



Upaya *Iran Green Movement* dalam Menekan Pemerintah Iran untuk Mengimplementasikan Hak Perempuan melalui *New Media*

Nadia Widianti, Dr. Dra. Reni Windiani, M.S., Fendy Eko Wahyudi, S.IP.,
M.Hub.Int

Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Jalan Prof. H. Soedarto, SH., Tembalang, Kota Semarang Website:

<http://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Iran Green Movement is one of the historical events in Iranian politics. Starting from the claim of fraud in the 2009 presidential election, but eventually rooted in other problems. One of them is the demands of Iranian women against several policies that were considered discriminatory during the Ahmadinejad administration. To carry out their agenda, the demonstrators of the Iran Green Movement use the existence of new media which is claimed to play a significant role in pressuring the government to implement some of the demands put forward by the community, especially women. This is because the use of new media is easy so it can be accessed by anyone without any interference from the political elite. By using the concept of new media from Everett Rogers, this study discusses the efforts made by the demonstrators through the use of new media as the main tool in the process of running the Iran Green Movement agenda. The result of this study is that new media platforms such as Twitter, YouTube, and the Web play an important role in mobilizing the masses, forming public spaces, gaining massive support, and disseminating information to the public. Although the objectives of the Iran Green Movement agenda were not fully successful, the involvement of the new media had a significant influence and impact on Iranian politics. For further research, it is recommended to discuss about social networking in the involvement of new media in an event

Keywords: *Iran Green Movement, New Media, Social Media*

PENDAHULUAN

Secara potensial dengan canggihnya kemajuan teknologi saat ini, setiap peristiwa yang terjadi dapat tertangkap oleh kamera yang kemudian peristiwa tersebut disebarluaskan ke publik secara instan melalui media global maupun internet (Piers, 2013). Seiring berkembangnya zaman, tentunya peran dan pengaruh media semakin meluas dan terjangkau untuk diakses sehingga menggiring opini publik merupakan suatu hal yang sangat mudah. Awalnya informasi dari penjuru dunia hanya disajikan melalui televisi, surat kabar, dan radio namun saat ini informasi dapat diakses hanya melalui perangkat elektronik dan sambungan internet saja bahkan publik tidak memiliki batasan untuk mengaksesnya. Eksistensi internet yang semakin pesat di era globalisasi dianggap sebagai sebuah awalan baru pada setiap lini kegiatan yang dilakukan oleh manusia. Pun, eksistensi internet dianggap sebagai sebuah proses transformasi struktural serta fungsional yang berbeda terutama pada media dan komunikasi sehingga eksistensi media-media lain seperti media cetak dan audiovisual perlahan-lahan memudar dengan sendirinya. Peristiwa ini disebut dengan *new media*

yang muncul pada akhir abad ke-20 yang dirancang untuk mencakup kemunculan jaringan digital, komputer, dan teknologi informasi. Seiring berjalannya waktu, fungsi *new media* semakin merambah luas.

Beberapa tahun terakhir, publik menjadikan *new media* sebagai ruang untuk melakukan diskusi, menyebarkan informasi, menggerakkan aksi sosial, bahkan menjadi ruang untuk meraup dukungan. Ringkasnya, *new media* beralih fungsi sebagai ruang publik untuk menanggapi realitas di publik yang tengah terjadi (Taufik & Rizal, 2018). Eksistensi *new media*, diklaim lebih mudah untuk membentuk opini publik bahkan telah mendapat perhatian yang meningkat dari para cendekiawan dan pembuat kebijakan dikarenakan adanya peristiwa Arab Spring pada tahun 2011. Para pembuat kebijakan dan cendekiawan mengklaim bahwa efek *new media* ini sangat cepat mempengaruhi suatu kebijakan serta perubahan pada negara, bahkan mereka menyebut peristiwa ini dengan Revolusi Twitter dan Diplomasi Facebook (Aday, 2014).

