

**Tagar dan Gerakan Opini Digital: Analisis Jaringan Sosial Terhadap Tagar #BubarkanPSSI**

Indra Jaya Sihombing, Agustinus Rusdianto Berto,  
Ilya Revianti Sunarwinadi  
*Universitas Multimedia Nusantara*  
indra.jaya1@student.umn.ac.id

Received: 11-08-2023, Revised: 22-02-2024, Acceptance: 27-02-2024

**Abstract**

*Conversations using the hashtag #BubarkanPSSI is a Digital Opinion Movement that highlights the existence of PSSI as the management of national football. The purpose of this research is to map the network structure formed in the conversations of netizens using #BubarkanPSSI on Twitter social media. The concept used in this research is the Digital Opinion Movement which describes and explains social networks and their network structures. The method used in this research is the Social Network Analysis (SNA). This research focuses on Twitter user conversations using the hashtag #BubarkanPSSI in the period 9-16 October 2022 which was downloaded using Netlytic. The results showed that there were 562 actors involved with a total of 706 interactions. Interaction between actors occurs easily but the connection between actors looks low and the communication that occurs is one-way. No one actor dominates so the conversation is decentralized where information flows more freely among the actors involved. The keywords that emerged during the conversation period studied placed PSSI as an institution that was considered a failure and should be disbanded. PSSI needs to pay more attention to the keywords that appear in the conversation because the netizen opinions that arise in the conversation reflect the negative views of the public towards the reputation of PSSI.*

**Keywords:** *Digital Movement of Opinion; Hashtag; Social Network Analysis.*

**Abstrak**

Percakapan dengan menggunakan tagar #BubarkanPSSI merupakan sebuah Gerakan Opini Digital yang menyoroti eksistensi PSSI sebagai pengelola sepakbola nasional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memetakan struktur jaringan yang terbentuk pada percakapan warganet menggunakan #BubarkanPSSI pada media sosial Twitter. Konsep yang digunakan dalam untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah Gerakan Opini Digital yang menggambarkan dan menjelaskan jaringan sosial beserta struktur jaringannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

Analisis Jaringan Sosial *Analysis* (SNA). Penelitian ini fokus pada percakapan pengguna twitter menggunakan tagar #BubarkanPSSI pada periode 9-16 Oktober 2022 yang diunduh dengan menggunakan Netlytic. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 562 aktor yang terlibat dengan jumlah interaksi sebanyak 706 kali. Interaksi antar aktor terjadi dengan mudah namun keterhubungan antar aktor terlihat rendah dan komunikasi yang terjadi bersifat satu arah. Tidak ditemukan satu aktor yang mendominasi sehingga percakapan yang terjadi bersifat desentralisasi di mana informasi mengalir lebih bebas di antara aktor yang terlibat. Kata-kata kunci yang timbul pada periode percakapan yang diteliti menempatkan PSSI sebagai lembaga yang dinilai gagal dan harus dibubarkan. PSSI perlu lebih memperhatikan kata-kata kunci yang muncul dalam percakapan karena opini netizen yang muncul dalam percakapan tersebut mencerminkan pandangan negatif masyarakat terhadap reputasi PSSI.

**Kata kunci:** Gerakan Opini Digital; Tagar; Analisis Jaringan Sosial.

## **PENDAHULUAN**

Masyarakat Indonesia dikejutkan oleh sebuah peristiwa yang menimpa penonton pertandingan sepakbola antara Arema FC melawan Persebaya Surabaya di Stadion Sepakbola Kanjuruhan Malang pada tanggal 1 Oktober 2022. Dalam kejadian tersebut terdapat 132 korban meninggal dunia, 96 orang luka berat, dan 484 orang luka ringan atau sedang (Wibawana, 2022). Tragedi ini mendapat perhatian yang luas dari warganet dan menjadi salah satu topik yang diperbincangkan di Twitter yang membuat media sosial dipenuhi cuitan terkait peristiwa tragis yang telah menyebabkan banyak korban tersebut (Yustisia et al., 2023). Kejadian Kanjuruhan juga memantik sorotan publik terhadap kemampuan PSSI sebagai organisasi resmi pengelola sepakbola nasional dalam menjalankan aktivitas persepakbolaan Indonesia sekaligus meminta PSSI untuk berbenah (Damar, 2022).

PSSI sendiri sebagai lembaga pengelola aktivitas persepakbolaan nasional kerap mendapat sorotan publik sehubungan dengan timbulnya berbagai masalah atau isu yang melibatkan para pemangku kepentingan persepakbolaan nasional. Hal tersebut terungkap dalam berbagai studi yang dilakukan oleh sejumlah peneliti yang melakukan kajian terhadap ragam persoalan yang berkaitan dengan PSSI serta aktivitas sepakbola di Indonesia, sebagian di antaranya adalah: studi tentang keberatan PSSI terhadap praktek keterbukaan informasi publik di badan publik non-pemerintah (Prastya, 2017), studi tentang konflik menahun persepakbolaan Indonesia terkait dengan intervensi politik pemerintah dan figur militer dalam kepengurusan PSSI (Sanjaya et al., 2018), studi tentang berbagai isu seputar PSSI seperti suap dan pengaturan skor yang diperbincangkan dalam program talkshow Mata Najwa (Rifa'i, 2020), dan studi yang memaparkan keterlibatan pemerintah era Presiden Jokowi yang mengambil alih peran PSSI melalui Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) dalam membenahi organisasi dan kepengurusan PSSI berkaitan dengan isu mafia pertandingan dan kepentingan politik di dalam organisasi PSSI (Akbar, 2016). Studi-studi tersebut pada dasarnya dapat melengkapi pemahaman publik secara lebih

mendalam tentang PSSI sebagai organisasi yang mengelola persepakbolaan nasional.

Tragedi Kanjuruhan sendiri menyedot perhatian publik serta media dengan sangat cepat. Para peneliti juga melakukan ragam kajian terkait dengan peristiwa tersebut. Berdasarkan penelusuran literatur ditemukan sejumlah hasil penelitian terkait peristiwa Kanjuruhan terutama kajian yang berkaitan dengan isi pemberitaan media. Di antara studi-studi tersebut adalah analisis isi pemberitaan tragedi Kanjuruhan pada portal berita (Varra Azqiya et al., 2023), analisis framing pemberitaan peristiwa Kanjuruhan (Ramadhan et al., 2023), analisis frasa terhadap salah satu teks berita terkait dengan rekaman CCTV tragedi Kanjuruhan yang terhapus (Karwati, 2022), studi gerakan sosial virtual dalam menyikapi peristiwa Kanjuruhan (Mogot et al., 2022), dan analisis sentimen warganet terkait Tragedi Kanjuruhan (Minardi et al., 2023).

