan dengan teman-teman lama orang tersebut. Kekuatan ikatan lemah seperti internet berpotensi lebih besar menyebarkan informasi baru dibandingkan dalam ikatan kuat. Hal ini karena informasi itu belum pernah didengar dalam lingkaran pertemanan yang dibentuk oleh ikatan kuat. Ikatan lemah mudah terbentuk karena fasilitas ruang diskusi terbuka di media sosial, melalui forum, group, atau *chat line* penyebaran sekaligus pertukaran informasi bisa dilakukan dalam satu waktu. Dalam ForBALI, media sosial digunakan sebagai strategi untuk mempublikasikan

---

63 Borgatti S. & Lopez-Kidwell Virginie. 2011. "Network Theory". J. Scott, & P. J. Carrington (Ed.), *The SAGE Handbook of Sosial Network Analysis* (hal. 167-179). Singapore: Sage Publikations.

target massa gerakan, meminta dan mendorong dukungan, berkoordinasi, menyebarkan informasi, mengumpulkan dana, serta mempromosikan berbagai tujuan, baik individu maupun kolektif.

## **Bentuk Media Sosial**

Setiap bentuk media sosial mampu memobilisasi dukungan jika digunakan secara tepat<sup>64</sup> sesuai karakter dan fungsi utamanya. Aktor gerakan menyadari kekhasan yang dimiliki setiap media sosial<sup>65</sup> dan menggunakannya sebagai strategi perlawanan. Teks audiovisual tanpa batas durasi disebar lewat Youtube. Video-video yang diunggah diurutkan berdasarkan tema dan tipenya untuk memudahkan pencarian. Instagram digunakan untuk menarik minat teman virtual terhadap isu melalui citra foto. Hasil kajian atau opini dengan format karakter panjang disebar lewat Facebook. Dalam Facebook dan Instagram, jaringan pertemanan (virtual) – yang memang sudah tertarik dan percaya pada si pencipta pesan- lah yang menerima dan menyebarkan kembali pesan pada jaringan virtual lainnya.

Praktiknya, ForBALI lebih banyak menggunakan media sosial jenis Twitter untuk menyerang argumen pihak lawan dan membuat *counter hegemony*. Followers bisa melacak

---

64 Idle & Nums, 2011 dalam Della Porta, Donatella. 2013. *Can Democracy Be Saved? Participation, Deliberation, and Sosial Movement*, hal. 98. Cambridge: Polity Press.

65 Berdasarkan wawancara Direktur Eksekutif WALHI Bali Suriadi Darmoko, 4 April 2015.

pembicaraan isu berdasarkan fasilitas tanda pagar (*hashtag*). Fasilitas ini membuat perang kicauan (*tweet war*) mampu menarik perhatian publik. Setiap balasan kicauan dari masing-masing kubu menjadi sumber ‘pertimbangan’ bagi para followers sebelum mereka memutuskan untuk berada di pihak yang mana. Followers bisa memanfaatkan fasilitas retweet atau reproduksi konten untuk menyebarkan isu secara lebih luas lagi, sehingga cakupan publik bisa bertambah luas pula.

### **Konten Media Sosial**

Karakter aktivitas media sosial yang paling menonjol terletak pada produksi konten. Proses produksi konten dibentuk oleh seberapa intensif dan inovatif para aktor gerakan<sup>66</sup> menggunakan media sosial. Bagaimana penyajian konten menjadi sangat penting tidak hanya untuk menarik minat pembaca, tapi juga supaya makna pesan di dalam konten sampai kepada pembaca. Konten berisi berbagai informasi, tujuan, persuasi, dan segala pesan penting dalam gerakan yang harus diteruskan kepada publik untuk mendapat dukungan. Proses produksi konten dibaca sebagai

---

66 Aktor gerakan adalah seluruh pengguna media sosial yang terlibat dalam aktivitas gerakan di media sosial, pengguna media sosial bersifat *user-generated content*. Mereka menulis sekaligus menyebarkan dan membaca konten. Tidak ada distingsi jelas antara penulis dan pembaca pesan di media sosial. Sehingga, mereka yang *ter-expose* isu kemudian berpartisipasi menghasilkan (termasuk menghasilkan ulang) konten, dapat disebut sebagai aktor gerakan di media sosial.

proses produksi pengetahuan publik, karena bersifat melawan hegemoni teks yang sedang berkembang.

Pemerintah Daerah Bali menyebarkan hegemoni teks pada masyarakat, bahwa pariwisata modern di Bali Selatan adalah suatu keharusan. Katanya, untuk memantapkan citra Bali sebagai destinasi pariwisata internasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. ForBALI kemudian melawan hegemony pemerintah dengan menyebarkan pesan di media sosial bahwa Bali sudah berhasil menjadi destinasi pariwisata internasional berkat keindahan alam dan budayanya. Wisatawan datang ke Bali untuk menikmati indahna bentang alam, bukan kemegahan infrastruktur pariwisata layaknya Singapura atau negara lainnya. Ditambah, proyek pariwisata yang sangat massif seperti pembangunan hotel dan villa di Sanur bukannya menyejahterakan masyarakat seperti yang mereka nyatakan, melainkan justru merusak alam dan meminggirkan masyarakat lokal.

*Platform online* menghasilkan konvergensi konten pada media sosial. Maksudnya, satu bentuk informasi saja tidak cukup. Tak hanya mengandalkan tulisan monoton, tetapi juga memanfaatkan fasilitas penyebaran foto, video, atau *link* terkait. Pemaknaan terhadap teks pun tidak bisa berdiri sendiri. Pengguna harus mengaitkan teks yang satu dengan teks lain untuk menangkap pesan konten. Tidak ada awal dan akhir dalam konten media sosial karena komentar dan kicauan ulang (*retweet*) terakhir mampu menghasilkan percakapan baru dan terus menggulirkan isu. Dengan demikian, kreativitas konten menjadi penting mengingat sifat konten yang *intertextual*, *non-linearity*, serta

*multimedianess*, agar isu dapat terus bergulir dalam ruang publik virtual.

Penggerak ForBALI menyadari bahwa media sosial memiliki fungsi protes secara langsung. Untuk bisa menarik minat pembaca, aktor ForBALI mengasah daya inovasi dan kreativitasnya<sup>67</sup> menggunakan media sosial. ForBALI memanfaatkan karakter *multimedianess* dalam kreativitas produksi konten seperti pembuatan desain seni kreatif pada infografis dan ilustrasi untuk memudahkan pembaca memahami kompleksitas isu. Mereka juga membuat konten audiovisual, poster, galeri foto, hingga bulletin *online* yang berisi penolakan terhadap rencana reklamasi Teluk Benoa. Dalam sehari, belasan tweet dan minimal satu post diunggah. Opini publik terus dijaga dengan menjaga intensitas penggunaan media sosial yang tinggi.

Konstruksi jejaring pengetahuan melalui media sosial menjadi sesuatu yang baru. Dalam arti, pengetahuan yang dibentuk menjangkau publik lebih luas, lebih cepat, dan tanpa ada hambatan ruang dan waktu, dibanding dengan pembentukan pengetahuan melalui media arus utama. Konstruksi pengetahuan yang terbangun melalui media sosial juga lebih mengancam kekuasaan pemerintah<sup>68</sup> karena umpan balik pembaca dapat disampaikan dan tersebar lebih

---

67 Berdasarkan wawancara aktivis ForBALI Robert di Taman Baca Kesiman, pada 15 April 2015.

68 Hofheinz, Albrecht. 2011. "Nextopia? Beyond Revolution 2.0". *Oriente Moderno, Nuova Serie, Anno 91, Nr. 1, Between Everyday Life and Political Revolution: The Sosial Web in the Middle East*, hal. 39. Roma: Istituto per l'Oriente C.A. Nallino.

cepat tanpa penghalang melalui fitur komentar, share, retweet, dan lainnya.

Dinamika hubungan antara pemerintah dan masyarakat pada dasarnya saling bergantung satu sama lain<sup>69</sup>. Pemerintah membangun kekuasaan mereka melalui proses sosial, yakni melakukan negosiasi dan kemudian legitimasi atas kekuasaan. Di sisi lain, kelompok masyarakat tumbuh lebih besar dan cepat di ruang publik virtual. Kerumunan virtual yang tidak lain adalah individu pembentuk kelompok masyarakat nyata, menagih janji dan pertanggungjawaban pemerintah. Individu didorong untuk menilai penguasa dengan standar-standar umum yang terpublikasi secara gamblang. Publik bebas menilai dan mengungkapkan penilaian itu secara lugas, baik ataupun buruk, tanpa penyuntingan dari pihak lain terlebih dahulu. Melalui media sosial, penilaian ini lebih cepat menyebar secara luas sehingga opini publik dapat dengan mudah terbentuk. Penilaian ini kemudian berperan besar dalam konstruksi pengetahuan yang sifatnya *counter-hegemony* yang bisa mengancam citra pemerintah.

### **Khalayak Media Sosial**

Mayoritas pengguna media sosial adalah pemuda-pemudi berusia produktif dengan kemudahan akses Internet. Warga media sosial bukan konsumen pasif, melainkan agen aktif yang menciptakan dan mendistribusikan konten mereka

---

69 Hofheinz, Albrecht. *Loc.cit.*

sendiri<sup>70</sup>. Konten berupa *share*, *retweet*, atau *copy-paste* sudah cukup menunjukkan: preferensi berita apa yang mereka baca, topik apa yang mereka diskusikan, apa yang mereka suka, dan apa yang mereka pikirkan mengenai pemerintah yang sedang berkuasa. Segala informasi ini tercermin melalui tautan, komentar, maupun *hashtags* yang mereka teruskan ke jaringan pertemanan mereka.

Terdapat tiga perilaku yang secara sadar ditunjukkan oleh pengguna media sosial<sup>71</sup>. Pertama, pengguna media sosial memiliki kontrol yang kuat terhadap apa saja yang ingin mereka lihat atau baca. Kedua, merasa berhak untuk menilai konten berdasarkan sumber berita, serta menilai kualitas penguasa berdasarkan nilai-nilai yang secara implisit terkandung dalam konten yang dibaca atau dilihat. Ketiga, pengguna media sosial merasa bebas untuk mengekspresikan opini mereka di dalam ruang virtual, bahkan menjadi agen pembentuk opini publik itu sendiri.

Pengguna media sosial sebagai individu melakukan kuasa penuh dalam menimbang dan menilai informasi. Ada identitas bersama yang dibangun melalui terpaan konten. Solidaritas dan empati terbangun ketika melihat suatu konflik terjadi di wilayah lain. Berbicara identitas, tidak mungkin berhenti pada satu variabel identitas. Misalnya saja, orang Bali itu juga Hindu, warga pesisir, pecinta lingkungan, dan orang Indonesia. Setiap orang Bali memiliki desa adat

---

70 Downing, John D.H. (ed.). 2011. *Encyclopedia of Sosial Movement Media*, pp. 367. London: Sage Publikations.

71 Hofheinz, Albrecht. 2011. *Op.cit.*, hal. 36.

sebagai satuan kelompok terkecil mereka, sehingga identitas adat ini menjadi pengikat solidaritas antarkomunitas adat di Bali. Identitas sebagai anak Indonesia akan memperkuat solidaritas tidak hanya dari Bali, tetapi juga dari berbagai daerah di Indonesia. Identitas sebagai pecinta lingkungan akan menarik solidaritas para pecinta lingkungan tidak hanya di Bali tapi juga internasional. Begitu seterusnya sehingga solidaritas ini semakin kuat dan luas menjangkau tidak hanya masyarakat lokal tetapi juga khalayak internasional.

Setelah ada rasa solidaritas dan empati, muncul sikap bahwa 'saya bisa melakukan perubahan, Saya bisa mengubah setidaknya hal kecil dalam lingkaran komunitas saya sendiri'<sup>72</sup>. Sikap ini juga secara sadar ditunjukkan melalui media sosial, sehingga, pengguna lain yang mengakses konten tersebut berpikir bahwa 'saya tidak sendiri'<sup>73</sup>. Mereka kemudian saling terhubung satu dengan lain akibat kesamaan ide dan emosi. Seiring waktu, mereka menjadi bagian dari gerakan itu sendiri di media sosial melalui *follow*, *like*, komen, *share*, *retweet*, dan lainnya. Para pengguna Internet dan ForBALI kemudian melebur membentuk ikatan lemah di dunia maya. Semakin identitas bersama itu melekat, semakin sering mereka menggunakan media sosial untuk mengekspresikan opini politik mereka, baik di dalam komunitasnya sendiri maupun di luar itu.

---

72 Berdasarkan transkrip wawancara Ari Astina (JRX SID) bersama wartawan akarrumput.com Alfred Pasifico, 4 Oktober 2011, dalam <https://m.facebook.com/notes/jrx/> diakses pada 10/9/2015, 10:53 WIB.

73 Berdasarkan wawancara Koordinator ForBALI I Wayan Gendo Suardana, pada 7 Mei 2015.

*“Para pelaku gerakan ini tidak harus bergabung menjadi anggota ForBALI, mereka bisa terus melawan atas namanya sendiri. Setiap hari akun pribadinya digunakan untuk menolak reklamasinya. Itu yang menjadi curahan hatinya. Sudah menjadi kebutuhan bagi dia untuk berbicara mengenai tolak reklamasinya. Mereka rela tidak menggunakan akunnya untuk bersenang-senang.”* (Wawancara Gendo Suardana, 7 Mei 2015)

Pembentukan ikatan lemah di media sosial membuat jaringan gerakan ini lebih adaptif dan resisten terhadap serangan kubu lawan. Satu waktu, pihak pendukung reklamasinya membentuk komunitas bernama ForBALIs (Forum Rakyat Bali Harmonis). Tidak hanya namanya yang dibuat mirip, akun logo mereka pun mirip dengan ForBALI. Mereka mengunggah video di Youtube yang meyakinkan betapa pentingnya revitalisasi berbasis reklamasinya di Teluk Benoa. Link video tersebut disebar dalam jaringan pertemanan ForBALI. Orang yang tidak teliti akan keliru mengira video tersebut hasil produksi aliansi tolak reklamasinya ForBALI.

ForBALI merasa dirugikan akibat hadirnya lawan yang memakai simbol, nama, dan cara perlawanan menyerupai dirinya. Mereka sadar bahwa netizen Indonesia terkadang tidak betul-betul melek media dan bisa dengan mudah menyebarkan pesan tanpa menyelidiki kebenaran pesan tersebut. Oleh karena itulah, ForBALI berusaha memblokir situs ForBALIs. ForBALI menyebarkan konten *capture* foto status terakhir ForBALIs beserta *link* video di Youtube yang bernada pro reklamasinya Teluk Benoa. ForBALI meminta teman dan *followers* untuk melaporkan situs ForBALIS agar dihapus

oleh Facebook dan Twitter. Dengan fitur report pada media sosial situs ForBALIs berhasil melenyapkan di dunia maya.