Dalam politik, media tidak hanya menjadi sumber informasi, akan tetapi media juga dianggap sebagai motor penggerak perubahan politik (Andriati, 2015). Hal ini dapat dikatakan bahwa media memiliki peran penting dalam komunikasi politik. Selain itu, media juga memiliki pengaruh kuat dan kemampuan untuk menggiring opini bahkan dapat membentuk sebuah propaganda kepada publik. Tidak hanya untuk menyampaikan keinginan dan dikaitkan dengan opini publik, akan tetapi media juga dapat menghasilkan opini publik sehingga dapat mendesak pemerintah untuk menghasilkan sebuah kebijakan maupun perubahan. Keterlibatan media dalam beberapa konflik politik sebenarnya sudah terjadi

sejak tahun 1990-an silam. Pasalnya sekitar tahun 1990-an di kawasan Timur Tengah, perusahaan berita global yakni *CNN* pernah menyajikan berita di Iran yang membahas mengenai jatuhnya bom dan rudal. Berita ini berhasil membentuk opini publik sehingga mendesak pemerintah untuk memutuskan kebijakannya terhadap peristiwa yang tengah terjadi kala itu. Selang beberapa tahun kemudian, terjadi kembali permasalahan di Timur Tengah, yakni jatuhnya rezim pemerintahan di negara-negara kawasan Timur Tengah. Layaknya efek domino, konflik di Timur Tengah ini lama-kelamaan merambat ke negara kawasan lainnya seperti Mesir, Libya, Suriah, Yaman, dan lainnya. Peristiwa ini diklaim memiliki permasalahan yang sama yakni runtuhnya rezim-rezim pemerintahan yang berujung menuju revolusi pemerintahan yang baru.

Konflik ini semakin membludak ke ranah publik ketika *new media* menjadi alat utama dalam menyebarkan realitas yang terjadi di lapangan. Salah satu permasalahan mengenai keterlibatan media pada peristiwa di Timur Tengah adalah *Iran Green Movement* atau Gerakan Hijau Iran pada tahun 2009. Aksi ini merupakan aksi protes yang mengacu pada gerakan politik setelah pemilihan umum Presiden yang mana adanya klaim kecurangan dalam pelaksanaan pemilihan umum. Setelah itu, aksi protes ini semakin membesar dan bahkan merambat pada protes terhadap kebijakan pemerintahan Presiden Iran kala itu yakni Mahmoud Ahmadinejad yang mana kebijakan pada pemerintahannya dianggap merenggut hak sipil hingga mengarah pada permasalahan HAM. Presiden Ahmadinejad sendiri dikenal sebagai sosok pemimpin yang ketat dan kaku, karena ketika masa kepemimpinannya terdapat banyak kebijakan yang tumpang

tindih terlebih lagi terhadap perempuan sehingga masalah ini dibawa dalam aksi protes *Iran Green Movement*. Para perempuan dan kaum muda lainnya merasa bahwa hukum maupun kebijakan di Iran terhadap perempuan dirasa tidak sesuai dengan nilai-nilai HAM yang diusung dalam Revolusi 1979, seperti perempuan dibatasi pada bidang sosial-politik, dalam tata cara berpakaian, kebebasan bersuara, advokasi, kegiatan akademik, dan ekonomi. Selama dua periode jabatannya sebagai presiden, Ahmadinejad kembali memberlakukan pembatasan status dan hak semua warga negara, terlebih lagi pada perempuan (Engel, 2014). Melalui aksi protes *Iran Green Movement*, *new media* menjadi salah satu wadah untuk melakukan mobilisasi, penyaluran informasi, memberikan edukasi, membentuk jaringan sosial dan sebagai ruang untuk berkomunikasi baik secara domestik maupun internasional (Sadeghi, 2010)

PEMBAHASAN

Ketika *Iran Green Movement* berlangsung pada tahun 2009 para aktivis yang tergabung dalam kampanye ini menjadikan momen tersebut untuk mengangkat kembali perihal penuntutan undang-undang diskriminatif terhadap perempuan yang dicetuskan oleh pemerintahan Presiden Ahmadinejad saat kepemimpinan periode pertamanya. Selain langsung terjun ke lapangan untuk ikut aksi protes, para aktivis sekalian juga mengumpulkan massa agar ikut tergabung dalam Kampanye Satu Juta Tanda Tangan. Partisipan dalam kampanye ini mayoritas diikuti oleh perempuan, mahasiswa, aktivis sosial, bahkan beberapa publik figure Iran. Tidak hanya perempuan namun laki-laki pun juga ada yang ikut serta dalam kampanye ini, karena kampanye ini tidak memiliki syarat gender tertentu untuk tergabung. Adapun kegiatan yang

dilakukan dalam kampanye ini berupa seminar, konferensi, pelatihan, dan diskusi yang dilakukan di ruang publik, jalanan, fasilitas umum, dan lainnya.