Mengingat peristiwa Kanjuruhan terjadi setelah berakhirnya pertandingan sepakbola antara Arema FC melawan Persebaya Surabaya yang berada dalam rangkaian pertandingan liga sepakbola PSSI, publik berpendapat bahwa peristiwa tersebut jelas tidak dapat dipisahkan dari kedudukan PSSI sebagai lembaga pengelola persepakbolaan nasional. Studi ini sendiri pada prinsipnya dilakukan untuk mencermati keterlibatan publik dalam menyikapi peristiwa Kanjuruhan sekaligus tanggapan mereka terhadap kemampuan PSSI sebagai lembaga pengelola persepakbolaan nasional.

Salah satu sorotan masyarakat termasuk dari para penggemar olahraga sepakbola Indonesia terhadap PSSI sebagai dampak dari terjadinya peristiwa Kanjuruhan muncul pada percakapan warganet di media sosial Twitter dengan menggunakan tagar #Bubarkan PSSI. Topik ini kemudian menjadi salah satu topik yang sedang tren (*trending topic*) di media sosial Twitter pada periode tanggal 9 hingga 16 Oktober 2022. Dalam postingan yang muncul pada percakapan menggunakan tagar #BubarkanPSSI tersebut, warganet terlihat meluapkan kekecewaan mereka terhadap PSSI sebagai salah satu pihak yang dinilai bertanggungjawab atas terjadinya tragedi Kanjuruhan.

Antusiasme warganet untuk terlibat dalam percakapan menggunakan tagar #BubarkanPSSI dapat dipahami jika dikaitkan dengan popularitas olahraga sepakbola di Indonesia. Sepakbola merupakan cabang olahraga nomor satu di Indonesia, bahkan menurut penelitian dari *Nielsen Sports* pada tahun 2014, 77% penduduk Indonesia memiliki ketertarikan pada olahraga sepakbola, terutama pada saat Tim Nasional Indonesia sedang berlaga (Hakim, 2020). Di samping itu, isu atau kejadian yang berkaitan dengan persepakbolaan nasional dan PSSI akan sangat sulit dilepaskan dari perhatian publik, khususnya dari sorotan para pendukung sepakbola Indonesia yang dikenal fanatik. Suporter Indonesia bisa dikatakan sebagai suporter yang sangat fanatik bahkan disebut sebagai salah satu kelompok suporter paling fanatik di dunia yang berada di urutan ke tiga setelah Inggris dan Argentina (Hapsari & Wibowo, 2015). Suporter kesebelasan lokal di Indonesia juga dikenal tidak kalah fanatik seperti 'Panser Biru' yang merupakan suporter fanatik dari PSIS Semarang yang selalu memberikan dukungan kepada tim kesayangannya karena rasa fanatisme (Sakti & Sinduwiatmo, 2023).

Keterlibatan aktif warganet dalam percakapan menggunakan tagar #BubarkanPSSI di media sosial Twitter juga diduga tidak lepas dari semakin meluasnya penggunaan media sosial oleh publik dalam melakukan aktivitas komunikasi. Media sosial sendiri adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna" (Chaudhri et al., 2021).

Penggunaan media sosial telah semakin meluas dimana banyak gerakan sosial yang semakin melihat media sosial sebagai sarana untuk berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Media sosial disebut telah membentuk dan sering kali secara fundamental memengaruhi lanskap komunikasi organisasional dalam gerakan sosial. Media sosial juga dapat membuat organisasi masyarakat sipil menjadi lebih demokratis, mendobrak hirarki tradisional antara para aktivis, pemangku kepentingan lainnya dan kepemimpinan gerakan (Murthy, 2018). Media sosial Twitter telah ditemukan sebagai mekanisme pengorganisasian yang dominan dan secara fundamental membentuk struktur organisasi gerakan sosial, bukan hanya berfungsi sebagai moda komunikasi (Murthy, 2018).

Kemudahan yang dimiliki oleh Twitter sebagai salah satu media sosial juga dapat menjadi faktor pendorong warganet untuk melibatkan diri dalam percakapan menggunakan tagar #BubarkanPSSI. Terdapat empat kemudahan yang dimiliki Twitter, yaitu: keringkasan atau keterbatasan karakter, dimana dalam satu postingan Twitter memiliki maksimal 280 karakter yang membuat informasi menjadi lebih mudah disebar dan dilihat. Kemudian kebebasan informasi dimana seluruh informasi dapat disebar dengan mudah melalui Twitter, bersifat serentak, apa adanya, dan pada hakikatnya bersifat subjektif. Kemudahan berikutnya adalah komunitas Twitter yang bersifat terbuka dan tidak memiliki batasan sehingga memudahkan para pengguna untuk bersosialisasi. Kemudahan lain adalah Twitter merupakan jaringan sosial yang membentuk data besar dimana informasi yang dibagikan di twitter akan membuat suatu pola tertentu serta menjadi informasi berkekuatan massa yang menjurus kepada suatu tren dan minat. Dapat disimpulkan bahwa keberadaan media sosial seperti Twitter memberikan kesempatan yang luas dan terbuka kepada publik untuk menyampaikan opini mereka secara lebih mudah tanpa melalui organisasi sebagai perantara (Utami et al., 2021).

Salah satu fitur Twitter adalah tagar (#) yaitu fitur yang mampu mengumpulkan dan mengorganisasikan informasi spesifik di Twitter, dimana dengan menggunakan tagar suatu informasi dalam bentuk tweet dapat diterima oleh lebih banyak pengguna (Pontoh, 2021). Dibuat pada tahun 2007, tagar dirancang untuk membantu pengguna mendapatkan informasi secara efisien di Twitter (Zhang, 2019). Awalnya, tagar adalah sebuah ide yang menambahkan simbol '#' sebelum kata kunci yang relevan, yang memungkinkan pengguna untuk menautkan postingan mereka ke konten lain dengan topik yang sama (Rauschnabel et al., 2019). Twitter merekomendasikan agar orang-orang menggunakan simbol '#' sebelum kata kunci atau frasa yang relevan dalam Tweet mereka untuk mengategorikan tweet tersebut dan membantunya muncul dengan lebih mudah dalam pencarian Twitter. Tidak mengherankan, jika penggunaan tagar dapat

meningkatkan jangkauan postingan dan memungkinkan pengguna untuk mengidentifikasi postingan yang terkait dengan topik yang mereka minati (Rauschnabel et al., 2019).