Apa yang terjadi di Bali ini membuktikan bahwa ketiga karakter kunci media sosial: bentuk, konten, dan khalayak, berhasil memperkuat gerakan melalui empat cara. **Pertama**, media sosial secara murni digunakan sebagai instrumen kampanye oleh aktor gerakan yang kekurangan sumber daya finansial. **Kedua**, media sosial tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, namun sudah menjadi media perlawanan itu sendiri. **Ketiga**, konstruksi pengetahuan publik yang bersifat *counter-hegemony* melalui media sosial. **Keempat**, pembentukan identitas kolektif melalui pembentukan ikatan lemah antaraktor, sehingga pengguna media sosial yang terlibat dalam aktivitas protes di ruang virtual, tidak lain adalah bagian utuh dari ForBALI itu sendiri.

Di sela-sela hal positif di atas, penelitian ini memperlihatkan adanya **limitasi** media sosial sebagai strategi gerakan. Selain memfasilitasi gerakan, pada saat yang sama media sosial juga memfasilitasi pihak lawan dalam menyuarakan argumentasinya. Selain itu, penggunaan fitur *report* dan *block* membuat konten dalam media sosial bersifat tidak stabil (*ephemerality*) sehingga bisa hilang baik secara disengaja maupun tidak.

### **Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Lingkungan**

Gerakan lingkungan seringkali disebut sebagai Gerakan Sosial Baru karena lebih mengacu pada isu kontemporer, bukan lagi wacana perjuangan kelas. Jika tuntutan gerakan terpenuhi, maka kemenangan gerakan tidak hanya

ditujukan bagi kepentingan kelas tertentu, melainkan untuk kepentingan kemanusiaan secara luas. Gerakan *Bali Tolak Reklamasi* lahir dari kesadaran mereka atas potensi kerusakan yang bisa ditimbulkan dari rencana reklamasi Teluk Benoa terhadap lingkungan “rumah” mereka. Negara dan pebisnis bersengkongkol melegalisasi rencana reklamasi dan memuluskan kepentingan bisnis dalam mega proyek Teluk Benoa.

Gerakan Bali Tolak Reklamasi mengutamakan isu kemanusiaan kontemporer, yaitu isu lingkungan, dipahami sebagai bagian dari Gerakan Sosial Baru. Gerakan ini tidak hanya ditujukan bagi kepentingan kelas menengah ke bawah, melainkan umat manusia secara luas. Perkara penyelamatan lingkungan tidak hanya menjadi urusan kelas atas, menengah, atau bawah, melainkan manusia secara universal. Kerusakan pada lingkungan sama dengan bencana bagi manusia itu sendiri, sehingga kepedulian dan aksi penyelamatan lingkungan adalah menjadi tanggung jawab seluruh umat manusia.

### **Strategi Nalar**

Media sosial memfasilitasi strategi nalar ketika berhasil membentuk identitas kolektif<sup>74</sup>, memobilisasi anggota, serta memperluas jaringan. Karakteristik media sosial pada

---

74 Penelitian ini tidak secara dalam membahas bagaimana praktek politik identitas yang dilakukan oleh ForBALI, melainkan bagaimana media sosial memfasilitasi pembentukan identitas kolektif dalam gerakan *Bali Tolak Reklamasi*

bentuk, konten, dan khalayak mampu memfasilitasi aktor gerakan untuk memobilisasi anggota dan memperluas jaringan dukungan. Tulisan di Facebook dan Twitter, foto yang dibagikan melalui Instagram, serta video yang diunggah di Youtube sangat mungkin memotivasi pembaca untuk bersama-sama terus menyuarakan isu tolak reklamasi di Teluk Benoa. Tidak menutup kemungkinan, konsumsi konten di media sosial pada akhirnya memotivasi pembaca untuk ikut bergabung bersama ForBALI dalam aksi nyata parade budaya.

Lantas, bagaimana media sosial mampu mengkonstruksi identitas kolektif sembari mengartikulasikan perlawanan? Identitas merupakan proses internalisasi untuk membangun rasa bersama yang dapat memotivasi aksi kolektif<sup>75</sup>. Kesatuan elemen internal ini dibentuk melalui dua proses *framing*, yakni: 1) identifikasi siapa 'kita', siapa 'mereka', siapa 'kawan', siapa 'lawan'; dan 2) menguraikan persoalan-persoalan yang tengah dihadapi dan bagaimana mengatasinya<sup>76</sup>.

---

75 Gamson, 1992 dalam Klandermans, Bert. 2005. *Protes dalam Kajian Psikologi Sosial*, hal. 7. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

76 Hiariej, Eric. 2010. "Aksi dan Identitas Kolektif Gerakan Islam Radikal di Indonesia". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 14, No. 2, hal. 141. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

## Gambar 3.2

### Strategi Nalar dalam Konstruksi Identitas



Sumber: <https://www.facebook.com/forbali13>

Dalam setiap media sosial yang digunakan, ForBALI menyebut investor rakus sebagai musuh yang sedang mereka lawan<sup>77</sup>. Mereka sadar betul, Bali tetap membutuhkan investasi, namun bukan berarti dapat dilakukan dengan merampas ruang hidup orang banyak secara manipulatif<sup>78</sup>. Di Bali, investor rakus ditujukan kepada pengusaha yang berinvestasi dengan mengeksploitasi alam. Mereka menggunakan segala cara, termasuk mempermainkan hukum negara dan menjilat penguasa, demi memuluskan proyeknya. Sedangkan masyarakat lokal hanya bisa tersingkir

77 Identifikasi siapa lawan dan kawan, peneliti simpulkan dari beberapa konten ForBALI di Facebook dan Twitter.

78 Berdasarkan wawancara Direktur Eksekutif WALHI Bali, sekaligus Humas ForBALI Suriadi Darmoko, pada 4 April 2015.

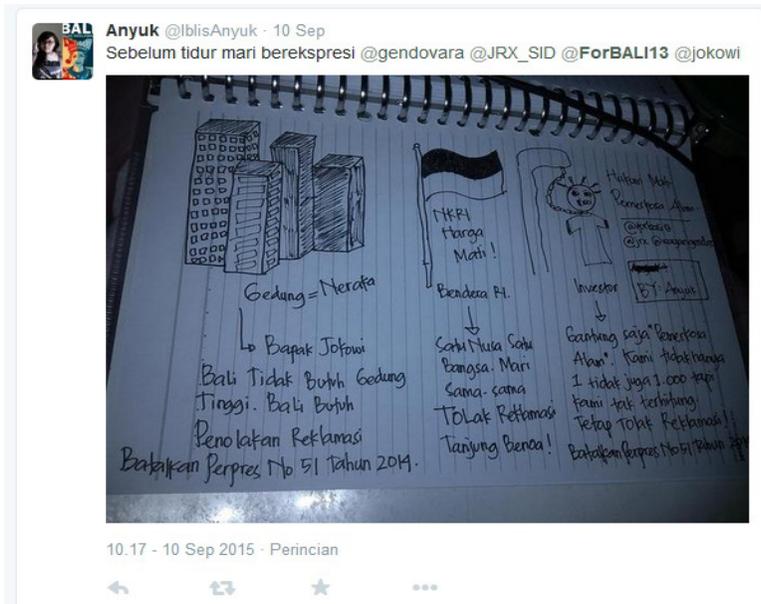
dari tanah dan budayanya sendiri sembari menanggung dampak kerusakan lingkungan.

Sikap tegas warga dalam memosisikan Tomy Winata sebagai lawan bisa dilihat saat terjadi pengrusakan baligho tolak reklamasi oleh oknum tak dikenal. Komunitas adat mengklaim bahwa Tomy Winata dan Gubernur Mangku Pastika menjadi dalang di balik pengrusakan tersebut. Komunitas adat kemudian membuat ulang baligho, mendirikannya, dan mengunggah kembali aksi tersebut di media sosial. Mereka ingin menunjukkan bahwa perlawanan mereka tidak bisa dibungkam oleh intimidasi apapun.

Makna 'kawan' dalam proses framing adalah siapa saja yang mendukung gerakan tolak reklamasi. Konten dalam media sosial unggahan ForBALI membangkitkan kemarahan pengguna media sosial. Timbul rasa empati sebagai bagian dari rakyat yang menolak kerjasama antara penguasa dan investor rakus. Lantas terbentuklah identitas bersama bahwa mereka sebagai rakyat Indonesia dilarang mengorbankan keseimbangan alam demi keuntungan perusahaan.

### Gambar 3.3

## Ekspresi Kemarahan Lewat Twitter



Sumber: <https://twitter.com/ForBALI13>

Melalui konten di media sosial, ForBALI menciptakan nalar bahwa rakyat juga memiliki kecerdasan dan kreativitas dalam menggunakan pengetahuan dan teknologi demi melindungi alam. Kreativitas hadir dalam bentuk infografis atau ilustrasi yang menjelaskan fakta-data terkait Teluk Benoa hingga apa yang akan terjadi jika teluk direklamasi. Infografis dan ilustrasi menyajikan data dengan tampilan menarik namun sederhana, sehingga masyarakat awam dapat memahami masalah dengan lebih mudah dan cepat.

Secara tegas, ForBALI menyatakan di media sosial bahwa satu-satunya solusi atas masalah rencana reklamasi Teluk Benoa ini adalah pencabutan Peraturan Presiden No. 51 Tahun 2014. Jika Perpres ini dicabut, maka Teluk Benoa akan kembali pada statusnya sebagai wilayah konservasi perairan. Tidak diizinkan dilakukan aktivitas apapun yang dapat mengganggu upaya konservasi, termasuk reklamasi berkedok revitalisasi.

Dengan demikian, media sosial memfasilitasi strategi nalar, terutama dalam pembentukan identitas. siapa kawan, siapa lawan, serta pemaparan masalah, sekaligus solusi yang dihadirkan diidentifikasi dengan jelas. identitas kolektif dalam benak pendukung tolak reklamasi Teluk Benoa bahwa mereka harus melakukan sesuatu untuk menunjukkan sikap mereka muncul secara natural. Jangan sampai ada sikap diam atau acuh tak acuh yang mendasari argumen penguasa maupun investor bahwa proyek mereka diterima dengan baik oleh masyarakat. Segala bentuk dukungan, baik disuarakan melalui media sosial atau secara nyata, telah dianggap sebagai bentuk solidaritas yang menguatkan gerakan ini. ForBALI menyebutnya sebagai 'solidaritas tanpa batas yang mampu merobohkan kerakusan tanpa batas'<sup>79</sup>. Solidaritas bisa datang dari siapa saja dan di mana saja. Media sosial digunakan sebagai strategi bagi para aktor untuk membangun dan merawat solidaritas yang tanpa batas itu.

---

79 Hasil observasi peneliti terhadap konten-konten pada akun ForBALI di Facebook, Twitter, dan Instagram.

## Strategi Refleksi

Media sosial memfasilitasi strategi refleksi ketika sebuah gerakan berhasil memaksakan solusi atas tuntutan mereka melalui produksi pengetahuan yang bersifat oposisi (*counter-hegemony*<sup>80</sup>) serta mengontrol arus informasi. Makna politiknya bergantung pada artikulasi hegemonik atas perjuangan dan tuntutan mereka dalam menghadapi rezim lokal yang manipulatif dan represif. ForBALI menjadikan media sosial menjadi arena pertarungan opini atas isu reklamasi Teluk Benoa secara terbuka. Strategi ‘perang informasi’ di media sosial masih dalam tataran semantik, yakni: “*involves engaging and undermining the discursive norms and realities of the systems as a whole*<sup>81</sup>”. Maksudnya, konten di media sosial sengaja diciptakan untuk menghancurkan wacana normatif dan realita sistem kekuasaan saat ini sebagai suatu kesatuan.

---

80 Hegemoni bekerja dua arah, *top-down* saat rezim represif melakukan hegemonisasi, juga saat terjadi resistensi masyarakat terhadap penindasan atau tekanan rezim, dalam Hutagalung, Daniel. 2008. “Hegemoni dan Demokrasi Radikal-Plural: Membaca Laclau dan Mouffe”. Laclau, Ernesto & Chantal Mouffe. *Hegemoni dan Strategi Sosialis: Postmarxisme + Gerakan Sosial Baru* (Terj. Eko Prasetyo Darmawan), hal. xiii. Yogyakarta: Resist Book.

81 Dominguez, 2002 dalam Lane, Jill & Ricardo Dominguez. 2003. “Digital Zapatistas”. *TDR*, Vol. 47, No. 2, hal. 136. Cambridge: The MIT Press.

### Gambar 3.4

## Strategi Refleksi Melalui Fotografi



Sumber: <https://instagram.com/forbali13/>

Strategi semantik dibuktikan melalui penciptaan dan penyebaran konten media sosial yang secara terang-terangan membongkar keburukan atau kebusukan penguasa. Mereka membeberkan bukti-bukti secara jelas dan lugas, seperti foto dan link berita atau hasil kajian mengenai kebohongan dan pembodohan yang telah dilakukan Pemprov. Bali bersama PT. TWBI. Penggunaan *hashtag* #TolakDibodohi dan #TolakDibohongi mempertegas argumen mereka bahwa ada kerjasama antara pemerintah daerah, khususnya Gubernur Bali Made Mangku Pastika dengan pengusaha Tomy Winata.

Rententan kronologis peristiwa pun dibebaskan melalui *tweet-tweet* disertai argumen bahwa rencana reklamasi Teluk Benoa sudah berjalan lama, jauh sebelum pembangunan

Jalan Tol Bali Mandara. Aksi penanaman bakau bersama pesepakbola Christiano Ronaldo dan mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dinilai sebagai salah satu episode drama untuk menutupi rencana reklamasi seluas 838 hektar di Teluk Benoa. Logika pemikiran ini dipaparkan secara gamblang melalui media sosial. Strategi perlawanan secara semantik melalui konten di media sosial secara jelas memperlihatkan relasi kuasa yang tersembunyi antara pemerintah dan penguasa kepada *netizen*. Partisipasi aktif seperti bertukar komentar, *link* atau data terkait, memperkuat proses pembelajaran bersama.

Peran refleksi juga ditunjukkan melalui upaya kontrol arus informasi. Di Indonesia, media sosial sama-sama digunakan baik oleh publik maupun penguasa. Opini di media sosial tidak lagi dipandang sebelah mata oleh pemerintah. Tak jarang, elit penguasa pun menggunakan media sosial untuk memantau perkembangan isu atau topik pembicaraan di tataran akar rumput. Keterbukaan inilah yang dimanfaatkan oleh aktor gerakan untuk menyuarakan kebenaran.

ForBALI mengakui bahwa gerakan ini sangat memprioritaskan strategi pendidikan publik melalui media sosial<sup>82</sup>. Tolak ukur keberhasilan media sosial adalah bagaimana mereka dapat menyebarkan pesan penolakan secara konsisten dan mampu diterima oleh publik secara luas. Hal ini penting bagi para aktor, karena pada dasarnya mereka menyadari bahwa lawan mereka sungguh-sungguh

---

82 Berdasarkan wawancara Suriadi Darmoko pada 4 April 2015 dan Wayan Gendo Suardana pada 7 Mei 2015.

merespon perkembangan isu di media sosial. Pemerintah tentu tidak menginginkan citra mereka rusak di mata publik, sedangkan pengusaha tidak ingin kehilangan target pasar mereka ketika memandang produk mereka sama buruknya dengan citra perusahaan.