Namun ketika berlangsungnya kegiatan, kerap berakhir ricuh karena adanya campur tangan dari pemerintah dan pasukan keamanan Iran yang membubarkan massa bahkan hingga menangkap, memperkosa, dan memenjarakan para aktivis yang terlibat dalam Kampanye Satu Juta Tanda Tangan ini. Adapun alternatif lain untuk tetap melanjutkan kegiatan dalam kampanye ialah, para anggota menggunakan rumah pribadi mereka sebagai markas untuk berkumpul. Akan tetapi, upaya tersebut menjadi sia-sia karena pasukan keamanan melacak lokasi hingga menggerebek paksa kediaman para anggota. Dalam kondisi yang semakin represif seperti ini, pemerintah Iran menganggap bahwa *The One Million Signature Campaign* sebagai sebuah ancaman terhadap keamanan nasional, bahkan sejak awal mula terbentuk pemerintah pun sudah mengawasi gerak-geriknya.

Seiring berjalannya waktu, kegiatan dalam kampanye menjadi kurang efektif karena terlalu banyak tekanan dari pemerintah Iran bahkan banyak para aktivis yang terlibat memilih untuk pindah ke luar negeri. Meski demikian para anggota lain yang tersisa di Iran tak henti-hentinya tetap melanjutkan kegiatan dalam aksi ini dan terus merekrut sukarelawan baru agar partisipan dalam kampanye ini semakin bertambah sehingga tujuan mereka segera tercapai.

Upaya lain yang cukup signifikan yang dilakukan adalah menjadikan platform *new media* sebagai alat utama untuk memobilisasi massa. Dalam aksi ini *new media* banyak memainkan peran penting dalam proses berjalannya kegiatan-kegiatan pada

Kampanye Satu Juta Tanda Tangan dalam Gerakan Hijau. Selain untuk menghubungkan banyak khalayak dari jarak jauh, mengedukasi massa, berbagi pengalaman, dan menyebarkan informasi, *new media* juga berubah menjadi ruang publik yang berguna untuk memobilisasi massa dalam lingkup domestik maupun luar domestik. Para aktivis dan demonstran percaya bahwa dengan kehadiran *new media* dalam aksi ini mempermudah mereka untuk mencapai tujuan dalam aksi yakni mengumpulkan satu juta tanda tangan dari masyarakat Iran dan mendapatkan dukungan massif dari seluruh penjuru.

Beberapa *platform new media* yang kerap digunakan dalam berlangsungnya *Iran Green Movement* salah satunya adalah media sosial seperti *Twitter*. Banyak massa dari berbagai penjuru bahkan dari luar Iran pun ikut *mentweet* terkait agenda yang terjadi dalam *The One Million Signature Campaign* seperti ajakan untuk tergabung dalam aksi, menyebarkan informasi terkini mengenai anggota, adanya tautan video *YouTube* terkait agenda kampanye, dan lainnya. Selain itu, sebagian besar demonstran percaya bahwa apabila tidak ada peran dari media sosial seperti *Web*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube* kemungkinan aksi ini tidak akan berjalan lancar sebagaimana mestinya

“Pasca pemilihan umum pemerintah kami memblokir layanan pesan teks pada handphone dalam kurun waktu yang cukup lama, maka dari itu komunikasi melalui pesan teks menjadi terbatas. Twitter, Facebook, dan Youtube saat itu menjadi alat komunikasi yang paling efisien untuk mendapatkan informasi mengenai kapan waktu demonstrasi, berita terbaru mengenai aksi ini, jumlah pengunjung rasa yang terbunuh dan informasi

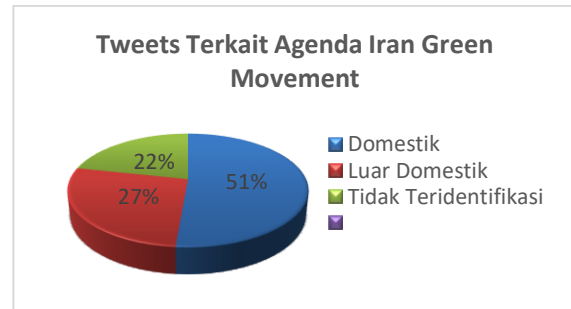
lainnya yang tidak dapat ditemukan di TV, radio, atau surat kabar resmi. Kemajuan aksi ini saya rasa dipengaruhi dengan adanya kehadiran Twitter, Facebook, dan Youtube karena dapat memobilisasi publik secara luas terlebih lagi untuk mendorong kaum muda Iran untuk terjun langsung ke lapangan dan mendorong saya untuk lebih aktif menggunakan media sosial” (Manso & Manso, 2013)