Pada kenyataannya saat ini, tanda '#' tidak lagi sekedar tanda yang murni fungsional, tetapi juga menjadi simbol sosial yang menjanjikan. Tanda '#' dimaknai sebagai singkatan dari produksi dan akumulasi perhatian publik. Simbol '#' sekarang dapat ditemukan di judul-judul novel terbaru, di kaos oblong, di papan nama yang dipasang di demonstrasi politik, di grafiti, di iklan-iklan di pinggir jalan, dan bahkan di tato. Di ragam materi yang terbuat dari batu, kertas, kapas, dan kulit, tagar tidak dapat diklik dan tidak dapat ditautkan dengan apa pun, namun pada bahan-bahan ini tagar dapat mewakili janji untuk dilihat, menemukan audiens, dan menyatukan minat (Bernard, 2019).

Tagar, yang pada awalnya diperkenalkan untuk memungkinkan pengguna menyusun dan mengatur konten, telah berkembang menjadi pola komunikasi yang kompleks di media sosial. Penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi berbagai aspek tagar, terutama yang terkait dengan tujuan menyusun dan mengatur konten buatan pengguna di sekitar tema atau topik tertentu (Rauschnabel et al., 2019). Tagar adalah padanan tekstual dari tempat pertemuan kasual di mana orang-orang berkumpul di sekitar topik umum untuk berbagi dan menunjukkan minat mereka (Eriyanto, 2019).

Tagar atau simbol '#', kemudian semakin populer di kalangan pengguna media sosial yang dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi salah satu cara yang paling populer dalam mengatur konten di media sosial. Sejak pemunculannya pada tahun 2007 di media sosial Twitter, kemudian diadopsi oleh jejaring sosial lainnya, tagar (#) telah menjadi bagian integral dari komunikasi media sosial (Rauschnabel et al., 2019). Alat kategorisasi eksperimental ini semakin marak di tengah masyarakat karena memungkinkan konsumen untuk terhubung dengan dan melibatkan pengguna media sosial lainnya berdasarkan minat, tema, atau topik yang sama (Falconer, 2016).

Para ahli pemasaran juga semakin tertarik untuk mempelajari faktor-faktor yang membuat konsumen lebih terlibat dengan konten media sosial mereka dan tagar dapat menjadi cara yang efektif untuk melakukannya terutama jika konsumen memasukkan tagar bermerek ke dalam unggahan mereka. Tagar yang merupakan padanan tekstual dari tempat pertemuan santai di mana orang-orang berkumpul dengan topik yang sama untuk berbagi dan memperlihatkan ketertarikan mereka telah menciptakan lokasi virtual atau "ruang ketiga." (Rauschnabel et al., 2019).

Rauschnabel et al., (2019) mengemukakan penggunaan teori basis informasi (*information base theory*) untuk memahami bagaimana orang menggunakan tagar Twitter. Basis informasi (*information base*) adalah sebuah lingkungan yang tercipta secara temporer ketika orang-orang berkumpul untuk suatu tujuan, yang menghasilkan atmosfer sosial serta mendorong berbagi informasi secara spontan dan insidental.

Terkait dengan keterlibatan publik dalam percakapan menggunakan tagar, terdapat sepuluh motivasi orang untuk terlibat dalam percakapan menggunakan tagar (#) yaitu menghibur (*amusing*), mengorganisasikan (*organizing*), mendesain (*designing*), mengonfirmasi (*confirming*), keterlibatan-

tren (*trendgaging*), terikat (*bonding*), menginspirasi (*inspiring*), menjangkau (*reaching*), meringkas (*summarizing*), dan mendukung (*endorsing*) (Rauschnabel et al., 2019).

Melalui penggunaan tagar, para pengguna media sosial menunjukkan sikap mereka (setuju atau tidak setuju) terhadap suatu isu atau kebijakan dengan memposting komentar bersama dengan tagar tertentu. Tagar kemudian menciptakan sebuah komunitas dimana pengguna media sosial yang tidak saling mengenal dan tidak saling mengikuti dapat mendiskusikan topik yang sama, bahkan dengan nada yang sama di dunia maya (Eriyanto, 2019).

Meluasnya penggunaan tagar oleh warganet di Indonesia telah menarik perhatian para peneliti untuk melakukan studi tentang penggunaan tagar (#) di media sosial. Di antaranya adalah studi tentang: tagar #BubarkanKPAI (Eriyanto, 2019), tagar #tetapdukungsbb (Anestha & Fatoni, 2020), tagar #kesetaraangender (Pangestu et al., 2022), tagar #Dirumahsaja Vs #Pakaimasker (Prihantoro et al., 2021), tagar #BatalkanOmnibusLaw (Utami et al., 2021), tagar #kesehatanmental (Susilowati & Sukmono, 2021), serta tagar #PercumaLaporPolisi (Dewi et al., 2022). Semua studi tersebut memiliki kesamaan dalam melihat bagaimana tagar berperan dalam menciptakan mobilisasi pengguna media sosial.

Meningkatnya popularitas media sosial telah menyebabkan meningkatnya aktivisme sosial yang terjadi di seluruh situs media sosial (Li et al., 2021). Media sosial berperan penting dalam kebangkitan dan kesuksesan berbagai gerakan sosial di seluruh dunia. Media sosial telah menyediakan platform bagi individu untuk terhubung, berorganisasi, dan memobilisasi tujuan bersama. Pengguna media sosial terlibat dalam gerakan dengan berbagai cara, termasuk membaca dan mempelajari tentang gerakan, melakukan tindakan yang meningkatkan popularitas unggahan yang berkaitan dengan gerakan, misalnya menyukai, mengomentari, membagikan, dan *me-retweet*, dan membuat materi mereka sendiri seperti kata-kata, foto, dan video di media sosial (Li et al., 2021).