### Gambar 3.5

#### Aksi Volunteer Massa Parade Budaya



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=0Gwagb1WkMs>

Youtube menjadi kanal pengunggahan video dokumentasi setiap aksi parade budaya. Dengan kreativitas ala anak muda, video telah melewati proses editing sehingga lebih menarik untuk ditonton. Video menampilkan potongan-potongan orasi, lirik lagu, atau syair puisi yang paling bermakna kuat, tegas, dan lugas untuk menolak reklamasi Teluk Benoa. Orasi yang disampaikan berisi konfirmasi, pernyataan,

atau jawaban atas tuduhan-tuduhan negatif dari pihak pro reklamasi atas pergerakan mereka. Upaya para aktor dalam melawan setiap tuduhan negatif yang dialamatkan kepada kelompok tolak reklamasi melalui media sosial ini dibaca sebagai strategi aktor dalam mengontrol arus informasi. Publik harus mendapatkan informasi dari kedua belah pihak: pro dan kontra, supaya dapat menimbang argumentasi kubu mana yang lebih kuat dan meyakinkan.



# BAB IV

## TRANSFORMASI STRATEGI GERAKAN

*“You can let millions of people know with just one click what’s happening. But it’s hard to get all the million people involved just because of that click” (Mark Baverlein, 2011)*

*“The power of the people is stronger than the people in power”  
(Ghonim, 2011)*

### **Pengantar**

**G**erakan *Bali Tolak Reklamasi* aktif bergerak di media sosial dan aksi nyata selama dua tahun. Informasi dikonsolidasikan lewat media sosial dan bergaung di komunitas nyata. Hingga saat ini, gerakan masih konsisten dan tidak ada tanda-tanda gerakan akan berhenti sampai tuntutan mereka terpenuhi: pencabutan Peraturan Presiden

No. 51 Tahun 2014 dan mengembalikan Teluk Benoa sebagai kawasan konservasi perairan.

BAB ini membahas mengapa aktor kemudian memutuskan untuk melanjutkan strategi mereka ke gerakan nyata (aksi jalanan). Bagaimana proses transformasi strategi gerakan serta syarat penting apa saja yang dibutuhkan untuk mengubah aktivitas media sosial menjadi gerakan di dunia nyata. Tujuannya adalah memberi pemahaman kepada pembaca bahwa media sosial sebagai teknologi baru, mampu mendorong representasi demokratis, hanya jika sejumlah variabel yang menjadi syarat transformasi gerakan dapat dipenuhi.

### **Memasuki Aksi Jalanan**

ForBALI memulai perlawanan pada Agustus 2013 lewat Twitter, Facebook, dan Youtube, disusul Instagram pada Agustus 2014. Selama kurun waktu tersebut, ForBALI membangun opini menolak reklamasi Teluk Benoa dan mengajak beraksi di dunia nyata. Pada 22 Januari 2014, ForBALI bersama sejumlah organisasi masyarakat sipil peduli lingkungan dari berbagai penjuru Indonesia mengadakan aksi penolakan reklamasi kawasan teluk di depan Istana Merdeka, Jakarta. Aksi protes ini terjadi setelah media massa konvensional marak mengangkat rencana reklamasi sejumlah teluk oleh pemerintah daerah, seperti Teluk Jakarta, Teluk Palu, Teluk Kendari, termasuk Teluk Benoa. Sedangkan aksi pertama ForBALI di Bali dilakukan 17 Juni 2014, tidak lama setelah Presiden mengesahkan Peraturan Presiden No. 51/Thn. 2014 yang mengubah status kawasan Teluk Benoa dari

kawasan konservasi perairan ke zona penyangga (*buffer zone*) pada 13 Juni 2014.

Wacana negatif dari pihak pro reklamasi terhadap postingan maupun aksi ForBALI di Jakarta menjadi viral di Facebook dan Twitter. Berdasarkan observasi peneliti, terdapat lima wacana yang sering dilontarkan untuk menyanggah argument pendukung tolak reklamasi. Wacana pertama, kelompok tolak reklamasi merupakan bagian dari 'barisan sakit hati' atas kemenangan Gubernur Made Mangku Pastika dalam Pilkada 2013. Kedua, penolak reklamasi dibayar investor asing yang menjadi lawan pebisnis Tomy Winata. Ketiga, isu reklamasi merupakan barang dagangan LSM yang tidak berakar dari suara masyarakat adat Tanjung Benoa. Keempat, keterlibatan musisi dan seniman Bali dalam gerakan ini dianggap sebagai cara pintas untuk meningkatkan popularitas. Kelima, pendukung tolak reklamasi di media sosial dianggap sebagai anak muda labil yang cuma ikut-ikutan musisi idola mereka. Tudingan banyak dilakukan oleh akun-akun palsu yang baru saja dibuat, dengan nama dan data profil yang tidak jelas. Berbagai tudingan ini justru menguatkan konsolidasi isu tolak reklamasi Teluk Benoa di media sosial.

ForBALI memprioritaskan media sosial sebagai strategi pendidikan publik sebab jangkauan lebih luas dan biaya lebih murah. Namun untuk interaksi lebih dekat dengan masyarakat pesisir yang sebagian besar tidak menggunakan media sosial, mereka tetap mengadakan sosialisasi dan dialog langsung. Dari dialog dengan masyarakat, muncul refleksi bahwa selama ini Bali dikenal dunia bukan karena

kemewahan fasilitas pariwisatanya, melainkan keindahan alam dan keunikan tradisi budayanya.

Hasil kajian modeling lembaga Conversation International menyatakan bahwa reklamasi Teluk Benoa seluas sekitar 800 hektar, akan membuat wilayah sekitar seperti Sanur Kauh, Suwung Kangin, Pesanggaran, Pemogan, Simpang Dewa Ruci, Bandara Ngurah Rai, Tanjung Benoa tenggelam. Wilayah ini akan kekurangan tampungan air dari lima daerah aliran sungai (DAS) yang saat ini bermuara di Teluk Benoa, yaitu DAS Badung, DAS Mati, DAS Tuban, DAS SAMA, dan DAS Bualu. Dialektika ini kemudian melahirkan komitmen untuk tetap bersuara dan menjaga perlawanan ini tetap menyala. Slogan “Benoa adalah rumah” sebagai tafsir atas *Tri Hita Karana* digunakan para pentolan gerakan untuk mengajak seluruh warga Bali melindungi Teluk Benoa.

### **Aksi Nyata Kami, Parade Budaya**

Sejalan dengan teori Gerakan Sosial Baru yang menyatakan bahwa aksi merupakan strategi akhir dari proses pembentukan kolektivitas gerakan, ForBALI memosisikan aksi nyata sebagai titik pamungkas dari strategi gerakan. Aksi dilakukan dengan cukup konsisten, rata-rata sebulan sekali selama dua tahun dan masih terus berlanjut hingga saat ini. Jumlah massa yang hadir cukup fluktuatif. Memang tidak pernah ada target jumlah massa. Berapapun jumlah orang yang datang berpartisipasi, apapun kendalanya, aksi

nyata harus tetap berjalan<sup>83</sup>. Hal utamanya adalah mereka menunjukkan kepada penguasa bahwa masyarakat akar rumput Bali tidak diam, mereka melawan.

*“Aksi itu sebagai bentuk peringatan pada mereka bahwa isu ini tetap kita kawal. Pemerintah harus tahu bahwa orang Bali, masyarakat Bali, atau orang yang hidup dan peduli lingkungan di Bali itu menyatakan penolakan terhadap reklamasi.”* (Wawancara Suriadi Darmoko pada 4 April 2015)

### **Gambar 4.1** **Persiapan Long March “Bali Tolak Reklamasi”**



Sumber: Dokumentasi pribadi

Keterangan: Masa berkumpul di Lapangan Parkir Timur Lapangan Renon, Selasa 17 Juni 2014 pkl 09.00 WIB

---

83 Berdasarkan wawancara dengan I Ngurah Termama, pemilik Taman Baca Kesiman sekaligus secara informal menjadi Sekretariat ForBALI, pada 12 Maret 2015. Wawancara bersamaan dengan acara diskusi publik hasil penelitian MP3EI di Taman Baca Kesiman. Hasil penelitian MP3EI menyatakan bahwa Teluk Benoa tidak layak untuk direklamasi.

## Gambar 4.2

### *Long-March* menuju Kantor Gubernur



Sumber: Dokumentasi pribadi, Selasa 17 Juni 2014

Aksi demonstrasi mereka sebut sebagai parade budaya. Menunjukkan bahwa gerakan ini bukan sekadar gerakan lingkungan, tetapi juga menyangkut perjuangan masyarakat lokal dalam mempertahankan nilai adat dan budaya. Reklamasi Teluk Benoa dianggap akan merusak tatanan hidup budaya Bali sebagaimana tertuang dalam prinsip ekologi-religiusitas *Tri Hita Karana*. Unsur-unsur budaya pun sengaja ditampilkan. Salah satu unsur budaya Bali yang digunakan adalah *Bleganjur* -gamelan khas Bali yang mengiringi tarian Barong-, sebuah simbol kebenaran yang akan selalu menang melawan kebathilan. Kehadiran *Bleganjur* dalam parade budaya menjadi simbol perlawanan masyarakat Bali pada kerakusan investor yang ingin menduduki kawasan konservasi Teluk Benoa. Melengkapi simbol budaya, sejumlah

ibu-ibu mengikuti *long-march* dengan menggunakan pakaian sembahyang sembari membawa *canang* (Banten).

Penampilan unsur budaya dianggap ForBALI sebagai salah satu faktor yang menciptakan kesan gerakan ala pemuda<sup>84</sup> yang gaul, *cool*, *funky*<sup>85</sup> dan tetap peduli terhadap budaya lokal, tapi tidak kehilangan substansi kekritisannya. Kemasan parade budaya memberi dua keuntungan: proses mobilisasi massa mudah karena anak-anak hingga dewasa tidak mendapat larangan untuk turut serta, dan para aktivis bisa selalu mengingatkan bagaimana rencana reklamasi akan mencederai nilai *Tri Hita Karana*<sup>86</sup> yang dijunjung oleh masyarakat Hindu Bali dalam orasinya. Selain itu, mereka juga membuat film “Kala Benoa” dan pameran foto. Sejumlah aksi perlawanan ForBALI yang dikemas dalam pertunjukan seni budaya kemudian menjadi ciri utama mereka.

---

84 Pemuda bukan semata dilihat berdasarkan usia para aktor, tetapi juga semangat dan keberaniannya untuk melakukan perubahan.

85 Berdasarkan wawancara dengan Robert, aktivis ForBALI, dan ditegaskan kembali oleh Gendo. Wawancara dilakukan dalam waktu dan tempat berbeda.

86 *Tri Hita Karana* mensyaratkan hubungan yang harmonis antara Tuhan, manusia, dan alam.

**Gambar 4.3**  
***Bleganjur: Simbol Perlawanan***



Sumber: <https://www.instagram.com/forbali13>

**Gambar 4.4**  
**Musisi dan Seniman Terlibat Aktif**



Sumber: <https://www.facebook.com/forbali13>

**Gambar 4.5**  
**OutSiders Bergerak**



Sumber: Dokumentasi pribadi

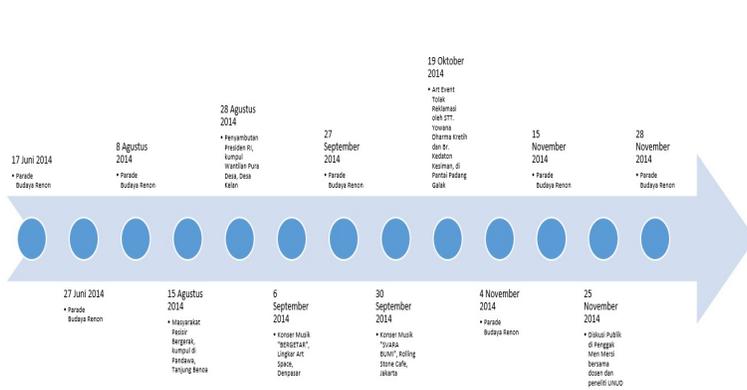
Keterlibatan musisi dan seniman memberi keuntungan dalam menyebarkan informasi gerakan sekaligus mobilisasi massa. Dalam setiap konser, sejumlah musisi selalu membicarakan isu ini. Mereka mengajak para penonton untuk menyuarkan hal yang sama, menolak reklamasi Teluk Benoa. Nostress menyuarkan gerakan Bali Tolak Reklamasi dalam aksi panggungnya di Kanada. Navicula baru-baru ini merilis lagu berjudul “Harimau, Harimau” sebagai sindiran atas tindakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang mengizinkan reklamasi di Teluk Benoa.

Para musisi dan seniman kemudian bergabung dalam divisi populer gerakan *Bali Tolak Reklamasi*. Tidak ada lagi sekat *genre*, mulai dari *folk* hingga *punk*. Mereka bergabung dengan kesadaran dari hati nurani, disertai pemahaman yang utuh mengenai alasan mengapa mereka merapat pada kelompok tolak reklamasi Teluk Benoa. Pemahaman dan kesadaran ini lah yang kemudian mereka sampaikan dan tultarkan kepada para penggemar dalam setiap penampilan musik mereka. Banyak penggemar mengaku ikut ambil bagian dalam parade karena tergugah hati dan pikirannya untuk turut serta menolak reklamasi. Diantaranya penggemar Superman Is Dead (SID) yang menyebut dirinya sebagai Outsider (fans laki-laki) dan Lady Rose (fans perempuan) tampak turun ke jalan dengan membawa spanduk yang menyatakan dukungan mereka terhadap ForBALI. Para penggemar musisi ini bukan massa mengambang yang hanya dimobilisasi tanpa mengerti duduk perkaranya. Mereka tahu apa yang sedang terjadi dan sadar mengapa mereka bersikap menolak reklamasi.

Transformasi strategi gerakan dari aktivitas media sosial ke aksi nyata berlangsung secara konsisten selama satu tahun. Salah seorang aktor ForBALI, Ngurah Termana, mengatakan bahwa tahun 2015 menjadi tahun pertarungan bagi perjuangan reklamasi Teluk Benoa. PT. Tirta Wahana Bali Internasional tinggal mengurus ijin Analisa Dampak Lingkungan (AMDAL), dan semua orang tahu betapa pengurusan ijin itu sangat mudah dimanipulasi. Oleh karena itu, perlawanan menjadi semakin sering disuarakan baik melalui parade budaya, konser musik, maupun diskusi publik.