Dari beberapa pengakuan masyarakat terkait peran dan eksistensi *new media* membuktikan sifat *new media* yang interaktif karena dapat dikatakan berhasil untuk mendorong publik menjadi komunikator yang interaktif meskipun dari jarak yang jauh sehingga penggunaan *new media* dalam melakukan komunikasi menjadi optimal, signifikan, dan efektif. Meskipun saat itu pemerintah sempat memblokir jaringan ke internet untuk mengakses BBC Persia, *Facebook*, dan *YouTube*, akan tetapi pemerintah Iran diklaim gagal dalam memblokir akses ke *Twitter*. Kegagalan pemblokiran akses ke *Twitter* menjadikan layanan *microblogging* berubah menjadi akses utama masyarakat Iran untuk terhubung ke dunia luar dan menjadi cara untuk menyebarluaskan informasi ke seluruh dunia terkait kejadian yang sebenarnya terjadi di lapangan secara *real time*.

Dalam sebuah artikel yang ditulis oleh Atlantik Mark Ambinder yang berjudul *“The Revolution Will be Twittered”* beliau berpendapat bahwa aksi yang terjadi di Iran dipengaruhi oleh peran *Twitter* sebagai teknologi protagonis terhadap masyarakat yang tidak memiliki kekuatan untuk bersuara guna untuk bertahan dari tindakan diskriminasi, pelanggaran hak asasi manusia, serta pemblokiran informasi yang dilakukan pemerintah (Shapiro, 2015). Istilah *“Revolusi Twitter”* dalam

agenda politik Iran dianggap sebagai peralihan fungsi *Twitter* sebagai alat utama proses politik Iran yang akhirnya menyebabkan *Twitter* menjadi sorotan banyak pihak. Dalam beberapa data dan survei yang dilakukan, bahwasannya dalam beberapa kurun jam saja terdapat ribuan *tweets* yang disertai dengan tautan berupa gambar, blog berita, petisi, dan video mengenai aksi protes yang terjadi di Iran. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan hal-hal yang berkaitan dengan aksi protes dan potensi *Twitter* menjadi lebih jelas. Seiring berjalannya aksi protes yang kian hari kian ricuh, tepatnya pada tanggal 15-18 Juni 2009 *tweets* yang berkaitan dengan aksi protes melonjak drastis hingga mencapai 30.000 *tweets* dalam sehari (Center, 2009). Hal ini dikarenakan pengguna *Twitter* banyak membagikan tautan terutama gambar dan video tentang kejadian di lapangan terhadap ribuan demonstran di Kota Teheran, sehingga hal tersebut menjadi *trending topic* dikalangan pengguna internet di seluruh dunia. Hal tersebut semakin didukung ketika para pendukung *Iran Green Movement* di *Twitter* serentak mengubah avatarnya menjadi warna hijau sesuai dengan logo *Iran Green Movement*. Selain itu, pengguna *Twitter* yang ikut *men-tweet* terkait agenda *Iran Green Movement* tidak hanya berasal dari Iran, namun para pengguna *Twitter* yang ada di seluruh dunia juga ikut meramaikan lawan *Twitter*. Berikut data dalam grafik tentang *tweets* dari pengguna *Twitter* di dunia yang ikut *men-tweet* terkait agenda *Iran Green Movement*

Gambar 1. *Tweets* Daftar Menteri Baru Pada Kabinet Syekh Tamim di 2013



Sumber: (Harey & Daraniyy, 2009)

Berdasarkan data dalam grafik, terdapat sebanyak 51,3% dari semua *tweets* terkait *Iran Green Movement* yang berasal dari Iran. Kemudian, sebanyak 27% dari semua *tweets* berasal dari luar negeri, dan sisanya sebanyak 21,6% tidak memiliki asal yang teridentifikasi. Berangkat dari data tersebut, dapat dinyatakan bahwa hampir dari setengah yang ikut *men-tweets* berasal dari luar Iran. Berangkat dari ini, banyak jurnalis dan perusahaan media di dunia juga ikut berbondong-bondong mengangkat peristiwa tersebut ke ranah publik dan disebarluaskan melalui *platform new media* lain seperti *Website* dan *Youtube*. Dikarenakan banyak dibahas dalam *platform new media*, sehingga peristiwa ini menjadi *trending topic* atau topik yang paling banyak dibicarakan pada laman *Twitter*. Berikut gambar yang menunjukkan daftar *trending topic* di *Twitter* pada tahun 2009.