Gerakan sosial didefinisikan sebagai sebuah jaringan interaksi informal antara sejumlah individu, kelompok dan atau organisasi, yang terlibat dalam sebuah konflik politik atau budaya, atas dasar identitas kolektif yang sama. Dengan kata lain, gerakan sosial adalah interaksi kolektif yang didasarkan pada sekelompok orang yang memiliki kesamaan identitas dan pandangan untuk mengatasi konflik politik atau budaya. Sebuah gerakan sosial menghasilkan aksi sosial misalnya, kampanye politik, petisi, protes (Li et al., 2021).

Gerakan sosial yang terjadi di media sosial disebut sebagai *cyberactivism* atau aktivisme digital. Melalui aktivisme digital, banyak isu yang terabaikan dapat menjadi perhatian. Tidak seperti gerakan sosial *offline* yang berjalan lambat di seluruh dunia, aktivisme digital memungkinkan gerakan untuk menyebar tidak hanya di satu wilayah kecil, tetapi secara global dalam hitungan jam. Ada juga yang menyebut gerakan sosial yang terjadi di media sosial sebagai aktivisme tagar karena penggunaan tagar untuk menyebarkan informasi dan aksi (Li et al., 2021). Tagar sendiri memainkan suatu peran dalam aktivisme digital (Eriyanto 2019).

Dalam literatur aktivisme digital, timbul istilah yang dikenal dengan "aktivisme tagar", sebagai sebuah gerakan (dalam bentuk persetujuan atau penolakan) terhadap sesuatu yang disuarakan dengan menggunakan tagar (Eriyanto, 2019). Aktivisme tagar didefinisikan sebagai suatu aksi yang memperjuangkan atau mendukung suatu tujuan dengan penggunaan tagar sebagai saluran utama untuk meningkatkan kesadaran akan suatu masalah dan mendorong debat melalui media sosial (Pontoh, 2021).

Dalam beberapa tahun terakhir, aktivisme digital sendiri muncul sebagai salah satu topik yang hangat di dunia akademis dimana istilah ini disebut memiliki arti yang luas dan ambigu (Kaun & Uldam, 2018). Definisi-definisi tersebut mencakup aktivisme yang melibatkan perangkat tetap dan perangkat bergerak yang memiliki akses ke internet, seperti berbagai bentuk *hacktivism*, serangan penolakan layanan, aktivisme tagar, dan advokasi *open source* atau definisi yang mencakup seluruh media digital yang digunakan untuk tujuan politik (Kaun & Uldam, 2018).

Aktivisme digital memiliki bentuk yang sangat beragam dimana keragaman ini di antaranya dibentuk oleh teknologi. Salah satu bentuk aktivisme digital adalah petisi online dimana pemimpin dan anggota gerakan sosial menggunakan teknologi untuk menciptakan dukungan dan mobilisasi (Eriyanto, 2019). Pada era komunikasi digital, konsep dari opini publik dan aksi gerakan sosial mengalami perubahan dari konsep tradisional yang memerlukan adanya organisasi yang melakukan intermediasi proses pengumpulan data (*polling* dan *survey*) serta organisasi yang mawadahi sebuah gerakan sosial (organisasi sosial, politik dan lainnya) (Tjahyana, 2020). Studi tentang aktivisme digital melihat media digital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari gerakan sosial, dan juga mencermati bagaimana media digital digunakan untuk menciptakan keterlibatan warga terhadap isu yang dibawa oleh gerakan sosial (Eriyanto, 2019).

Barisione & Ceron, (2017) mengembangkan sebuah konsep aktivisme digital yang menarik yang disebut dengan Gerakan Opini Digital atau *Digital Movement of Opinion*. Gerakan Opini Digital adalah istilah yang mengacu pada kasus-kasus di mana masyarakat umum secara aktif menggunakan platform media sosial untuk bereaksi terhadap peristiwa yang sangat termediasi dan bermuatan emosional dengan cara yang menciptakan kesan suara monolitik yang muncul dari media sosial. Gerakan Opini Digital pada media sosial disebut cenderung bersifat spontan dan menjadi penyalur ekspresi dari para pengguna media sosial. Opini yang disampaikan bersifat sementara dan disampaikan oleh publik yang sedang aktif bereaksi terhadap sebuah isu atau permasalahan yang seringkali dipicu oleh respon emosional.

Dengan adanya media sosial, maka publik dapat menyampaikan opininya tentang suatu topik atau permasalahan dengan mudah tanpa melalui sebuah perantara organisasi. Opini yang disampaikan melalui media sosial juga sama pentingnya dengan opini yang didapatkan secara formal dan tradisional melalui lembaga atau organisasi survey serta dapat dihitung dan diklasifikasi menggunakan analisis teks seperti misalnya untuk mengetahui sentimen publik terhadap sebuah isu atau permasalahan (Barisione & Ceron, 2017). Saat ini media sosial tidak hanya menjadi tempat untuk menyampaikan opini, namun juga berlanjut menjadi tempat diskusi publik dan sarana untuk menyuarakan sebuah pesan secara kolektif yang pada

gilirannya dapat berubah menjadi sebuah gerakan opini digital (Murthy, 2018).

Gerakan Opini Digital atau DMO terdiri dari mobilisasi online spontan dari publik massa, yang untuk sementara waktu berubah menjadi publik yang aktif, biasanya sebagai reaksi terhadap isu sosial yang kontroversial dan sarat dengan emosi atau tindakan kebijakan (Barisione et al., 2019). Dalam penelitiannya Barisione et al., (2019) menyebutkan DMO dicirikan dengan adanya komentar yang hampir semuanya bersifat sepihak (misalnya, hampir semuanya negatif terhadap keputusan pemerintah, atau positif terhadap 'pengungsi') dan yang biasanya mengekspresikan dukungan atau protes terhadap kebijakan yang terkait dengan masalah tersebut. DMO dapat dibayangkan sebagai sebuah gerakan sosial yang terjadi secara online.

Tipe ideal DMO juga memiliki ciri-ciri sebagai berikut: tidak dikategorikan secara sosial atau bersifat lintas sektoral karena melibatkan anggota dari masyarakat umum, tidak diorganisir secara formal atau bersifat *ad hoc*, tanpa adanya kepemimpinan yang mapan atau jaringan pengorganisasian, dan tidak bertahan lama atau DMO ini berlangsung relatif singkat. Dengan demikian, DMO paling baik diwakili oleh gelombang emosional dukungan atau penolakan yang muncul dari media sosial sebagai reaksi semu instan terhadap suatu peristiwa yang memiliki daya tarik yang sangat tinggi di lingkungan media global (Barisione et al., 2019).