Pada akhirnya, aksi nyata yang dikemas sebagai parade budaya, tidak hanya berperan sebagai ujung tombak strategi untuk membatalkan kebijakan pemerintah, melainkan menjadi cara menunjukkan eksistensi kehadiran ForBALI sebagai masyarakat Bali yang menolak rencana reklamasi Teluk Benoa. Konsistensi aksi gerakan nyata ForBALI dapat secara jelas dilihat melalui **Diagram 4.1** dan **Diagram 4.2** di bawah ini:

**Diagram 4.1**  
**Aksi Nyata ForBALI Tahun 2014**



Sumber: Diolah secara mandiri oleh peneliti berdasarkan klipng poster event yang diunggah di media sosial

## Diagram 4.2

### Aksi Nyata ForBALI Tahun 2015



Sumber: Diolah secara mandiri oleh peneliti berdasarkan klipng poster event yang diunggah di media sosial

### Dari Digital Ke Nyata

Media sosial menjadi teknologi baru yang revolusioner namun tidak netral dan cenderung menipu. Hal ini karena penggunaan media sosial telah mengubah bentuk partisipasi para aktor. Publik merasa bahwa mereka telah berpartisipasi dalam perlawanan ketika mereka terhubung melalui tanda tangan petisi, *follow*, *like*, *share*, atau *retweet*. Faktanya, media sosial tidak pernah membentuk struktur apapun. Media sosial hanya menjadi alat bagi struktur yang sudah ada, yakni jaringan kuat di antara aktor. Sedangkan struktur perlawanan virtual tidak pernah terbentuk tanpa ada pertemuan tatap muka dari setiap aktor.

Gerakan *Bali Tolak Reklamasi* menunjukkan adanya hubungan ketergantungan yang positif antara aktivitas media sosial dengan aksi nyata. Penelitian ini kemudian merumuskan lima syarat yang harus dipenuhi agar aktivitas media sosial dapat berlanjut ke aksi nyata demi mendorong perubahan isu publik menjadi agenda politik, yaitu<sup>87</sup>: 1) produksi konten di media sosial mampu membangkitkan kemarahan publik; 2) komitmen perlawanan yang kuat dari aktor gerakan; 3) ikatan kuat antaraktor: secara eksternal dengan kelompok yang dibela, serta secara internal diantara pengguna media sosial; 4) mampu menarik perhatian media massa konvensional untuk mengangkat dan membingkai isu gerakan; dan 5) peluang politik yang memungkinkan keterbukaan akses informasi sekaligus aksi nyata.

### **Konten Kemarahan**

Media sosial memberikan ruang bagi partisipasi publik, sehingga masyarakat tidak hanya menerima informasi satu arah, tetapi juga mampu berkomentar, menyebarkan informasi, bahkan membuat konten perlawanan sendiri. ForBALI sering memproduksi konten berupa *meme*, foto, atau deskripsi yang membongkar kebohongan penguasa. Namun penggunaan *hashtag* dalam konten lah yang berperan tidak hanya untuk mengatur perdebatan di dunia maya, tetapi

---

87 Penomoran syarat ini bukanlah suatu tingkatan, dalam arti harus memenuhi syarat yang satu baru yang lain. Bukan pula penanda prioritas bahwa nomor 5 lebih penting dari nomor 1, atau sebaliknya. Kelima syarat ini merupakan suatu kumpulan dengan posisi setara antara faktor satu dan lain, namun saling berhubungan, tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lain.

juga untuk menetapkan emosi kolektif (*the collective mood*). Jejaring opini yang terbentuk kemudian menumbuhkan solidaritas bersama untuk melawan kongkalikong penguasa dan pengusaha.

Media sosial merupakan alat yang sangat efektif untuk membongkar kebohongan penguasa. Awalnya, ForBALI memposting keluhan atas massifnya kerusakan lingkungan di kawasan pesisir Bali Selatan. Keluhan yang terus diproduksi dan semakin menguat, akhirnya menciptakan konten-konten kemarahan. Diantara konten kemarahan yang pernah disebarakan melalui Twitter adalah diungkapnya kerjasama antara mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dengan Tommy Winata dalam membentuk citra kepedulian mereka terhadap habitat *mangrove* di Teluk Benoa. Padahal *event* penanaman bakau hanya topeng mereka untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat lokal.

Produksi konten kemarahan berlanjut dengan bom *tweet/retweet* pada September 2013 terhadap Christian Ronaldo yang ditunjuk sebagai duta penanaman bakau di Teluk Benoa pada event 'Peduli Mangrove' 26 Juni 2013. ForBALI mengirimkan surat terbuka terhadap Christiano Ronaldo dengan *mention* akun Twitter @cristiano dan menggunakan *hashtag* #cr7fooled. ForBALI menulis bahwa Christiano telah dibodohi pemerintah Indonesia karena pada saat penanaman bakau, SK reklamasi telah diterbitkan Gubernur Bali. Dalam surat terbuka itu, ForBALI meminta bantuan agar Christiano ikut mendukung aksi mereka membatalkan Perpres No. 51/2014. Walaupun tidak mendapat tanggapan resmi dari Christiano Ronaldo, surat

terbuka ini disebarakan secara luas oleh *netizen* dan menjadi pembicaraan hangat di media sosial.

**Gambar 4.6**

**Screenshot Tayangan Metro TV**



Sumber: <https://www.twitter.com/forBALI13>

Konten kemarahan lainnya diproduksi ketika Metro TV menghadirkan narasumber palsu yang mengaku sebagai Ketua LPM Tanjung Bena via telepon. Metro TV, pada 27 November 2014, menuliskan bahwa Ketua LPM Tanjung Bena bernama Wayan Muka. Padahal saat tayangan itu dibuat, Kadek Duarsa lah yang tengah menjabat selaku Ketua LPM Tanjung Bena. Narasumber palsu ini memberikan pernyataan seolah-olah masyarakat lokal mendukung

rencana reklamasi Teluk Benoa yang dilakukan PT. TWBI. Tidak lama setelah tayangan ini mengudara, lewat Twitter dan Facebook kebohongan tayangan tersebut dibebaskan secara cepat. Mereka juga mengatakan Metro TV mendapat bayaran untuk berpihak pada pengusaha. Etika jurnalisisme Metro TV dipertanyakan dan menimbulkan kemarahan sekaligus menarik perhatian *netizen* akan isu *Bali Tolak Reklamasi*. Sampai akhir, tidak ada klarifikasi maupun permintaan maaf dari Metro TV terkait kelalaian verifikasi narasumber.

Dukungan semakin kuat ketika apa yang ditakutkan selama ini menjadi kenyataan, bahkan sebelum reklamasi Teluk Benoa dilakukan. Untuk pertama kalinya, Nusa Dua mengalami banjir setelah satu jam diguyur hujan deras. Jalan *bypass* Ngurah Rai, tepatnya di depan pintu masuk Tol Bali Mandara, tergenang air. Banjir rob yang terjadi sempat melumpuhkan lalu lintas sekaligus menutup Tol Bali Mandara yang tergenang air laut. Postingan kondisi jalanan saat itu ramai dipertukarkan melalui media sosial. Dengan bencana ini, argumen pihak penolak reklamasi semakin kencang. Mereka berkali-kali meneriakkan ancaman bahaya banjir jika reklamasi dilakukan. Reklamasi Teluk Benoa hanya akan memperparah banjir rob nantinya. Kini, khalayak luas menjadi tahu bahwa Bali juga terancam mengalami budaya banjir layaknya Jakarta. Logika ini tersebar melalui *netizen*, baik melalui komentar, maupun reproduksi konten.

**Gambar 4.7**  
**Banjir Rob Nusa Dua**



Sumber: <https://www.facebook.com/forbali13>

Kemarahan terhadap penguasa yang tersebar melalui media sosial ternyata tidak mampu memberi daya tekan bagi penguasa. Lawan malah semakin mengkristalkan posisi mereka (*standing position*) melalui media sosial. Seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya, karakter media sosial ikut memberi kesempatan baik kepada gerakan maupun lawan untuk melegitimasi argumentasi masing-masing. Kelompok pro-reklamasi mengatasnamakan diri mereka ForBALIs (Forum Bali Harmonis). Mereka mengikuti setiap sepak-terjang ForBALI di media sosial. ForBALIs ikut menggunakan media sosial Facebook, Youtube, maupun Twitter dengan nama yang mirip namun menghadirkan konten sindiran terhadap pihak tolak reklamsi. Argumen ForBALIs, reklamasi Teluk Benoa harus didukung karena

menjadi bagian dari revitalisasi Teluk Benoa demi kemajuan pariwisata Bali. ForBALIs juga mengadakan aksi serupa yaitu *long-march* di Renon dan berorasi di halaman kantor DPRD Bali. Mereka ikut mengunggah aksi tersebut di media sosial, sekaligus memanfaatkan jejaring media massa konvensional untuk memberitakan aksi mereka dengan *tone* positif.

#### Gambar 4.8

#### Meme Sindiran dari Pihak Lawan



Logo pada spanduk ForBALIs dibuat mirip dengan logo ForBALI berhasil mengecoh warga. Sejumlah pendukung ForBALI pernah tanpa sengaja bergabung dalam aksi ForBALIs di lapangan Renon. Awalnya, mereka diajak teman untuk aksi tolak reklamasi di Renon. Akan tetapi, begitu

sampai di Renon, mereka disodori amplop sebagai bayaran telah ikut berpartisipasi dalam aksi. Padahal ForBALI tidak pernah melakukan hal demikian. Saat menyadari bahwa aksi saat itu adalah aksi mendukung reklamasi Teluk Benoa milik ForBALIs, warga kemudian pergi meninggalkan lapangan Renon. Pengalaman ini mereka bagikan melalui Facebook, sekaligus menampik berita bohong ForBALIs yang mengatakan bahwa ForBALI adalah gerakan bayaran. ForBALI kemudian mengajak massa memblokir akun ForBALIs di media sosial.

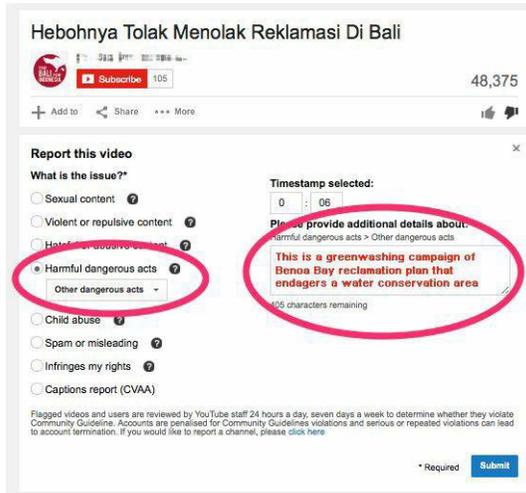
#### Gambar 4.9

#### Konten Balasan dari Pendukung ForBALI



Sumber: [https://twitter.com/ladymagneto\\_](https://twitter.com/ladymagneto_)

**Gambar 4.10**  
**Blokir ForBALIs**



Sumber: <https://www.twitter.com/forBALI13>

Dengan demikian, media sosial mampu secara cepat menumbuhkan kemarahan *netizen* yang berakibat pada tumbuhnya rasa solidaritas bersama. Kemarahan ini memang tidak lantas memberi daya tekan bagi lawan. Namun, kemarahan mampu melanjutkan strategi perlawanan dari aktivitas media sosial ke aksi nyata

### **Komitmen Perlawanan**

Aktivitas media sosial *Bali Tolak Reklamasi* sudah lebih dari tiga tahun sejak Agustus 2013. Konsistensi pengawalan isu ini tidak lepas dari komitmen politik para aktor atas tuntutan pembatalan Perpres No. 51 Tahun 2014. Pembuatan dan penyebaran konten secara rutin di empat media sosial

dan satu situs web membuat gerakan ini dapat beredar dengan cepat di Internet (*go viral*). Berita singkat di Twitter yang terus diposting hingga kini berfungsi membangkitkan ingatan para *followers* bahwa gerakan ini belum selesai.

Para aktor menunjukkan kreativitas mereka dalam menggunakan setiap bentuk media sosial. Lewat Twitter, di setiap kunjungan Joko Widodo ke Bali, ForBALI akan *mention* @jokowi\_do2 dan mengajaknya blusukan melalui *hashtag* #BlusukanBali di dunia maya. Di sana, ForBALI menggunggah foto-foto bagaimana kondisi Pulau Pudut sebelum dan sesudah reklamasi Serangan. ForBALI ingin menyampaikan pesan bahwa kondisi pesisir pantai Bali selatan sudah sangat parah. Reklamasi Teluk Benoa hanya akan memperparah ekosistem pesisir laut di Bali Selatan. Bersamaan dengan #BlusukanBali di Twitter, beberapa anggota ForBALI mencegat Joko Widodo di bandara. Mereka memberikan data-data yang mendukung tuntutan. Sayang, tidak ada respon dari akun Joko Widodo pun dalam aksi pengecatan.

### Gambar 4.11

#### Pengrusakan Baligho Suwung Kauh



Sumber: <https://www.facebook.com/forbali13>

Baligho Tolak Reklamasi Teluk Benoa yang secara swadaya dibuat dan didirikan oleh banjar desa dan pemuda adat, seringkali dirusak orang-orang tak dikenal. Pengrusakan tidak hanya di satu banjar, tetapi merata di seluruh kawasan Bali. Salah satunya pengrusakan dilakukan di sepanjang Jalan Bypass Ngurah Rai ketika ada kunjungan tamu negara. Jalan Bypass Ngurah Rai merupakan jalan utama dari Bandara Internasional Ngurah Rai ke berbagai tujuan di Bali Selatan. Setiap tamu negara yang datang pasti akan melewati jalan ini. Pencopotan baligho menghilangkan jejak penolakan masyarakat terhadap reklamasi Teluk Benoa. Warga tidak tinggal diam. Setiap kali baligho dirusak, setiap itu pula baligho-baligho baru dipasang. Proses pencopotan baligho rusak sampai pendirian baligho baru diunggah di media sosial.

## **Ikatan Kuat Antaraktor**

Media sosial menggunakan logika berjejaring dalam menghubungkan aktor-aktor kolektif yang beragam, sehingga penyebaran informasi menjadi lebih cepat dan luas. Jejaring baru menyebar ke komunitas yang juga terbangun dari pertemanan dunia nyata. Hubungan antara komunitas yang satu dengan komunitas lain terbentuk melalui aktor *bridge*<sup>88</sup> dengan sifat ikatan lemah. Dengan logika agregasi –mengumpulkan aktor dalam ruang fisik- ikatan lemah berubah menjadi ikatan kuat.

Argumentasi secara kokoh terbentuk dalam diskusi-diskusi ruang nyata: pelaku diskusi hadir, perhatian, fokus, dan emosi juga nyata diperlihatkan. Hasil diskusi bisa saja berbeda bagi para aktor. Ada yang berpikir dan menyetujui pentingnya menolak reklamasi, ada juga yang teguh mendukung reklamasi. Butuh waktu lama untuk mempersuasi ide tolak reklamasi ke banyak kepala dengan beragam kepentingan. Akan tetapi, poin pentingnya adalah komunikasi tatap muka menghasilkan ikatan kuat karena para aktor bertemu dalam ruang nyata.

Dalam interaksi tatap muka, timbal-balik respon tidak tertunda sehingga makna pesan dapat diterima secara langsung. Jika komunikasi dilakukan melalui media sosial, seseorang bisa saja memblokir atau *me-unfollow* seseorang yang dirasa berbeda pendapat. Tidak ada kedekatan emosi dan jarak yang terbina dalam komunikasi media sosial.

---

88 *Bridge* adalah aktor yang menghubungkan seseorang dengan orang-orang yang tidak terhubung dengan teman-teman si aktor *bridge*.