Gambar 2. *Trending topic*

TRENDING TOPICS 2009		
NEWS EVENTS	PEOPLE	MOVIES
1 #iranelection	1 Michael Jackson	1 Harry Potter
2 Swine Flu	2 Susan Boyle	2 New Moon
3 Gaza	3 Adam Lambert	3 District 9
4 Iran	4 Kobe (Bryant)	4 Paranormal Activity
5 Tehran	5 Chris Brown	5 Star Trek
6 #swineflu	6 Chuck Norris	6 True Blood
7 AIG	7 Joe Wilson	7 Transformers 2
8 #uksnow	8 Tiger Woods	8 Watchmen
9 Earth Hour	9 Christian Bale	9 Slumdog Millionaire
10 #inaug09	10 A-Rod (Alex Rodriguez)	10 G.I. Joe

Twitter pada tahun 2009
Sumber: (Bunz, 2009)

Pada gambar tersebut menunjukkan perbincangan yang paling banyak dibahas pada laman *Twitter*, sehingga muncul tagar #IranElection yang menjadi *trending topic* nomor satu dan diikuti *keyword* Iran dan Tehran yang berada pada nomor empat dan lima. Selain dukungan yang dikerahkan oleh berbagai masyarakat di dunia, negara-negara, perusahaan-perusahaan, bahkan Departemen Luar Negeri Amerika Serikat juga meminta agar perusahaan *Twitter* menjaga ketat servernya agar aliran informasi yang datang ke dan dari Iran dapat diakses publik secara luas (Center, 2009). Dalam hal ini, dapat dinyatakan bahwa eksistensi media sosial *Twitter* dalam proses berjalannya agenda *The One Million Signature Campaign* dalam *Iran Green Movement* memiliki peran dan dampak yang cukup besar dalam menekan pemerintah untuk mengubah hukum diskriminatif pada perempuan di Iran.

Selain penggunaan media sosial sebagai alat utama untuk menjalankan agenda *Iran Green Movement*, masyarakat juga berupaya menyalurkan gagasan dan perasaan mereka terkait aksi protes tersebut melalui karya seni. Berdasarkan sejarah panjang Iran, sejak dahulu karya seni telah digunakan masyarakat sebagai wadah untuk mengekspresikan gagasan dan perasaan mereka terhadap peristiwa politik di Iran. Adapun 4 peristiwa di Iran yang melibatkan seni ke dalam peristiwa politik ialah, *Constitutional Revolution 1905*, *the 28 Mordad Coup 1953*, *the Islamic Revolution 1979* dan *Iran Green Movement 2009*. Berkembang pesatnya sentralitas agama pada tahun 1979 memberikan bukti jelas terhadap keterlibatan seni dalam politik Iran, karena setelah Revolusi Islam 1979 pemerintah Iran mendirikan sebuah

organisasi mengenai periklanan Islam yang mana organisasi tersebut menginvestasikan banyak upaya dalam mengontrol masalah politik, sosial, dan budaya melalui banyak cara salah satunya artistik atau seni (Ansari, 2012). Kehadiran seni dalam proses politik sebenarnya menimbulkan banyak perdebatan dikalangan beberapa tokoh, namun beberapa dari mereka menyetujui bahwasannya seni dianggap sebagai sarana untuk menyalurkan gagasan dan perasaan masyarakat terkait realita politik yang terjadi. Pada aksi protes *Iran Green Movement* seperti yang dikatakan oleh Cohen-Cruz bahwa peran seni disini secara langsung dapat dikatakan sebagai bentuk respon dari tindakan publik yang kontroversial atau untuk merespon persepsi publik mengenai status quo (Cruz, 2005). Maka dari itu, banyak masyarakat Iran yang tidak bisa terjun langsung untuk terlibat dalam aksi protes memilih untuk mengungkapkan gagasan dan perasaan yang mereka rasakan melalui seni.

Penyaluran gagasan dan perasaan melalui seni terkait respon publik atas aksi protes *Iran Green Movement*, akhirnya dibuat menjadi sebuah proyek berbasis *online art exhibition* bernama *Greens' Art* (<http://www.greens-art.net/?lang=en>). Dalam *Greens' Art web* sendiri menyediakan ruang untuk mengkategorikan, mengumpulkan, mengontekstualisasikan, serta memamerkan karya-karya seni mengenai aksi protes Gerakan Hijau hasil ciptaan para seniman professional maupun amatir Iran. Proyek ini dibuat secara *online* agar karya-karya seni para seniman dapat dinikmati dan diakses oleh siapapun dari seluruh dunia melalui situs *web*. Selain itu, mereka juga ingin dunia mengetahui peristiwa seperti apa yang sebenarnya terjadi di Iran secara *real time* melalui karya seni. Terlebih lagi kala itu, internet memiliki peran kuat

dalam agenda proses politik di Iran sehingga menggunakan *web* sebagai sarana untuk memamerkan hasil karya seni diklaim sebagai salah satu alternatif yang sesuai untuk mendapatkan simpati dan dukungan massa secara luas.