Tagar memiliki peran penting dalam mengumpulkan dukungan pengguna internet terhadap suatu pemikiran dan nilai. Menggunakan tagar dapat dilihat sebagai upaya eksplisit untuk menyapa komunitas pengguna yang dibayangkan (Barisione et al., 2019). Publik diskursif ini, yang sering muncul di sekitar berita terkini, dicirikan oleh fleksibilitas yang kuat. Memang, pengguna dapat berkomunikasi di sekitar topik tagar tanpa harus membangun hubungan pengikut dengan partisipan lainnya. Oleh karena itu, jaringan berbasis tagar yang terstruktur di sekitar hubungan retweet, balasan, atau hubungan yang sederhana sangat cocok untuk jenis analisis longitudinal yang melacak variasi jaringan dari waktu ke waktu, yang diperlukan untuk menemukan dan membuat profil DMO (Barisione et al., 2019)

Jaringan adalah struktur sosial yang berasal dari komunikasi antar individu atau kelompok (Anestha & Fatoni, 2020). Komunikasi yang dilakukan oleh setiap individu dapat menciptakan link dan membentuk kelompok. Kelompok atau link ini kemudian terbentuk menjadi sebuah jaringan. Metode yang paling populer dalam mencermati jaringan sosial adalah SNA. *Social Network Analysis* atau SNA sendiri adalah metode penelitian untuk pendekatan sistem yang memvisualisasikan aliran tak terlihat dalam jaringan dengan melakukan identifikasi jenis interaksi, korelasi dan peran di antara para pengguna dalam jaringan (Anestha & Fatoni, 2020). Dengan menggunakan analisis jaringan sosial, peneliti dapat mengidentifikasi aktor yang tergolong penting dalam jaringan, jenis, struktur, dan perkembangan jaringan yang diciptakan di sekitar mereka (Kurniawan et al., 2022).

Metode SNA pada dasarnya digunakan dalam menggambarkan struktur dan relasi jaringan komunikasi dari aktor-aktor sebagai pengguna media sosial tertentu (Eriyanto, 2019). SNA membantu untuk memahami

hubungan sosial yang melambangkan *user* dengan titik (*nodes*) dan hubungan antara *user* atau pengguna dilambangkan dengan garis (*edges*) (Anestha & Fatoni, 2020). Analisis jaringan juga digunakan untuk mendeskripsikan jumlah orang lain yang terhubung dengan kita sebagai aktor, hal ini disebut sebagai *in-degree* serta *out-degree* (Anestha & Fatoni, 2020).

Percakapan di media sosial juga dapat membentuk persepsi publik terhadap reputasi suatu institusi. Reputasi sendiri mengacu pada persepsi para pemangku kepentingan tentang kemampuan organisasi untuk memenuhi harapan mereka (Chaudhri et al., 2021). Reputasi adalah aset perusahaan atau organisasi yang paling berharga, aset yang tidak berwujud dan diibaratkan sebagai "magnet" untuk mendapatkan dukungan pemangku kepentingan, akses ke sumber daya, keselarasan dengan tujuan strategis, diferensiasi kompetitif, dukungan pemangku kepentingan, kepercayaan dan kebanggaan dalam sebuah organisasi dan bahkan "penyangga" pada saat krisis (Chaudhri et al., 2021).

Dari sudut pandang komunikasi, reputasi bersifat cair dan dinamis, dibentuk melalui interaksi yang berkelanjutan antara organisasi dan pemangku kepentingan mereka atau di antara kelompok pemangku kepentingan yang independen dari organisasi. Dalam konteks manajemen krisis, percakapan media sosial dapat memainkan peran penting dalam mengelola reputasi institusi (Chaudhri et al., 2021).

Dalam dunia olahraga, reputasi menjadi salah satu hal penting untuk dikelola. Reputasi organisasi olahraga sangat bergantung pada atlet itu sendiri dan penampilan olahraga mereka, tetapi juga dipengaruhi oleh aktivitas seluruh organisasi. Reputasi organisasi olahraga dipengaruhi, misalnya, oleh aktivitas pemasarannya dan khususnya berkomunikasi dengan penggemar serta sponsor. Kekuatan reputasi klub olahraga diakui memiliki dampak khusus pada penggemar yang kemudian berdampak terhadap reputasi organisasi olahraga sekaligus membantu menciptakan komunitas atau halaman penggemar dan grup jejaring sosial (Ferenc et al., 2018).

Menonton televisi atau keterlibatan dalam kegiatan yang berhubungan dengan olahraga merupakan proses pengalaman yang memunculkan perasaan senang, gembira, dan bersemangat yang juga dikenal sebagai emosi (LaGree et al., 2019). Emosi ini memotivasi pengguna untuk membagikan pengalaman mereka dengan produk atau layanan organisasi atau menyuarakan pandangan mereka secara terbuka tentang tindakan organisasi yang menjunjung tinggi atau bertentangan dengan nilai-nilai mereka (Etter et al., 2019).

Munculnya media sosial telah mengubah cara memproduksi dan menyebarkan penilaian evaluatif tentang suatu organisasi di ranah publik. Dalam suatu proses evaluasi, konten yang emosional dapat meningkatkan kemungkinan hasil evaluasi tersebut dibagikan dan disebarluaskan lebih lanjut (Etter et al., 2019). Sebagian konten yang membangkitkan emosi yang kuat, seperti hiburan, kebahagiaan, kemarahan, ketakutan, rasa jijik, atau kejutan, lebih sering dibagikan daripada konten yang kurang membangkitkan emosi, baik secara daring maupun luring. Gairah emosional

menggerakkan kondisi rangsangan yang mendorong seseorang untuk membagikan berita atau informasi kepada orang lain (Etter et al., 2019).

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana tagar #BubarkanPSSI menciptakan gerakan opini digital atau DMO di antara pengguna media sosial Twitter serta menganalisis struktur jaringan yang terbentuk. Penelitian ini juga akan mengaitkan kata-kata kunci yang timbul dalam percakapan #BubarkanPSSI dengan reputasi PSSI sebagai organisasi pengelola sepakbola nasional.