Sedangkan dalam komunikasi tatap muka, pertukaran emosi antar lawan bicara lebih mudah terjadi. Simpati dan empati pun lebih mudah terbangun setelah melihat kondisi nyata yang terjadi, dan mendengar pendapat-pendapat langsung dari orang-orang dengan identitas nyata. Kepercayaan terhadap apa yang dikatakan narasumber lebih mudah ditumbuhkan.

Dalam komunikasi tatap muka, emosi para pembicara dapat lebih mudah tertangkap dan dipertukarkan. Misalnya, intonasi perkataan, emosi kemarahan atau keyakinan mendalam yang ditunjukkan melalui ekspresi nonverbal dapat lebih mudah ditangkap. Sama seperti yang dilakukan musisi-musisi tolak reklamasi ketika menggerakkan *fans* mereka langsung dari atas panggung. Para fans kemudian mengikuti teriakan menyetujui orasi sang musisi untuk menolak reklamasi.

Pertemuan tatap muka inilah yang menyebabkan perlawanan semakin berpengaruh. Media sosial memang mampu memobilisasi massa, namun tetap dibutuhkan interaksi tatap muka untuk menjangkau massa yang tidak memiliki akses atas media sosial. Kombinasi antara media sosial dan interaksi tatap muka menjadi cara terbaik untuk mempertahankan nyala api perlawanan. Aksi solidaritas dari berbagai kalangan di luar ForBALI ini menjadi isyarat bagi pemerintah bahwa isu ini dikawal dan mendapat dukungan secara luas: solidaritas tanpa batas!

## **Ikatan Kuat Pegiat Seni dan Aktivis**

Kekuatan jejaring para aktor, terutama seniman dan musisi yang tergabung dalam ForBALI, membuat gerakan ini berhasil dikenal hingga dunia internasional. Band *independent* asal Bali, Nosstress, saat melakukan *tour* di Jerman menyanyikan lagu-lagu bertema Bali Tolak Reklamasi sembari mengabarkan ancaman reklamasi yang akan dilakukan PT. TWBI di Teluk Benoa, Bali, dan mengunggah aksi ini di Youtube. Pada November 2014, di Austria, salah satu ilustrasi perlawanan Bali Tolak Reklamasi dijadikan prangko berkat kekuatan jejaring pertemanan antara seniman Sigie Dagit dan seorang seniman Austria Hans-Dieter Manhartsberger.

### **Gambar 4.12**

#### **Prangko Bali Tolak Reklamasi**



#### **Digie Sigit**

...menjadi perangko Austria, karya Solidaritas untuk Bali Tolak Reklamasi, edisi kolaborasi bersama Hans - Dieter Manhartsberger.

Sumber: <https://www.twitter.com/forBALI13>

Media sosial tidak serta merta membentuk struktur jaringan pertemanan. Pertemanan itu memang sudah terbentuk di dunia nyata. Namun, informasi semakin meluas akibat ikatan lemah yang tercipta dari jejaring pertemanan di media sosial. Informasi yang tersebar melalui ikatan lemah dapat berlanjut ke aksi nyata melalui ikatan kuat. Artinya, berbagai aktivitas mulai dari konser musik, nonton bareng film *Kala Benoa*, hingga diskusi terbuka merupakan cara membentuk ikatan kuat antaraktor. Para aktor yang cenderung menunjukkan dukungan melalui partisipasi di media sosial, dapat lebih mudah memutuskan untuk berpartisipasi dalam aksi nyata ketika sudah pernah bertemu tatap muka dengan aktor-aktor yang lain. Hadirnya ikatan kuat inilah yang membuat aksi nyata menjadi konsisten dan mampu bertahan hingga saat ini.

**Gambar 4.13**

**Konser Solidaritas**



Sumber: <https://www.instagram.com/forbali13>

Selain itu, aksi solidaritas tidak hanya terjadi di Bali tetapi juga di luar Bali dan luar negeri. Penggemar *Superman Is Dead* yaitu *Outsiders* dan *Lady Rose* ikut membuat aksi *long march* di kota masing-masing, seperti Bandung, Solo, Makassar, dan sebagainya. Bentuk dukungan ini mereka tunjukkan karena di setiap konsernya, SID selalu meminta dukungan teman-teman untuk perlawanan Bali melawan investor rakus yang sangat berpengaruh di Indonesia. Aksi solidaritas yang sudah dilakukan kemudian disebarkan kembali melalui foto dan video di media sosial.

### **Ikatan Kuat: Masyarakat Adat**

Gerakan sosial membutuhkan legitimasi dan dukungan dari masyarakat yang dibela (kelompok lokal) untuk dapat berpengaruh sehingga memiliki posisi tawar bagi lawan. Menyadari bahwa jejaring kekuasaan bekerja secara berkelanjutan pada setiap level lapisan masyarakat, ForBALI membangun kaki-kaki di masyarakat lokal. Nilai lokal *Tri Hita Karana* dan karakter khas perjuangan masyarakat Bali, *Puputan*, dihadirkan dalam wacana-wacana tolak reklamasi. *Tri Hita Karana* diturunkan menjadi dampak-dampak universal seperti sosial, ekonomi, lingkungan, dan budaya. Karakter *Puputan*, yakni rela mati membela tanah air, ketimbang menyerahkan diri kepada penjajah, disuarakan melalui media sosial. Mereka membuat perumpamaan Teluk Benoa sebagai tanah air dan pengusaha reklamasi sebagai penjajah. Wacana ini meskipun dibalut dengan unsur budaya lokal, namun berhasil diterima secara global.

Mayoritas masyarakat Tanjung Benoa adalah nelayan dan pelaku usaha kecil menengah. Tidak banyak dari mereka yang memiliki akses terhadap media sosial. Padahal penting membangun struktur perlawanan di seluruh lapisan masyarakat. Sulit mendapat dukungan jika tidak membangun interaksi positif secara nyata dengan masyarakat yang dibela. Gerakan Bali Tolak Reklamasi beruntung karena salah satu tokoh adat, Kadek Duarsa, yang memiliki basis massa sendiri di desa Tanjung Benoa, sudah sejak awal ikut serta mengawal isu ini. Wayan Kartika dan Made Yonda yang juga sama-sama sudah memiliki basis massa diajak serta. Baik antartokoh adat maupun dari tokoh adat ke basis massa saling berkoordinasi melalui grup *BlackBerry Messenger* (BBM). Akan tetapi, mengingat mayoritas warga tidak memiliki akses media sosial, perkembangan informasi juga disebar melalui tatap muka dan obrolan mulut ke mulut<sup>89</sup>. Masyarakat Tanjung Benoa memiliki kebiasaan berkumpul sembari minum arak atau bir pada malam hari. Di sanalah obrolan isu reklamasi dan interaksi positif memperkuat basis gerakan dibangun.

Dalam interaksi tatap muka, para aktor saling berargumentasi dan mempengaruhi satu sama lain untuk mobilisasi dukungan. Nyoman Sugita, pemilik wisata tirta lokal Tanjung Benoa, selalu mendekati pendukung reklamasi sembari mengingatkan mereka akan dampak reklamasi Serangan yang sudah mereka rasakan. Ia mempertanyakan beberapa hal yang ia harapkan menyentuh akal dan hati nurani mereka:

---

89 Berdasarkan wawancara dengan Kadek Duarsa dan Nyoman Sugita pada 12 Juli 2015 di Bali Jet Set Water Sport, Tanjung Benoa.

*Apa kamu tidak ingat bagaimana nelayan sulit mencari ikan setelah reklamasi Serangan? Apa kamu tidak ingat bagaimana abrasi menggerus Pulau Pudut dan menghancurkan tempat bertelur penyu di sana? Apa kamu ingin seperti itu terulang lagi? Kalau rumahmu kebanjiran karena air laut pasang, lalu kamu mau pindah ke mana? Dari pertanyaan-pertanyaan itu kemudian muncul diskusi dan timbal balik respon.*

Seluruh narasumber yang ditemui peneliti, seperti nelayan dan para pekerja wisata tirta di Tanjung Benoa, mengaku pernah berdiskusi bersama perwakilan dari WALHI Bali atau LSM peduli lingkungan lainnya yang menyosialisasikan dampak reklamasi Teluk Benoa. Salah satu penjaga parkir di *Pacific Virgo Water Sport*, Wayan Rune, mengaku pernah bertemu dengan Gendo, Koordinator ForBALI sekaligus mantan Direktur Eksekutif WALHI Bali, membahas Teluk Benoa. Ia diperlihatkan *masterplan* pulau-pulau hasil reklamasi. Setelah dikonfirmasi ke Gendo dan Suriadi Darmoko, menyatakan bahwa sosialisasi ke masyarakat pesisir merupakan hasil kerja tim ForBALI dan WALHI.

**Gambar 4.14**  
**Tanjung Benoa Tolak Reklamasi**



Sumber: <https://www.instagram.com/forbali13>

Dukungan dari masyarakat adat bukanlah sesuatu yang dapat dibangun dengan mudah. Awalnya justru para pemuda adat yang lebih gencar mengangkat isu ini di komunitas. Butuh waktu lama, hingga akhirnya desa Tanjung Benoa satu suara menyatakan penolakan atas rencana reklamasi Teluk Benoa. Mereka baru terbuka menyatakan sikap melalui pendirian baligho pada 19 Juni 2015. Setelah menyatakan sikap bergabung menolak reklamasi, perlawanan dari masyarakat adat cukup keras dengan menyatakan siap perang puputan jika sampai ada alat berat milik PT. TWBI masuk ke dalam kawasan Tanjung Benoa. Masyarakat tahu betul pintu masuk ke teluk dari Desa Teluk Benoa hanya ada satu yaitu dari posko *pecalang*. Mereka sangat yakin mampu menahan laju investor jika sampai berani memasuki kawasan

mereka: “*Jika perlu kentongan<sup>90</sup> kami pukul! Kami siap puputan! LAWAN!*” (Orasi Warga Tanjung Benoa, Marta, dalam Parade Budaya 7 Juli 2015).

#### **Gambar 4.15**

#### **Marta, Sang Orator Tanjung Benoa**



Sumber: Dokumentasi pribadi  
Parade Budaya pada Selasa, 7 Juli 2015

Diaspora orang Bali di luar negeri seperti di Amerika, Kanada, Kuala Lumpur, dan Australia juga ikut bersatu menyuarkan isu ini secara global. Ikatan kuat yang sudah

---

90 Kentongan menjadi cara masyarakat Bali untuk mengumpulkan warga. Bunyi kentongan dimaknai sebagai tanda bahaya. Kolektivitas masyarakat desa Tanjung Benoa terbilang masih kuat, mereka juga masih memiliki tombak dan alat berperang lainnya karena sejarah Perang Puputan masih sangat lekat dalam jati diri mereka.

terjalin diantara mereka mendorong hadirnya aksi nyata seperti berkumpul untuk berdiskusi, hingga bersatu menyuarakan tolak reklamasi Teluk Benoa. Meski tidak langsung mendatangi kedutaan besar dan melancarkan aksi protes di sana, mereka tetap mendeklarasikan penolakan. Foto mereka sembari mengangkat poster bertuliskan tolak reklamasi diunggah. Deklarasi ini kemudian di-*viral*-kan melalui media sosial. Memang, tidak memberi daya tekan bagi penguasa, tetapi cukup untuk memberi sinyal pada penguasa bahwa isu ini sudah menyebar secara luas.

#### **Gambar 4.16**

#### **Aksi Solidaritas dari Washington DC**



Sumber: <https://www.facebook.com/forbali13>

#### **Kombinasi dengan Media Massa**

Media sosial mampu membuka peluang untuk memobilisasi individu secara cepat dan menawarkan sejumlah

instrumen untuk artikulasi pendapat individu dalam masyarakat demokratis. Akan tetapi, media sosial masih harus berintegrasi dengan media massa konvensional supaya jejaring virtual mereka menguat. Kombinasi media sosial dan media massa merupakan wujud pengaturan sumber daya strategi gerakan sekaligus menciptakan keterkaitan antara kelompok-kelompok yang kompeten dalam isu ini.

Surat kabar lokal, Bali Post, cukup intens memberitakan perkembangan informasi atas keluarnya SK reklamasi dibandingkan surat kabar lokal lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh Widyandani (2014) menyatakan bahwa terdapat 49 artikel berita yang dimuat Bali Post sejak 27 Juni 2013 hingga 18 Agustus 2013. Bali Post lebih banyak mengutip pendapat dari pihak-pihak yang tidak setuju terhadap reklamasi Teluk Benoa. Frame berita Bali Post yang senada dengan argumentasi ForBALI menjadi kerjasama yang memperkuat pembentukan nalar tolak reklamasi di masyarakat. Apalagi, Bali Post memiliki kedekatan khusus dengan masyarakat dan memiliki oplah terbesar di Bali. Bali Post tetap konsisten memunculkan berita bernuansa kritik atas rencana tolak reklamasi hingga 2015.

Isu tolak reklamasi juga sempat diangkat Metro TV pada 27 November 2014. Saat itu, Metro TV melakukan wawancara dengan Wayan Muka yang disebut sebagai Ketua Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Tanjung Benoa. Dalam wawancara itu, Wayan Muka mengatakan bahwa warga Tanjung Benoa setuju atas rencana reklamasi. Hal ini langsung dibantah oleh Jerinx SID. Jerinx membeberkan fakta bahwa Ketua LPM Tanjung Benoa 2014 adalah Kadek

Duarsa, bukannya Wayan Muka. Jerinx *memention* Metro TV melalui Twitter yang mengatakan bahwa Metro telah melakukan pembohongan publik karena menghadirkan narasumber fiktif. Tweet Jerinx menjadi viral di media sosial dan memperkuat argumen bahwa pihak pendukung reklamasi telah melakukan segala cara untuk menciptakan opini bahwa reklamasi Teluk Benoa layak dan didukung oleh masyarakat lokal.

Pada 10 Maret 2015, Kompas TV mengangkat isu reklamasi Teluk Benoa melalui program Explore Indonesia dalam episode Transformasi Wajah Bali Selatan. Episode ini juga berpihak pada argumentasi tolak reklamasi Teluk Benoa. Tidak lama setelah itu, film dokumenter berjudul *Kala Benoa* buatan videografer dan fotografer Dandhy Dwi Laksono dan Ucok Parta diunggah di YouTube pada April 2015. Film ini menjadi kritik atau bentuk perlawanan mereka terhadap rusaknya lingkungan di Indonesia.

Kehadiran film dan program TV ini membantu memaparkan kronologi permasalahan sehingga berperan dalam edukasi publik atas isu reklamasi sekaligus menggiring penilaian penonton untuk menolak reklamasi zona konservasi. Media massa konvensional berperan menjangkau publik yang tidak menggunakan media sosial. Salah satu penjaga parkir di *Pacific Virgo Water Sport*, Wayan Rune salah satunya, mengaku mengikuti perkembangan rencana reklamasi Teluk melalui koran dan televisi.