Beberapa minggu setelah peluncuran *Greens' Art web* banyak respon positif yang diterima dari para pengunjung di seluruh dunia. Hal ini mendorong banyak seniman lainnya untuk berpartisipasi dalam pembuatan karya seni. Para seniman juga berharap bahwa setelah peristiwa ini, *Greens' Art* nantinya akan berkembang menjadi sebuah proyek multifungsi yang bergerak dengan domain pelestarian karya, pameran, dan pengarsipan. Selain itu juga proyek *Greens' Art* ini diharapkan akan menjadi sebuah proyek sejarah multimedia Iran yang memberikan kesempatan kepada yang menyaksikan untuk terus mengingat peristiwa bersejarah melalui karya seni (Ansari, 2012).

Meskipun terus dipantau ketat oleh rezim yang berkuasa di Iran, akan tetapi *The One Million Signature Campaign* terus berjalan baik secara *offline* maupun *online*. Hal ini terbukti dengan pencapaian dalam kurun waktu 2 tahun yang mana Kampanye Satu Juta Tanda Tangan berhasil memperluas jaringannya hingga ke 20 kota dalam 13 provinsi di Iran dan telah meluas hingga ke 7 negara pada kawasan Timur Tengah, bahkan hingga ke negara-negara di Amerika dan Eropa yang mana penyebaran ini dibantu oleh diaspora masyarakat Iran yang tinggal negara-negara tersebut (Sadeghi, 2009).

Selain menyebar ke banyak negara yang ada di dunia, kampanye ini berhasil mendapat banyak perhatian dan atensi dari dunia internasional dengan mendapatkan beberapa penghargaan dari *Global Women's Right by Feminist Majority Foundation 2009*, *National*

Endowment for Democracy Award 2008, *Olof Palm Prize 2007*, dan *Simone de Beauvoir Award 2009* (Seddighi, 2009). Terbukti dengan meluasnya peristiwa yang terjadi di Iran melalui kekuatan *new media* perihal kebijakan diskriminatif pada perempuan, mendorong publik dari berbagai penjuru dunia untuk berpartisipasi serta mendukung agar kebijakan tersebut dihapuskan supaya perempuan-perempuan di Iran mendapatkan keadilan dan kehidupan yang layak untuk mereka jalani.

Selain itu, ruang publik dan strategi *lobbying* yang dibangun aktivis, para ulama Iran, dan dorongan serta validasi publik secara formal terhadap isu-isu yang terjadi akhirnya diklaim berhasil dalam menekan pemerintah untuk menghapuskan kebijakan diskriminatif terhadap perempuan pada masa pemerintahan Ahmadinejad. Hal ini dibuktikan dengan, penghapusan pada 2 pasal yakni pada pasal 23 yang berisi "*laki-laki boleh menikah lagi tanpa sepengetahuan istri sah*", kemudian juga pada pasal 25 mengenai pengenaan pajak dalam mahar perempuan terhadap *Family Bill 2007*, kemudian pada tahun 2013 pasal-pasal tersebut akhirnya berhasil dihapus dan disepakati oleh parlemen dan ulama-ulama di Iran (Engel, 2014).

Meskipun dapat dikatakan bahwa keberhasilannya terbatas namun adanya *The One Million Signature Campaign* ini menimbulkan dampak massif pada perempuan Iran yakni timbulnya kesadaran perempuan untuk terbuka pada permasalahan hak asasi manusia yang mereka alami. Hal tersebut memberikan kontribusi besar dalam mendorong dan memberdayakan perempuan untuk memprotes hasil pemilihan umum secara terbuka, lebih jauh lagi untuk menunjukkan efisiensi terhadap tuntutan-tuntutan spesifik dan

fokus dalam agenda politik maupun sipil yang memberikan dorongan pada *Iran Green Movement*, bahkan hingga muncul slogan “*Where is My Vote?*” dan tagar #IranElection di *platform* media sosial *Twitter* yang mana hal tersebut diklaim menunjukkan dampak dari eksistensi gerakan perempuan pada berjalannya aksi protes sipil ini (Tahmasebi-Birgani, 2010)