Berdasarkan penelusuran literatur, berbagai hasil studi tentang PSSI tersedia cukup banyak saat ini. Oleh karena itu, studi ini diharapkan akan semakin melengkapi kajian tentang PSSI khususnya kajian yang mencermati keterlibatan publik dalam peristiwa penting yang melibatkan PSSI yang dianalisis melalui konsep Gerakan Opini Digital atau DMO yang berdasarkan penelusuran literatur masih jarang dilakukan. Manajemen PSSI juga diharapkan mencermati hasil penelitian yang menyertakan pandangan publik terhadap PSSI sebagai salah satu bahan yang dapat digunakan dalam mengelola reputasi organisasi.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mengambil dataset tagar #BubarkanPSSI dari Twitter dengan menggunakan *software* Netlytic pada kurun waktu tanggal 9 hingga 16 Oktober 2022. Penetapan rentang waktu tersebut dikaitkan dengan kedekatan waktu terjadinya tragedi Kanjuruhan yang terjadi pada tanggal 1 Oktober 2022. Seluruh data yang terkumpul kemudian akan dianalisis dengan menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA). Saat ini, analisis jaringan menjadi pendekatan yang sangat populer di bidang penelitian online, khususnya dalam studi Twitter (Barisione et al., 2019).

*Social Network Analysis* (SNA) adalah salah satu metode komputasi sosial yang digunakan dalam mengekstrak informasi dari suatu data yang tidak terstruktur serta memiliki volume yang besar. *Social network* sendiri merupakan pemodelan terhadap user yang dilambangkan dengan titik (*nodes*) sementara interaksi antar user selanjutnya dilambangkan dengan garis (*edges*). Dalam SNA terdapat pengukuran sentralitas yang digunakan dalam menentukan aktor yang berperan paling penting dalam suatu jaringan sosial sekaligus menunjukkan derajat pusat seseorang (Mbaru & Barnes, 2017). SNA merupakan pendekatan analitis yang dapat mengidentifikasi struktur sosial dan menjelaskan posisi pemangku kepentingan utama atau yang dapat disebut dengan pemeran kunci yang dapat menjadi aktor terpenting dalam penyebaran informasi (Mbaru & Barnes, 2017).

Analisis data pada penelitian ini akan dilakukan pada dua level jaringan, yaitu level makro dan mikro. Pada level makro akan dilakukan analisis struktur jaringan sosial yang meliputi densitas, diameter, resiprositas, dan sentralisasi (Tabel 1) (Eriyanto, 2019). Sementara pada level mikro akan dilakukan analisis aktor dengan mengukur sentralitas derajat (*degree centrality*) yang mengukur popularitas aktor dalam sebuah jaringan komunikasi. Popularitas aktor akan dilihat dari jumlah relasi yang ditujukan

kepada aktor tersebut (*indegree*) dan jumlah relasi yang ditujukan oleh aktor tersebut kepada aktor-aktor lain (*outdegree*) (Eriyanto, 2019).

Penelitian ini juga akan mengidentifikasi kata – kata apa saja yang sering digunakan dalam isi postingan #BubarkanPSSI. Analisis keterkaitan percakapan dengan reputasi PSSI sebagai organisasi akan dilakukan dengan merujuk kepada studi yang terkait dengan analisis penggunaan media sosial dan reputasi organisasi.

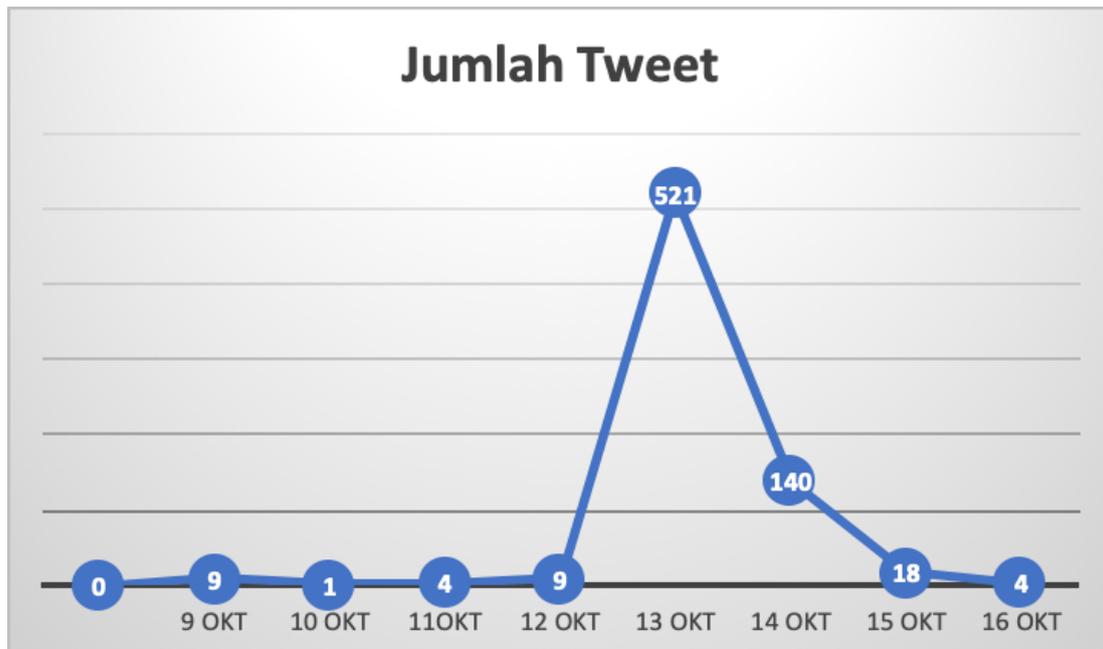
**Tabel 1. Level Analisis SMNA**

<b>Level</b>	<b>Jenis</b>	<b>Definisi</b>
<b>Aktor</b>	Degree Centrality	Aktor yang paling populer (mempunyai banyak link dengan aktor lain)
<b>Struktur Jaringan</b>	Densitas	Kerapatan hubungan antara aktor (akun) dalam jaringan
	Diameter	Jarak terjauh antara satu aktor (akun) dengan aktor lain dalam suatu jaringan
	Resiprositas	Relasi dua arah yang terjadi di antara aktor (akun) dalam jaringan
	Sentralisasi	Tingkat pemusatan aktor (akun) pada jaringan

(Sumber: Eriyanto 2019)

## **DISKUSI**

Mengingat himpunan data Netlytic atau temuan yang terkumpul dalam penelitian ini benar-benar merupakan *snapshot* dari waktu media sosial, maka analisis di sini lebih merupakan deskripsi dinamika jaringan dan komunikasi sosial yang muncul dalam percakapan warganet menggunakan tagar #BubarkanPSSI di media sosial Twitter pada periode tanggal 9 hingga 16 Oktober 2022.