Selain memaparkan kronologi masalah, film *Kala Benoa* turut menyumbangkan solusi atas permasalahan reklamasi

lingkungan. Kesejahteraan masyarakat Bali dapat dibangun dengan menerapkan pariwisata berwawasan lingkungan (ekowisata). Penerapan Jaringan Ekowisata Desa (JED) di Desa Tenganan Pengeringsingan, Karangasem dapat menjadi contoh solusi ekowisata tersebut. Desa Tenganan Pengeringsingan adalah desa Bali Aga (Bali Kuno) yang menerapkan kepemilikan lahan bersifat komunal. Tanah menjadi milik desa yang tidak boleh dijual. Meskipun ada pemasukan dari pariwisata, warga tetap memiliki penghasilan utama dari pertanian dan perkebunan. Dengan demikian, mereka tidak perlu merusak keasrian desa semata-mata hanya untuk membangun infrastruktur pariwisata.

Kepentingan tolak reklamasi Teluk Benoa tidak hanya ditujukan kepada Gubernur Bali, tetapi juga mendesak Presiden dan Kementrian terkait untuk turut campur tangan membatalkan Perpres No. 51/Thn. 2014. Melalui wawancara, Menteri Kehutanan dan Lingkungan Hidup Siti Nurbaya, serta Menteri Perikanan dan Kelautan Susi Pudjiastuti mengatakan bahwa rencana reklamasi Teluk Benoa masih perlu kajian lingkungan mendalam. Rencana reklamasi harus dibatalkan jika memang terbukti secara ilmiah merusak ekologi laut. Menyikapi pernyataan pemerintah ini, melalui media sosial, ForBALI terus menagih janji kampanye Jokowi untuk menyelamatkan lingkungan dan tidak menjadikan Bali sebagai budak pariwisata internasional.

Kemunculan isu di media massa nasional menunjukkan bahwa isu tidak lagi bermain di ranah lokal, namun sudah masuk pada isu lingkungan di level nasional bahkan internasional. Dukungan media massa lokal dan nasional

terhadap isu tolak reklamasi kembali menguatkan opini di ruang nyata bahwa reklamasi Teluk Benoa harus ditolak. Kerjasama antara media massa konvensional (media cetak, media elektronik, dan film) dengan media sosial membuat isu dapat menembus ruang maya dan menguat secara nyata.

### **Gambar 4.17**

#### **Media Sosial Berhasil Memobilisasi Massa**



Sumber : <https://www.facebook.com/forbali13>

Keterangan : (kiri) Foto saat aksi KEKAL Bali melakukan orasi di depan Kantor Gubernur pada akhir Juli 2013. Saat itu ForBALI belum terbentuk dan isu Bali Tolak Reklamasi belum terdengar di media sosial. (kanan) Foto saat parade budaya November 2014 ketika isu sudah *viral* di media sosial.

### **Peluang Politik**

Sistem politik demokrasi di Indonesia memberikan peluang besar bagi gerakan *Bali Tolak Reklamasi* untuk tumbuh dan berkembang. Kebebasan berkumpul, berorganisasi, dan menyatakan pendapat dapat terlaksana di tengah struktur politik Indonesia yang demokratis saat ini. Internet menjadi salah satu media yang mampu mewujudkan kebebasan berpendapat tersebut. Internet menjadi media alternatif untuk menyampaikan aspirasi kritis sekaligus menemukan informasi dari berbagai sudut pandang. Selain

bertukar informasi, Internet memberi kesempatan bagi pengguna untuk membangun jaringan virtual. Ruang siber yang terbentuk melalui Internet tidak lain adalah ruang berkumpul yang independen, bebas dari campur tangan negara. Pertukaran informasi melalui media sosial pun tetap bebas terjadi berkat suasana politik demokrasi di Indonesia. Indonesia tidak bisa memblokir Facebook dan Twitter seperti yang dilakukan pemerintahan Mubarak atau seperti saat Orba hanya demi mengontrol arus informasi. Dengan demikian, pergerakan *online* dan *offline* dapat terjadi juga karena dukungan system politik demokrasi yang dianut Indonesia saat ini.

Kelima faktor di atas saling berkaitan dalam proses transformasi strategi dari aktivitas media sosial ke gerakan nyata *Bali Tolak Reklamasi*. Berawal dari proses nalar dan refleksi yang kemudian mengarahkan para aktor untuk memilih media sosial sebagai strategi gerakannya. Proses nalar dan refleksi ini juga menjadi dasar pembentukan identitas kolektif mereka. Identitas ini kemudian ditunjukkan, disebar, dan kembali dikuatkan melalui konten kemarahan di media sosial. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa proses nalar, refleksi, pembentukan identitas kolektif, serta produksi sekaligus penyebaran konten kemarahan oleh aktor menjadi suatu siklus yang saling mengunci. Ada rasa kemarahan bersama yang semakin menguat kemudian mendorong mereka untuk saling bertemu. Proses pengutan identitas kolektif ini memasuki fase interaksi tatap muka, baik secara internal (di dalam

komunitas ForBALI) maupun eksternal (masyarakat adat dan publik luas).

Fase diskusi tatap muka sekaligus aktivitas media sosial secara berkesinambungan menghasilkan ketegangan politik. Ketegangan semakin menguat berkat terbukanya peluang politik sekaligus pemberitaan di media sosial. Di saat yang sama, ketegangan ini justru menciptakan religiovikasi bagi para aktor. Artinya, tercipta nilai suci yang mendorong mereka untuk berkorban waktu, tenaga, jiwa, dan raga, semata-mata untuk tetap menyuarakan perlawanan tolak reklamasi. Nilai yang meresap di dalam hati dan pikiran para aktor turut menciptakan komitmen kuat untuk terus mengawal isu ini. Komitmen itu ditunjukkan melalui aksi nyata, karena mereka harus melakukan segala cara untuk mempertahankan Benoa sebagai rumah sekaligus hidup mereka.

### **Pendorong Representasi Demokrasi, Mampukah?**

Awal Oktober 2015, Susi mengeluarkan kebijakan moratorium reklamasi pantai di Indonesia jika ditujukan untuk pendirian hotel atau tempat wisata. Persoalannya, apa yang dinyatakan Ibu Menteri tidak sama dengan yang mereka perjuangkan. Aktivis memahami bahwa pantai tidak sama dengan teluk. Mereka mempertanyakan lebih lanjut melalui *mention* Twitter. Namun, sama dengan usaha sebelumnya saat mempertanyakan AMDAL dan sikap KKP terhadap reklamasi, *mention* ForBALI tidak pernah mendapat tanggapan.

Di awal-awal gerakan, Koordinator ForBali I Wayan Gendo Suardana lebih banyak berperan dalam memobilisasi

massa. Gendo selalu berkoordinasi dengan masyarakat adat Tanjung Benoa dan beberapa musisi band independen Bali. Kadek Duarsa pun mengakui bahwa pemilik basis massa dalam gerakan ini adalah Gendo, Ari Astina (Jerinx SID), dan dia sendiri. Sementara penggerak di desa adat Tanjung Benoa tidak lain Kadek Duarsa, Wayan Kartika, dan Yonda sebagai elite desa pemilik basis massa sekaligus.

Tak heran ketika postingan informasi gerakan di dunia maya pada tahun 2013-2014 lebih banyak berasal dari Jerinx, anggota band Superman Is Dead yang kemudian disebarakan ulang oleh Navicula, The Bali Bullhead, dan Nostress. Menurut Cok Ayu, salah satu narasumber yang sangat dekat dengan para musisi Bali, solidaritas musisi band *indie* di Bali memang sangat kuat. Hal ini berawal dari kebiasaan mereka yang saling berbagi *job* manggung satu dengan yang lain. Dengan demikian, sedari awal sudah ada jejaring musisi yang sangat kuat di kalangan musisi Bali. Meskipun begitu, keterlibatan musisi bukan berarti ikut-ikutan atau karena terpaksa, melainkan lahir dari proses nalar dan refleksi para aktor atas berbagai peristiwa yang terjadi. Demikian pula dengan masyarakat adat Tanjung Benoa.

Di tahun-tahun awal pergerakan, kesan elitis terasa kental setelah mendengar pengakuan Cok Ayu yang mengaku bahwa pergerakan secara kuat hanya dimotori oleh beberapa orang: “*Yah, yang aktif sih orang itu-itunya saja, Jerinx, Gendo, Navicula, ya itu-itunya saja*”. Penentuan jadwal parade budaya pun hanya berasal dari kalangan inti ForBALI. Mereka tidak mengajak mahasiswa, pemuda adat, atau organisasi lain untuk berunding. Setelah tanggal didapat, baru mereka

menyebarkan poster di media sosial dan ajakan dari mulut ke mulut tanpa ada target atau perkiraan berapa orang yang akan menghadiri parade budaya. Adapun pembuatan atribut aksi murni hasil dari inisiatif kelompok pemuda dan dilakukan secara sukarela.

Sampai akhir tahun 2014, perlawanan akar rumput cukup terbatas karena alasan-alasan teknis, seperti pekerjaan, upacara adat, jauhnya jarak tempuh, tidak ada waktu, dan sebagainya. Padahal rencana reklamasi menyangkut kelangsungan hidup mereka sendiri di masa depan. Meskipun menolak reklamasi, awalnya masyarakat di kalangan bawah cenderung enggan mengikuti parade budaya di Renon dengan alasan pekerjaan. Sejumlah narasumber yang ditemui secara acak di desa Tanjung Benoa: Made salah satu *Tour Guide* Pulau Penyus; Stanley penjaga stand *tourism information* di dekat posko pecalang Tanjung Benoa; Mulyadi pengemudi kapal boat wisata tirta; Wayan Rune penarik wisatawan di Pacific Virgo Water Sport; Nanda penjual nasi campur Bali; serta sejumlah nelayan, mengaku enggan mengikuti aksi parade budaya dengan alasan kesibukan pekerjaan atau upacara adat. Namun, pengusaha lokal wisata tirta sengaja meliburkan para pekerja untuk turut ambil bagian dalam aksi. Di antaranya aksi penurunan sejumlah armada kapal dan boat dari Pantai Padang Galak ke tengah laut Teluk Benoa pada 15 Agustus 2014.

**Gambar 4.18**  
**Masyarakat Pesisir Bergerak**



Sumber : <https://www.facebook.com/forbali13>

Keterangan : Aksi ForBALI melibatkan masyarakat pesisir dengan cara memakai boat dan jukung, baik milik nelayan maupun pengusaha wisata tirta lokal, menuju ke tengah laut Teluk Benoa dan berorasi di sana. Aksi dilaksanakan pada 15 Agustus 2014 dengan massa berkumpul di Pantai Padang Galak.

Masyarakat juga berani menunjukkan perlawanan nyata dengan pengembalian sembako yang dibagikan oleh PT. TWBI ke balai desa. Mereka juga mengusir perwakilan perusahaan dalam proses sosialisasi rencana reklamasi berkedok revitalisasi. Warga secara lantang menolak reklamasi dan membubarkan diri dari acara sosialisasi tersebut. Dengan demikian, walaupun tidak selalu berpartisipasi dalam aksi protes, penolakan dari masyarakat adat tetap ada dan mereka berani melawan ketika investor memasuki desa mereka. Salah satu warga, Sudianta, mengaku bahwa ia enggan mengikuti parade budaya, namun akan mengusir

para investor jika berani menginjakkan kaki di desa mereka. Berdasarkan informasi pada Juli 2015, PT. TWBI mulai enggan memasuki desa Tanjung Benoa setelah diusir saat sosialisasi proyek. Sosialisasi kemudian difasilitasi oleh DPRD tanpa mengundang satu pun perwakilan desa adat, dan karenanya memicu ForBALI melakukan *walk out*.

Situasi berubah di awal tahun 2015 hingga 2016. Dukungan dari akar rumput menguat. Semakin banyak desa adat yang mendeklarasikan sikapnya menolak reklamasi Teluk Benoa. ForBALI tetap menjadi fasilitator, namun inisiatif gerakan mulai datang dari desa adat. Koordinasi pun langsung berada di tangan desa adat. Misalnya desa adat Kuta Selatan akan melakukan aksi, maka keputusan waktu aksi dan tempat sudah didiskusikan langsung oleh para pemuda dan desa adat. ForBALI membantu mempublikasikan agenda gerakan dan mengajak massa untuk berkumpul. Mereka kemudian menyebut gerakan mereka sebagai “Desa Adat Bergerak!”. Sebutan ini menyiratkan bahwa gerakan ini betul-betul ada dan disepakati oleh desa adat, bukan semata-mata suara orang per orang. Konsolidasi isu secara konsisten melalui media sosial lambat laun berhasil menciptakan partisipasi akar rumput dalam gerakan Tolak Reklamasi Teluk Benoa ini.

Penelitian ini membuktikan bahwa media sosial berhasil memobilisasi massa dan mendorong representasi demokratis, baik dilihat dari sisi perubahan dari isu publik menjadi agenda politik, maupun sisi partisipasi akar rumput. Isu berhasil dikonsolidasikan menjadi agenda publik terlebih dulu di media sosial. Lambat laun, isu ini mendapat perhatian oleh

media *mainstream* sehingga ikut mendapat tanggapan dari aktor-aktor dominan yaitu para pemangku kebijakan terkait seperti Gubernur Bali, DPRD Bali, DPRD RI, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Lingkungan Hidup, dan Presiden Republik Indonesia.



# BAB V

## PENUTUP

Penelitian ini mengenai media sosial sebagai strategi gerakan dalam konteks demokrasi. Peneliti memandang media sosial dengan cara pandang teknorealis. Artinya, media sosial bagai pedang bermata dua. Media sosial dapat menjadi alat yang secara konsisten mendukung pergerakan masyarakat akar rumput, tetapi secara bersamaan media sosial juga dapat digunakan oleh pemerintah untuk melakukan pengawasan terhadap segala bentuk aktivitas masyarakat. Dengan kata lain, ketiga karakteristik khas media sosial: bentuk, khalayak, dan konten, dapat digunakan untuk melindungi atau justru melanggar hak asasi manusia. Penelitian ini membuktikan bahwa media sosial tidak pernah netral karena fungsinya sangat bergantung pada siapa dan bagaimana media sosial digunakan.

Dalam gerakan Bali Tolak Reklamasi, pemilihan media sosial sebagai strategi gerakan merupakan hasil dari proses nalar dan refleksi para aktor. Sebagai bagian dari proses nalar, tercipta identitas kolektif *nyama* Bali untuk melindungi nilai ekologi-religiousitas yang terkandung dalam Teluk Benoa.

Nilai ini tidak lepas dari keterkaitan Benoa dalam kehidupan sehari-hari mereka. Nalar juga mengarahkan mereka untuk memperluas jaringan dan memobilisasi dukungan tidak hanya dari masyarakat Tanjung Benoa, tetapi seluruh Bali dan bahkan masyarakat dalam lingkup lebih luas lagi. Refleksi menghasilkan keengganan untuk kembali merasakan dampak kerusakan lingkungan laiknya pascareklamasi Serangan. Oleh karena itu mereka memilih media sosial yang dapat secara luas dan bebas menyebarluaskan pengetahuan bersifat *counter-hegemony* untuk menolak reklamasi Teluk Benoa.