Menurut Victoria Tahmasebi-Birgani dalam tulisannya yang berjudul *Women’s Movement and Iran’s Presidential Election* munculnya gerakan perempuan yang memprotes arah demokrasi dan kebijakan Iran, akhirnya pada tanggal 16 Agustus 2009 berhasil mendorong reaksi Presiden Mahmoud Ahmadinejad yang merasa tertekan untuk mengumumkan bahwa beliau berencana akan menunjuk setidaknya kurang-lebih 3 orang menteri perempuan untuk kabinet pemerintahan beliau yang selanjutnya (Tahmasebi-Birgani, 2010). Tidak hanya terjadi perubahan di dalam negeri, namun pencapaian dari aksi ini diklaim menimbulkan dampak besar pada negara kawasan Timur Tengah lainnya yakni adanya peristiwa Arab Spring pada tahun 2011. Awalnya banyak publik mengira bahwa penggunaan *new media* pada proses demokrasi politik pertama kali terjadi di Tunisia, namun nyatanya penggunaan *new media* pada proses politik di negara kawasan Timur Tengah pertama kali terjadi saat peristiwa *Iran Green Movement* pada tahun 2009. Tidak hanya berhenti sampai disitu, penggunaan *new media* dalam proses politik Iran masih terus berlanjut hingga pemilihan umum Presiden tahun 2013. Hal ini menunjukkan bahwa, pengaruh *Iran Green Movement* cukup massif karena negara-negara Timur Tengah lainnya juga menggunakan *platform new media* untuk berjalannya proses demokrasi di negaranya.

KESIMPULAN

Tahun 2009 dianggap sebagai salah satu peristiwa bersejarah dan besar bagi politik Iran. Bermula dari penuntutan hasil pemilihan umum Presiden Ahmadinejad kemudian berakhir ricuh dengan diiringi penuntutan kebijakan-kebijakan diskriminatif pada masa pemerintahan Ahmadinejad, yang mana kebijakan ini diklaim banyak merugikan kaum perempuan Iran. Mengetahui hal tersebut sebagai salah satu kelemahan Ahmadinejad, Mir-Hossein Mousavi pihak lawan dalam pemilihan umum Presiden membentuk sebuah gerakan yang bernama *Iran Green Movement*. Orang-orang yang terlibat dalam gerakan ini didominasi oleh kaum muda Iran yang sebagiannya adalah perempuan. Setelah itu, mereka turun kejalan dan memenuhi pusat Kota Teheran untuk melancarkan aksi protes kepada pemerintah yang pro kepada Ahmadinejad. Namun, aksi protes ini berakhir ricuh karena adanya serangan dari *Basij* yang menyebabkan banyak para demonstran mengalami luka parah bahkan hingga menelan korban jiwa. Akhirnya aksi protes ini menjadi kacau dan tak terkendali. Agar aksi ini terus berlanjut, alternatif yang dilakukan adalah menggunakan eksistensi internet untuk membentuk ruang publik sehingga memobilisasi massa dan meraup dukungan massif baik di domestik maupun internasional menjadi lebih mudah.

Demonstran yang menggunakan eksistensi internet pada *Iran Green Movement* menghubungkan kebanyakan *platform* lain guna untuk memudahkan tujuan mereka. Salah satu *platform* yang digunakan adalah media sosial seperti

Twitter, Facebook, YouTube, dan Web. Menyebarnya banyak tautan ke *platform* media sosial yang berisikan gambar, video, berita, dan pertisi tersebut akhirnya berhasil mengumpulkan massa baik di domestik maupun internasional. Tidak hanya itu, tautan yang tersebar di laman media sosial bahkan menjadi *trending* di kalangan pengguna internet seluruh dunia. Hal ini akhirnya membuat *Iran Green Movement* diketahui banyak pihak secara luas. Salah satu upaya yang dikerahkan oleh kaum perempuan dalam *Iran Green Movement* ialah membentuk sebuah kampanye yang disebut dengan *The One Million Signature Campaign*. Kampanye ini memiliki misi dan tujuan untuk menekan pemerintah Iran agar mengubah beberapa kebijakan yang dianggap diskriminatif terhadap perempuan dengan mengumpulkan satu juta tanda tangan baik secara domestik maupun internasional. Penggunaan media sosial dalam proses berjalannya kampanye ini memiliki peran yang signifikan, dikarenakan hampir seluruh agenda dalam kampanye diunggah ke laman media sosial. Unggahan terkait agenda kampanye menyebar luas ke pengguna internet di seluruh dunia dan akhirnya kampanye ini banyak didukung oleh masyarakat dunia bahkan perusahaan-perusahaan dan pemerintahan diluar Iran pun ikut memberikan dukungannya. Tidak hanya *The One Million Signature Campaign*, namun upaya lain yang dikerahkan adalah membuat sebuah web mengenai *online art exhibition* yang dikenal dengan *Greens's Art*. Tujuan dibentuknya *web* ini yakni untuk pengarsipan dan memberi akses kepada seluruh seniman Iran baik yang profesional maupun amatir untuk mencurahkan gagasan dan perasaannya terkait aksi protes yang tengah terjadi di Iran melalui karya seni. Eksistensi media sosial dalam aksi ini dapat dikatakan