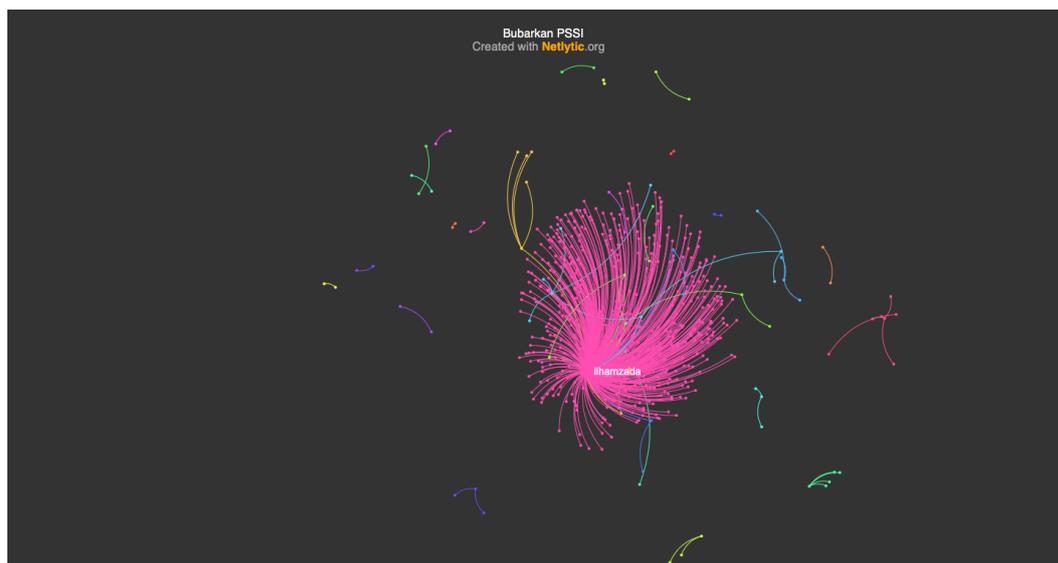
Gambar 1. Distribusi Tweet Yang Menampilkan #BubarkanPSSI Pada Periode 9-16 Oktober 2022

(Sumber: Data hasil analisis menggunakan Netlytic)

Secara keseluruhan, perbincangan warganet di media sosial Twitter menggunakan tagar #BubarkanPSSI pada pada periode tanggal 9 hingga 16 Oktober 2022 berhasil melibatkan 562 akun atau *unique poster* dengan total postingan sebanyak 706. Berdasarkan distribusi postingan yang ditampilkan pada Gambar 1, terlihat adanya peningkatan jumlah postingan yang signifikan pada tanggal 13 Oktober 2022 (sebanyak 521 postingan) dan jumlah postingan kemudian tampak menurun dengan cepat pada tanggal-tanggal berikutnya.

### Struktur Jaringan

Jaringan komunikasi yang terbentuk pada percakapan warganet menggunakan tagar #BubarkanPSSI di media sosial Twitter diperlihatkan pada gambar 2. Melalui gambar yang dihasilkan oleh Netlytic tersebut terlihat suatu grafik (*graph*) yang terdiri atas sekumpulan *nodes* atau aktor yang terhubung melalui *edges* atau *lines*. Dalam visualisasi tersebut, dapat dilihat bahwa jaringan besar pengguna yang menggunakan tagar #BubarkanPSSI terbagi ke dalam beberapa klaster kecil.



**Gambar 2.** Visualisasi Jaringan Komunikasi #BubarkanPSSI  
(Sumber: Data hasil analisis menggunakan Netlytic)

Keberhasilan tagar #BubarkanPSSI sebagai Gerakan Opini Digital dalam menarik serta menggerakkan opini publik dapat dicermati pada struktur jaringan yang menggambarkan luas penyebaran dan tingkat keefektifan pesan #BubarkanPSSI yang dalam penelitian ini diukur berdasarkan diameter, densitas, resiprositas, sentralitas dan modularitas.

**Tabel 2.** Struktur Jaringan #BubarkanPSSI

Analisis	Data
Diameter	3
Densitas	0,001662
Resiprositas	0,000000
Sentralitas	0,437800
Modularitas	0,143800

(Sumber: Data hasil analisis menggunakan Netlytic)

Diameter dalam jaringan tagar #BubarkanPSSI adalah 3. Diameter dalam sebuah jaringan sosial merupakan ukuran jarak terjauh antara satu akun dengan akun sosial lainnya. Nilai diameter dalam percakapan menggunakan tagar #BubarkanPSSI menjelaskan bahwa penyebaran pesan dari satu akun ke akun yang lain dalam jaringan berlangsung dalam 3 langkah yang menggambarkan penyebaran pesan antar aktor berlangsung tidak terlalu lama.

Densitas atau kepadatan jaringan berada pada angka 0,001662 atau mendekati '0'. Dalam analisis jaringan sosial, densitas atau kepadatan jaringan mengacu pada tingkat koneksi atau keterkaitan di antara akun dalam sebuah jaringan. Nilai kepadatan yang tinggi menunjukkan bahwa jaringan lebih padat dan simpul-simpulnya lebih menyatu. Di sisi lain, nilai kepadatan yang rendah menunjukkan jaringan yang kurang terhubung (jarang). Dalam jaringan yang padat, informasi dapat mengalir dengan mudah dan lebih cepat daripada jaringan yang jarang. Nilai densitas yang mendekati

'0' dengan demikian memperlihatkan interaksi yang terjadi antar aktor berlangsung sangat rendah atau dengan kata lain hampir tidak ada aktor yang terhubung erat dengan aktor lain dalam jaringan. Hal ini merupakan salah satu ciri dari Gerakan Opini Digital yang menyebutkan bahwa para aktor yang terlibat dalam jaringan pada dasarnya tidak saling mengenal.