Sejalan dengan teori Lim<sup>91</sup>, penggunaan media sosial sebagai strategi gerakan merupakan hasil sejarah panjang perjuangan kelas menengah untuk menentang kebijakan investasi rakus berkedok kemajuan pariwisata. Perlawanan terhadap reklamasi sebelumnya dengan menggunakan cara-cara konvensional selalu menemui jalan buntu. Tidak mau mengalami hal serupa, ForBALI menggunakan media sosial untuk melakukan *counter hegemony* yang lebih luas dan lebih massif. Peneliti merumuskan empat alasan utama mengapa media sosial dipilih sebagai strategi gerakan: 1) keterbatasan modal ekonomi, 2) lebih efektif menjangkau akar rumput, 3) menghindari politik redaksional dalam pemingkanaan berita media *mainstream*, dan 4) media sosial telah menjadi bagian hidup sehari-hari aktor.

---

91 Lim, Merlyna. 2014. "Roots, Routes & Routers: Sosial Media and Urban Activism from the Arab Spring to Hong Kong". Diambil dari: [https://prezi.com/paahb5trujx2/roots-routesrouters/?utm\\_campaign=share&utm\\_medium=copy](https://prezi.com/paahb5trujx2/roots-routesrouters/?utm_campaign=share&utm_medium=copy)

Penelitian ini membuktikan bahwa ketiga karakter kunci media sosial: bentuk, konten, dan khalayak, berhasil memperkuat gerakan melalui empat cara. *Pertama*, media sosial secara murni digunakan sebagai instrumen kampanye oleh aktor gerakan yang kekurangan sumber daya finansial. *Kedua*, media sosial tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, namun sudah menjadi media perlawanan itu sendiri. *Ketiga*, konstruksi pengetahuan publik yang bersifat *counter-hegemony* melalui media sosial. *Keempat*, pembentukan identitas kolektif melalui pembentukan ikatan lemah antaraktor. Keempat cara tersebut menjadikan pengguna media sosial yang terlibat dalam aktivitas protes di ruang virtual, tidak lain adalah bagian utuh dari ForBALI itu sendiri.

Penelitian ini juga memperlihatkan adanya limitasi dari karakteristik media sosial sebagai strategi gerakan. Media sosial memfasilitasi gerakan, tetapi pada saat yang sama juga memfasilitasi pihak lawan. Selain itu, konten dalam media sosial bersifat tidak stabil (*ephemerality*) sehingga bisa hilang baik secara disengaja maupun tidak. Terakhir, tidak semua aktivitas media sosial dapat berkelanjutan di dunia nyata dan menekan perubahan isu publik menjadi agenda politik.

Berkaitan dengan sudut pandang strategi Gerakan Sosial Baru, media sosial digunakan sebagai alat untuk mengakomodasi strategi nalar dan refleksi para aktor. Dengan kata lain, proses nalar dan refleksi yang sudah ada sebelumnya mengarahkan para aktor untuk memilih media sosial sebagai strategi gerakan. Selanjutnya, media sosial kembali menyaring hasil nalar dan refleksi untuk kemudian

disebarkan kepada *netizen*. Strategi nalar ditunjukkan melalui praktik penciptaan dan penyebaran konten di media sosial yang tidak lain adalah proses pendefinisian identitas diri mereka sendiri: siapa lawan dan siapa kawan. Sedangkan strategi refleksi yaitu pembentukan opini publik (jejaring pengetahuan) melalui ikatan lemah aktor. Hasilnya, opini dapat beredar secara cepat dan luas.

Keberlanjutan strategi dari aktivitas media sosial ke aksi nyata dipahami sebagai bentuk transformasi strategi gerakan dalam upaya mendorong representasi demokratis. Aksi nyata dipandang sebagai strategi 'akhir' yang menunjukkan eksistensi aktor sebagai aktivis lingkungan penolak reklamasi. Namun transformasi strategi gerakan dari aktivitas media sosial ke aksi nyata tidak selalu berhasil. Terdapat lima kondisi yang mendukung proses transformasi strategi gerakan: 1) produksi konten di media sosial mampu membangkitkan kemarahan publik; 2) kominten perlawanan yang kuat dari aktor gerakan; 3) membangun ikatan kuat antaraktor gerakan secara internal dan eksternal; 4) mampu menarik perhatian media massa konvensional untuk mengangkat dan membingkai isu gerakan, dan 5) peluang politik. Penelitian ini membuktikan bahwa media sosial, sebagai bagian dari strategi Gerakan Sosial Baru, berhasil memobilisasi massa dan mendorong representasi demokratis.

Pada dasarnya, ide penelitian ini berawal dari temuan survei dalam *Ringkasan Eksekutif Hasil Survei Demokrasi*

*Power, Welfare, and Democracy*<sup>92</sup> yang menyatakan bahwa tren masyarakat sipil saat ini cenderung menggunakan media sosial untuk memobilisasi dukungan akar rumput, namun belum berhasil mewujudkan representasi demokrasi: mendorong perubahan isu publik menjadi agenda politik. Representasi demokrasi baru dapat terwujud ketika ada transformasi strategi gerakan dari aktivitas media sosial ke aksi nyata. Makna demokrasi yang dimaksud sejalan dengan definisi Beetham, yakni demokrasi sebagai persoalan kontrol populer<sup>93</sup> terhadap urusan publik dan politik berbasis persamaan hak dan warganegara. Dengan demikian, perlu adanya aktor demokrasi yang melakukan kontrol terhadap isu publik. Dalam penelitian ini, ForBALI lah yang diposisikan sebagai aktor alternatif<sup>94</sup> demokrasi. Penelitian ini membuktikan bahwa aktor alternatif menggunakan media sosial untuk mengkonsolidasikan wacana publik, memobilisasi dukungan, serta mendorong wacana publik menjadi agenda politik.

Gerakan lingkungan Bali Tolak Reklamasi dipahami sebagai Gerakan Sosial Baru karena tuntutan gerakan bukan

---

92 Savirani, Amalinda, et.al. 2014. *Ringkasan Eksekutif Hasil Survei Demokrasi Power, Welfare and Democracy*. Yogyakarta: UGM.

93 Beetham, David. 1999. *Democracy and Human Rights*. Cambridge: Polity Press, hal. 5.

94 Aktor alternatif adalah aktor yang menguasai wacana publik tetapi memiliki keterbatasan untuk terlibat dalam pengambilan keputusan, biasanya aktor berada dalam ranah masyarakat sipil; definisi aktor dalam Savirani, Amalinda, et.al. 2014. *Ringkasan Eksekutif Hasil Survei Demokrasi Power, Welfare and Democracy*. Yogyakarta: UGM, hal. 6.

seputar wacana perjuangan kelas, melainkan isu kemanusiaan kontemporer, yakni isu lingkungan. Artinya, tuntutan gerakan tidak sebatas mengusung kepentingan salah satu kelas, tetapi manusia secara luas. Sesungguhnya, tidak ada gaya yang benar-benar baru dalam penggunaan media sosial sebagai strategi Gerakan Sosial Baru. Kreativitas lahir dari kemampuan para aktor mengemas cara-cara kampanye konvensional menjadi bentuk perlawanan baru yang dapat dengan mudah difasilitasi oleh media sosial. Penelitian ini membuktikan bahwa aktor alternatif menggunakan media sosial untuk mengkonsolidasikan wacana publik, memobilisasi dukungan, serta mendorong wacana publik menjadi agenda politik.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

- Atmadja, Nengah Bawa. 2010. *Ajeg Bali: Gerakan Identitas Kultural dan Globalisasi*. Yogyakarta: LKiS.
- Axford, Barrie. 2001. "The Transformation of Politics or Anti-Politics?" Dalam Axford, Berrie & Richard Huggins. *New Media and Politics*. London: Sage, hal. 1-28.
- Azis, Iwan J. 2010. *Pembangunan Berkelanjutan: Peran dan Kontribusi Emil Salim*. Jakarta: Gramedia.
- Beetham, David. 2000. *Democracy and Human Rights*. Cambridge: Polity Press.
- Borgatti S. & Lopez-Kidwell Virginie. 2011. "Network Theory". J. Scott, & P. J. Carrington (Ed.), *The SAGE Handbook of Social Network Analysis* (hal. 167-179). Singapore: Sage Publications.
- Cardoso, Gustavo & Pedro P. Neto. 2004. "Mass Media Driven Mobilization and Online Protest: ICTs and The Pro-East Timor movement in Portugal" Dalam Van de Donk, Wim *et al* (eds.). 2004. *Cyberprotest: New Media, Citizens, and*

- Social Movements*. London & New York: Routledge, hal. 129-143.
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. London: Sage Publication.
- Dalton, R.J. & M. Kuechler. 1990. *Challenging the Political Order: New Social and Political Movements in Western Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Della Porta, Donatella. 2013. *Can Democracy Be Saved? Participation, Deliberation, and Social Movement*. Cambridge: Polity Press.
- Della Porta, Donatella & Mario Diani. 1999. *Social Movements: An Introduction*. Oxford: Blackwell.
- Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research* (terj). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Grignou, Brigitte & Charles Patou. 2004. "ATTAC(k) ing Expertise: Does the Internet Really Democratize Knowledge?" Dalam Van de Donk, Wim *et al* (eds.). 2004. *Cyberprotest: New Media, Citizens, and Social Movements*. London & New York: Routledge, hal. 145-158.
- Jenkins, J. Craig & William Form. 2005. "Social Movements and Social Change". Dalam Janoski, Thomas *et al* (eds.). *The Handbook of Political Sociology: States, Civil Societies, and Globalization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Johnson, Chalmers. 1955. *Revolutionary Change*. Boston: Little, Brown and Company.

- Klandermans, Bert. 2005. *Protes dalam Kajian Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Klinken, Gerry. 2007. *Perang Kota Kecil, Kekerasan Komunal dan Demokratisasi di Indonesia*. Jakarta: KITLV dan Yayasan Obor Indonesia.
- Marsh, David & Gerry Stoker. 2002. *Teori dan Metode dalam Ilmu Politik*. Helmi Mahadi dan Shohifullah (Terj.). Bandung: Nusa Media.
- McAdam, Doug, Sidney Tarrow, & Charles Tilly. 2004. *Dynamics of Contention*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Meikle, G. 2002. *Future Active: Media Activism and the Internet*. New York: Routledge.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, Yanuar. 2011. *Citizens in @action: Collaboration, participatory democracy and freedom of information – Mapping contemporary civic activism and the use of new social media in Indonesia*. Report. Research collaboration of Manchester Institute of Innovation Research, University of Manchester and HIVOS Regional Office Southeast Asia. Manchester and Jakarta: MIOIR and HIVOS.
- Oates, Sarah. 2008. *Introduction to Media and Politics*. London: Sage Publications.
- Savirani, Amalinda, et.al. 2014. *Ringkasan Eksekutif Hasil Survei Demokrasi Power, Welfare and Democracy*. Yogyakarta: UGM.

- Scott, A. and J. Street. 2001. "From media politics to e-protest? The use of popular culture and new media in parties and social movements". In F. Webster: (ed). *Culture and politics in the information age: A new politics?* London: Routledge, hal.32-51.
- Situmorang, Abdul Wahib. 2013. *Gerakan Sosial: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Supriatna, Jatna. 2008. *Melestarikan Alam Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Tilly, Charles. 2006. *Regimes and Repertoires*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Triwibowo, Darmawan (ed.). 2006. *Gerakan Sosial: Wahana Civil Society bagi Demokratisasi*. Jakarta: LP3ES.
- Utama, Edi. 2012. "The Other Side of Social Media: Indonesia's Experience". Dalam Winkelmann, Simon (ed.). *The Social Media (R)evolution? Asian Perspective on New Media*. Singapore: Konrad-Adenaver-Stiftung.
- Van de Donk, Wim *et al* (eds.). 2004. *Cyberprotest: New Media, Citizens, and Social Movements*. London & New York: Routledge.
- Villanueva, Michael Josh. 2012. "Social Media for Social Change". Dalam Winkelmann, Simon (ed.). *The Social Media (R)evolution?: Asian Perspective on New Media*, pp. 175-182. Singapore: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- West, David. 2012. "Gerakan-Gerakan Sosial Baru". Dalam Gaus, Gerald F & Chandran Kukathas. *Handbook Teori Politik*. Diterjemahkan oleh Derta Sri Widowatie. Bandung: Nusa Media, hal 605-630.

Wilhelm, Anthony G. 2003. *Demokrasi di Era Digital: Tantangan Kehidupan Politik di Ruang Cyber*. N. Veraningtyas (Terj.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar

## **Jurnal**

Barrett, Kaitlyn M. 2011. "Political Communication in a Digital Age: 2011 Tea Party Senators and Social Media". University of Tennessee Honors Thesis Projects. Diambil dari: [http://trace.tennessee.edu/utk\\_chanhonoproj/1438](http://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/1438).

Buechler, Steven M. 1995. "New Social Movement Theories". *The Sociological Quarterly*, Vol. 36, No. 3, hal. 441-464. USA: Wiley.

Casado, Eunete Serrano. 2012. "New Technologies, Social Network and Media: Spanish Revolution". *Jurnalism si Comunicare Anul VII, No. 3-4*. Spanyol: Universitat Autònoma de Barcelona.

Della Porta, Donatella & Lorenzo Mosca. 2005. "Global-Net for Global Movement? A Network of Networks for a Movement of Movement". *Journal of Public Policy*, Vol. 25, No. 1, hal. 165-190. Cambridge: Cambridge University Press.

Gibson, R., Ward, S. & Nixon, P. 2003. *Political Parties and the Internet: Net Gain?*. London: Routledge.