memiliki dampak yang besar terhadap proses politik Iran, bahwasannya dunia akhirnya mengetahui peristiwa seperti apa yang terjadi di Iran secara *real-time* sehingga pemerintah mendapat tekanan untuk mengubah suatu kebijakan. Penggunaan media sosial pun masih terus berlanjut ke peristiwa politik Iran lainnya bahkan negara Timur Tengah lainnya juga menggunakan media sosial sebagai alat utama dalam menjalankan agenda politik dalam negaranya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Dra. Reni Windiani, M.S. selaku dosen pembimbing 1, Bapak Fendy Eko Wahyudi, S.IP., M.Hub.Int selaku dosen pembimbing 2 dan Mba Anjani Tri Fatharini, S.IP., M.A. selaku dosen penguji 1 yang telah membimbing Penulis sehingga jurnal penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Aday, S. (2014). *The US Media, Foreign Policy, and Public Support for War*. Oxford: The Oxford Handbook of Political Communication.
- Andriati, N. (2015). PERAN MEDIA MASSA NASIONAL DALAM POLITIK INTERNASIONAL. *Kajian Ilmu Komunikasi Volume 45, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Ansari, A. (2012). Greens' Art: New Media Aesthetics in Pre- and Post-Election Events in Iran. *Isea*. <http://web.archive.org/web/20150422090811/http://prijipati.library.usyd.edu.au/bitstream/2123/9636/1/greensartnewmedia.pdf%5Cnhttp://prijipati.library.usyd.edu.au/bitstream/2123/9636/1/greensartnewmedia.pdf>
- Center, P. R. (2009, June 25). *Iran and*

- the "Twitter Revolution". Retrieved from PEW Research Center: <https://www.pewresearch.org/journalism/2009/06/25/iran-and-twitter-revolution/>
- Cruz, J. C. (2005). *An Introduction to Community Art and Activism*. Retrieved from UCLA School of Theater, Film and Television: http://www.communityarts.net/readingroom/archives/files/2002/02/an_introduction.php
- Engel. (2014). DISKURSUS KESETARAAN GENDER DAN PENINGKATAN AKTIVISME GERAKAN KESETARAAN GENDER DI IRAN. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 36–75.
- Manso, M., & Manso, B. (2013). The Role of Social Media in Crisis. *Strategic Intelligence Management*, 93–107. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-407191-9.00009-0>
- Piers, R. (2013). Media as a Driving Force in International Politics: The CNN Effect and Related Debates.
- Sadeghi, F. (2009). *Melewati Islamisme dan Feminisme : Perlawanan dan Pemberontakan Wanita*. 209–228.
- Sadeghi, F. (2010). Women ' s Resistance and Rebellion. *Remmm*, 209–228.
- Seddighi, G. (2009). *The struggle for gender equality within an Iranian islamic framwork: the case of one million signatures campaign*. May.
- Shapiro, R. (2015). Rhetorics of Hope: Complicating Western Narratives of a "Social Media Revolution." *Literacy in Composition Studies*, 3(1), 156–174. <https://doi.org/10.21623/1.3.1.12>
- Tahmasebi-Birgani, V. (2010). Green Women of Iran: The Role of the Women's Movement During and After Iran's Presidential Election of 2009. *Constellations*, 17(1), 78–86. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8675.2009.00576.x>
- Taufik, & Rizal, I. A. (2018). Penumbangan Rezim melalui Gerakan Masyarakat Dunia Maya (Media Sosial) di Timur Tengah. *Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Pasundan*, 22.