Haryanto, Siti M. Hairini, & Abu Bakar. 2013. "PKBI: Aktor Intermediary dan Gerakan Sosial Baru". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 16, No. 3, hal. 187-199. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

- Hiariej, Eric. 2010. "Aksi dan Identitas Kolektif Gerakan Islam Radikal di Indonesia". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 14, No. 2, hal. 131-156. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Hiller, Harry H. 1975. "A Reconceptualization of the Dynamics of Social Movement Development". *Sociological Review*, Vo. 18, No. 3, hal. 342-365. Diambil dari: [www.jstor.org/stable/1388434](http://www.jstor.org/stable/1388434)
- Himmelboim, Itai, Ruthann Weaver Lariscy, Spencer F. Tinkham & Kaye D. Sweetser, 2012. "Social Media and Online Political Communication: The Role of Interpersonal Informational Trust and Openness". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(1), hal.92-115.
- Hofheinz, Albrecht. 2011. "Nextopia? Beyond Revolution 2.0". *Oriente Moderno, Nuova Serie, Anno 91, Nr. 1, Between Everyday Life and Political Revolution: The Social Web in the Middle East*, hal. 23-39. Roma: Istituto per l'Oriente C.A. Nallino.
- Kann, E. Berry, J. Gant, C. and Zager, P. 2007. "The Internet and Youth Political Participation". *First Monday Journal*, 12. Diambil dari: <http://firstmonday.org/article/view/1977/1852>.
- Lane, Jill & Ricardo Dominguez. 2003. "Digital Zapatistas". *TDR*, Vol. 47, No. 2, hal. 129-144. Cambridge: The MIT Press.
- Langman, Lauren. 2005. "From Virtual Public Spheres to Global Justice: A Critical Theory of Internetnetworked Social

- Movements”. *Sociological Theory*, Vol. 23, No. 1, hal. 42-74. Diambil dari Proquest Library.
- Lim, Merlyna. 2013. “The Internet and Everyday Life in Indonesia: A New Moral Panic?”. *Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde*, Vol. 169, hal. 133-147.
- Lim, Merlyna. 2014. “Seeing spatially: People, Networks, and Movements in Digital and Urban Spaces”. *International Development and Planning Review*. Vol. 36, hal. 51-72.
- Liu, Jiangmeng, “Microblogging Use by the Chinese Government” (2013). Open Access Theses, hal. 416.
- Loader, B & Mercea, D. 2011. “Networking Democracy?” *Information, Communication & Society*, 14(6), hal. 757-769.
- Meliyana, Tjipto Sumadi & Wuri Handayani. 2013. “Gerakan Lingkungan Hidup dalam Menumbuhkan Kesadaran Lingkungan Masyarakat Belitung”. Dalam *Jurnal PPKN UNJ*, Vol. 1, No.2. Jakarta: UNJ.
- Murti, Desideria Cempaka Wijaya. 2013. “Keyboard Action End up Political Party: Understanding the Intertwining Relations of Social Media Activism, Citizenship, and the Dynamics of Democracy in Indonesia”. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3 (32), hal. 32-53.
- Norris, P. 2003. “Preaching to the converted? Pluralism, participation and party websites”. *Party Politics*, 9(1), hal. 21-45.
- Pichardo, Nelson A. 1997. “New Social Movements: A Critical Review”. *Annual Review of Sociology*, Vol. 23, hal. 411-430. Proquest Online Library

- Tanis, M., & Postmes, T. (2003). Social cues and impression formation in CMC. *Journal of Communication*, Vol. 53, hal. 676–693.
- Shirky, Clay. 2011. “The Political Power of Social Media”. *Foreign Affairs*. New York: Council in Foreign Relations.
- Singh, Rajendra. 2002. “Teori Gerakan Sosial Baru”. Dalam *Wacana Jurnal Ilmu Sosial Transformatif No. XI*. Yogyakarta: Insist.
- Vahabzadeh, Peyman. 2001. “A Critique of Ultimate Referentiality in the New Social Movement Theory of Alberto Melucci”. *The Canadian Journal of Sociology*, Vol. 26, No.4, hal. 611-633. Canada: University of Alberta.
- Ward, J. 2011. “Reaching Citizen Online”. *Information, Communication & Society*, 14(6), hal.917-936.

### **Penelitian Tidak Diterbitkan**

- Widyandani, Made Indira. 2014. “Objektivitas Berita Lingkungan Hidup di Surat Kabar (Analisis Isi Berita Lingkungan dalam Pemberitaan Kasus Reklamasi Teluk Benoa Bali di Surat Kabar Bali Post Periode 27 Juni 2013 – 18 Agustus 2013)”. Yogyakarta: UAJY. Skripsi S1.

### **Internet**

- Berita *Ini Massa Ribuan Anak Muda Bali yang Turun ke Jalan Tolak Reklamasi Tanjung Benoa*, 17 Juni 2014, dalam <http://news.detik.com/read/2014/06/17/130830/2610406/10/ini-massa-ribuan-anak-muda-bali-yang-turun->

[ke-jalan-tolak-reklamasi-tanjung-benoa?r771108bcj/](#)  
diakses pada 30 Juni 2014.

Berita *Menolak Reklamasi, Menyelamatkan Teluk Benoa*, 29 Juni 2014, dalam <http://www.mongabay.co.id/2014/06/29/menolak-reklamasi-menyelamatkan-teluk-benoa/> diakses pada 30 Juni 2014.

Berita *Artha Graha Reklamasi Teluk Benoa Rp30 Triliun*, 3 September 2013, dalam <http://properti.bisnis.com/read/20130903/107/160564/artha-graha-reklamasi-teluk-benoa-rp30-triliun/> diakses pada 27/8/2015, 14:03 WIB.

Berita *Gubernur Bali Cabut SK Reklamasi Teluk Benoa*, 17 Agustus 2013, dalam <http://www.mongabay.co.id/2013/08/17/gubernur-bali-cabut-sk-reklamasi-teluk-benoa/> diakses pada 27/8/2013 pukul 11:56 WIB.

Berita *Giliran Industri Pariwisata Bali Tolak Reklamasi Teluk Benoa*, 2 Agustus 2013, dalam <http://news.okezone.com/read/2013/08/02/340/846697/giliran-industri-pariwisata-bali-tolak-reklamasi-teluk-benoa/> diakses pada 27/8/2015, 15:39 WIB.

Berita *Simpang Siur Berita Reklamasi Teluk Benoa*, 3 September 2013, dalam <http://balebengong.net/kabar-anyar/2013/09/03/simpang-siur-berita-reklamasi-teluk-benoa.html/> diakses pada 27/8/2015, 17:23 WIB.

Berita *Dinilai Pro-Reklamasi, Masyarakat Tanjung Benoa Minta Penjelasan Bendesa*, 13 Agustus 2013 dalam <https://www.facebook.com/balipost/posts/518678721532107/> diakses pada 27/8/2015, 15:33 WIB.

Berita *Superman Is Dead* ikut Demonstrasi di Bali, 19 Agustus 2011, dalam <http://life.viva.co.id/news/read/241782--superman-is-dead--ikut-demonstrasi/> diakses pada 31/08/2015, 12:49 WIB.

Berita *Tolak Reklamasi Teluk Benoa, Massa GEMPAR Aksi Damai di Tengah Laut*, 2 Agustus 2013, dalam <http://jaringnews.com/politik-peristiwa/umum/46062/tolak-reklamasi-teluk-benoa-massa-gempar-aksi-damai-di-tengah-laut/> diakses pada 31/08/2015, 13:07 WIB.

Berita *Inilah 5 Gengster Paling Ditakuti di Wilayah Asia..!*, 2 Februari 2015, dalam <http://www.reportase5.com/inilah-5-gengster-paling-ditakuti-diwilayah-asia/> diakses pada 31/8/2015; 13:43 WIB.

Ekspedisi Indonesia Biru. “Kala Benoa”. *Film*. Diunduh dari <http://www.facebook.com/Ekspedisi-Indonesia-Biru-735935876489949/>

ForBALI. 2013. “Ketua DPRD Bali Segera Cabut SK Reklamasi Teluk Benoa” pada <https://www.change.org/p/ketua-dprd-bali-segera-cabut-sk-reklamasi-teluk-benoa/> diakses pada 8/9/2015, 9:17 WIB. Petisi online.

Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi dalam <http://www.forbali.org/>

Lim, Merlyna. 2005. “Cyber-Urban Activism and the Political Change in Indonesia”. A paper presented at the RE: Activism Conference held in Budapest. Diambil dari: [http://eastbound.eu/site\\_media/pdf/060101LIM.pdf](http://eastbound.eu/site_media/pdf/060101LIM.pdf)

Lim, Merlyna. 2014. “Roots, Routes & Routers: Social Media and Urban Activism from the Arab Spring to Hong

Kong”. Diambil dari: [https://prezi.com/paahb5truix2/roots-routes-routers/?utm\\_campaign=share&utm\\_medium=copy](https://prezi.com/paahb5truix2/roots-routes-routers/?utm_campaign=share&utm_medium=copy)

Mayfield, A. 2008. *What is Social Media*. iCrossing.

Netzley. 2011. Indonesia the Next Big Thing In Digital Media.  
A poster.

Wicaksono, Ikhsan Pratama. 2012. “Analisis Framing (Pembingkai) dalam Gerakan Lingkungan Hidup”.  
Diambil dari: <http://skpm.ipb.ac.id/>

Wigand, F. Diane Lux. 2010. “Twitter in Government: Building Relationships One Tweet at a Time”. Paper presented at Seventh International Conference on Information Technology.

Zulkifli, Arif. 2014. “Gerakan Lingkungan di Berbagai Belahan Dunia”. Diambil dari: <http://www.bangazul.com/gerakan-lingkungan-di-berbagai-belahan-dunia/>

## **Wawancara**

Astina, Ari. Alfred Pasifico. Wawancara JRX dengan Akarrumput.com (2011). Notes Facebook Superman Is Dead.

Ayu, Cok. Pengikut Aksi Parade Budaya. Wawancara Pribadi. 27 Juni 2014.

Ayu, Kadek. Pengikut Aksi Parade Budaya. Wawancara Pribadi. 7 Juli 2015.

Darmoko, Suriadi. Direktur Eksekutif WALHI Bali. Wawancara Pribadi. 4 April 2015.

- Duarsa, I Kadek. Ketua LPM Tanjung Benoa. Wawancara Pribadi. 7 Juli 2015.
- Duarsa, I Kadek. Ketua LPM Tanjung Benoa. Wawancara Pribadi. 12 Juli 2015.
- Intan, Ida Ayu. Pengikut Aksi Parade Budaya. Wawancara Pribadi. 27 Juni 2014.
- Komang. Masyarakat Adat Tanjung Benoa. Wawancara Pribadi. 12 Juli 2015.
- Made. Tour Guide Pulau Peny. Wawancara Pribadi. 16 April 2015.
- Marlin. Pemuda Adat Tanjung Benoa. Wawancara Pribadi. 12 Juli 2015.
- Marta, I Wayan. Masyarakat Adat Tanjung Benoa. Orasi Parade Budaya. 7 Juli 2015.
- Mulyadi. Supir Kapal Boat Virgo Watersport. Wawancara Pribadi. 16 April 2015.
- Nanda. Masyarakat Adat Tanjung Benoa. Wawancara Pribadi. 16 April 2015.
- Niko, Made. Pengikut Aksi Parade Budaya. Wawancara Pribadi. 27 Juni 2014.
- Robert. Aktivist ForBALI. Wawancara Pribadi. 15 April 2015.
- Rune, Nyoman. Tour Guide Pasific Watersport. Wawancara Pribadi. 16 April 2015.
- Stanley. Tour Guide Tanjung Benoa. Wawancara Pribadi. 16 April 2015.
- Suardana, I Wayan Gendo. Koordinator ForBALI. Wawancara Pribadi. 7 Mei 2015.

Suardana, I Wayan Gendo, Koordinator ForBALI. Orasi Parade Budaya. 7 Juli 2015.

Sudianta. Masyarakat Adat Tanjung Benoa. Wawancara Pribadi. 12 Juli 2015.

Sugita, Nyoman. Pemilik Bali Jet Set Watersport. Wawancara Pribadi. 12 Juli 2015.

Termana, Ngurah. Aktivistis ForBALI. Wawancara Pribadi. 12 Maret 2015.



# LAMPIRAN



# INDEKS

## **A**

Abrasi  
Agenda politik  
Akar rumput  
Akses  
Aktivis lingkungan  
Albrecht  
Artha Graha Peduli  
Audiensi  
Axford

## **B**

Bali  
Bali Post  
Barret  
Beetham  
Borjuis

## **C**

Cardoso & Neto  
Casado  
Chandler  
*Counter hegemony*

## **D**

Dandhy Dwi Laksono  
David Popenoe  
Della Porta & Diani  
Demokrasi  
Demokrasi deliberatif  
Demonstrasi  
Desa adat  
Dialog virtual  
Dominguez  
Donk  
Durkheim

**E**

Ekologi

Eksklusif

Elektoral

Emosi kolektif

Etzioni

**F**

Facebook

Film dokumenter

ForBALI

ForBALIs

Frame berita

**G**

Gamson

Gerakan lingkungan

Gerakan sosial

Gerakan Sosial Baru

Gramsci

Greenpeace

Grignou

Gubernur Made Mangku

Pastika

Gustav

**H**

Hak pemanfaatan

Hegemoni budaya

Heterogenitas

Hiariej, Eric

Hosni Mobarak

Hukum Tawan Karang

Husserl

Hutan bakau

**I**

I Kadek Duarsa

I Ngurah Termama

I Nyoman Sugita

I Wayan Gendo Suardana

I Wayan Rune

Ida Bagus Putu Adnyana

Identitas

Ikatan kuat

Ikatan lemah

Instagram

Intimidasi

Investasi

Izin prinsip

**J**

Jaringan media sosial  
 Jaringan virtual  
 Jejaring musisi  
 Jenkins & William  
 John D.H Downing  
 Joseph Estrada  
 Juris  
 Jurnalis warga

**K**

Kann  
 Kaum marjinal  
 Kawasan konservasi  
 Khaled Said  
 Kolektivitas adat  
 Kolektivitas gerakan  
 Komitmen politik  
 Komunikasi politik  
 Konflik  
 Kontrol arus informasi  
 Laclau

**L**

Lane & Dominguez  
 Langman

Lapangan kerja  
 Laskar Bali  
 Le Bon  
 Lenin  
 Lim  
 Liu  
 Loader  
 Logika berjejaring  
 Logika pemikiran  
 Lokasi reklamasi  
 LPPM Universitas Udayana

**M**

Manipulasi  
 Marsh & Stoker  
 Marx  
 Masyarakat adat  
 Masyarakat sipil  
 Mayfield  
 McAdam  
 Media alternative  
 Media massa konvensional  
 Media perlawanan  
 Media sosial  
 Meikle  
 Melucci

Mitra & Cohen	Pengembangan kawasan
Mobilisasi gerakan	Pengusaha lokal
Mobilisasi massa	Perang informasi
Mouffe	Peraturan Presiden No. 51
Murti	Tahun 2014
Musisi Bali	Perlawanan
	Peraturan Presiden No. 45
	Tahun 2011
<b>N</b>	Petisi
Navicula	Pluralitas
Nilai adat	Politik redaksional
Nilai budaya	Porta
Norris	Postill
Nostress	Prof. Ketut Satriyawan
Nugroho	Protes
	PT. Tirta Wahana Bali
	Internasional
<b>O</b>	Pulau penyangga
Ombudsman	Pulau Pudut
Opini publiK	
<b>P</b>	<b>R</b>
Parade budaya	Reklamasi
Pariwisata berwawasan lingkungan	Relasi kuasa
Pembangunan	Representase demokratis
Pemprov Bali	Represif
Pemuda adat	Revitalisasi
	Revolusi Mesir

**S**

Savirani

Scott

Seniman

Serangan

Shirky

Simpatisan online

Singh

SK Gubernur Nomor 2138/02-  
CL/HK/2012

Solidaritas

Strategi gerakan

Strategi perlawanan

Studi kelayakan

Superman Is Dead

Surat Keputusan Gubernur Bali  
No. 1727/01-B/HK/2013

Suriadi Darmoko

**T**

Tanis & Postmes

Tarrow

Teluk Benoa

The Bali Bullhead

Tolak reklamasi

Tomy Winata

Transformasi gerakan

Transformasi strategi

Triwibowo

Twitter

**U**

Ucok Parta

Undang-Undang No. 27  
Tahun 2007

Urusan publik

**V**

Villanueva

**W**

Wael Ghonim

WALHI Bali

Wayan Kartika

West

Wigand

Wilhelm

Yayasan Peduli Mangrove

Youtube

**Z**

Zona penyangga

Zulkifi