Resiprositas percakapan berada pada angka '0'. Resiprositas atau timbal balik dalam analisis jaringan sosial mengacu pada sejauh mana hubungan timbal balik atau dua arah antara simpul-simpul dalam sebuah jaringan atau pengukuran yang mencerminkan komunikasi dua arah dalam jaringan. Nilai resiprositas yang berada pada angka '0' menunjukkan bahwa percakapan antar aktor dalam jaringan komunikasi menggunakan tagar #BubarkanPSSI berlangsung dalam satu arah atau dengan kata lain dalam percakapan tidak tercermin terjadinya percakapan bolak-balik. Para aktor yang terlibat dalam percakapan tidak menanggapi posting dari pengguna media sosial lainnya atau dengan kata lain percakapan benar-benar berlangsung satu arah dimana para aktor hanya sekedar menulis cuitan.

Rendahnya resiprositas dalam DMO diduga terjadi karena percakapan yang terjadi pada dasarnya timbul antar aktor yang tidak saling mengenal sehingga kewajiban untuk melakukan percakapan dua arah atau resiprositas yang menyiratkan adanya kewajiban moral untuk merespon melalui proses timbal balik dari seseorang secara terbuka relatif sulit untuk terjadi. Keakraban mengenai topik yang diungkapkan berkaitan dengan tahap suatu hubungan sehingga resiprositas yang kurang akrab akan berada pada tingkat maksimum di antara orang-orang yang tidak dikenal dan menurun seraya suatu hubungan berkembang (Sella & Rejeki, 2013).

Nilai sentralitas percakapan berada pada angka 0,437800, menunjukkan bahwa jaringan komunikasi yang terbentuk pada percakapan menggunakan tagar #BubarkanPSSI adalah jaringan yang terdesentralisasi atau dengan kata lain tidak terdapat aktor yang dominan atau akun yang mengarahkan isi percakapan dalam jaringan sehingga informasi mengalir lebih bebas di antara peserta.

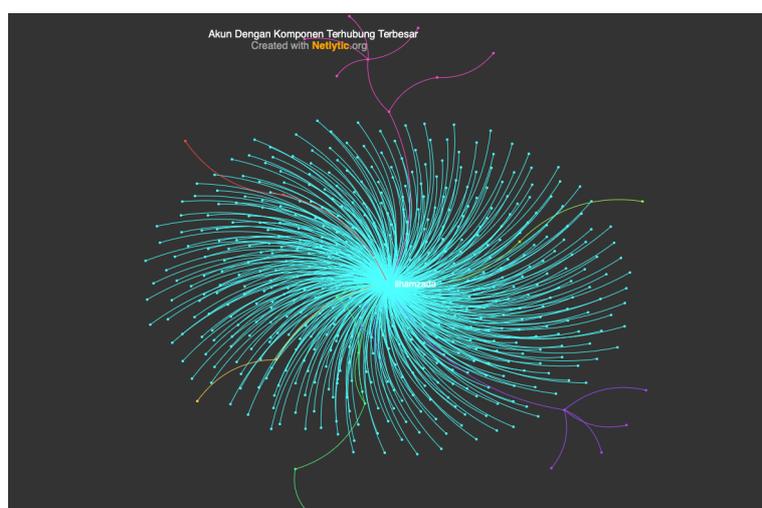
Modularitas percakapan berada pada angka yang rendah yaitu 0,143800 atau menuju angka '0'. Modularitas struktur jaringan merupakan ukuran kualitas pengelompokan dalam suatu jaringan. Modularitas mengukur kekuatan kelompok dalam jaringan, semakin tinggi nilai modularitas berarti semakin solid dan kuatnya kelompok dalam jaringan (Utami et al., 2021). Nilai modularitas dalam jaringan komunikasi #BubarkanPSSI menunjukkan adanya kelompok-kelompok yang terkait dengan percakapan atau dengan kata lain percakapan yang terjadi bersifat menyebar dan membentuk klaster-klaster kecil yang tidak terikat satu dengan yang lain.

Berdasarkan analisis data hasil penelitian di atas terlihat dengan jelas bahwa karakteristik Gerakan Opini Digital atau DMO dapat ditemukan pada jaringan komunikasi tagar #BubarkanPSSI. Tagar #BubarkanPSSI terlihat mendapatkan momentum yang signifikan karena diunggah berdekatan dengan terjadinya peristiwa Kanjuruhan sehingga juga dapat disebut bahwa percakapan yang terjadi bersifat spontan, kemudian berlangsung temporal atau relatif berumur pendek. Tagar #BubarkanPSSI juga dinilai berhasil dalam menciptakan *unique poster* yang bereaksi aktif dalam menyuarakan opini mereka terhadap PSSI sebagaimana terlihat dalam 706 postingan yang

terakumulasi dengan signifikan dalam kurun waktu yang singkat. Struktur jaringan yang terbentuk pada percakapan #BubarkanPSSI menunjukkan bahwa percakapan relatif menyebar ke beberapa akun dan cluster, serta tidak diorganisir oleh akun media sosial tertentu.

### Aktor

Jaringan komunikasi yang terbentuk dalam percakapan warganet menggunakan tagar #BubarkanPSSI adalah jaringan dengan arah atau *directed* yang berarti para aktor saling terhubung melalui *edges* atau *lines* yang mengidentifikasi dengan jelas berapa banyak seorang aktor dihubungi (*in-degree*) atau menghubungi aktor lain (*out-degree*). Visualisasi dari akun yang paling dominan atau akun dengan jumlah komponen terhubung yang terbesar dalam percakapan menggunakan tagar #BubarkanPSSI yang diukur dengan menggunakan Sentralitas Derajat (*Degree Centrality*) diperlihatkan pada gambar 3.



Gambar 3. Visualisasi Jaringan Akun Dengan Komponen Terhubung Terbesar

(Sumber: Data hasil analisis menggunakan Netlytic)

Sentralitas derajat adalah alat yang sangat penting untuk memahami jaringan yang juga sering dikenal sebagai grafik dan juga sebagai ukuran yang digunakan dalam analisis jaringan sosial untuk menentukan pentingnya atau sentralitas sebuah *node* (individu) dalam jaringan sosial berdasarkan jumlah koneksi yang dimilikinya (Disney, 2020). Sentralitas derajat menampilkan skor berdasarkan jumlah tautan yang dimiliki oleh setiap *node* (individu) dalam hal jumlah *in-degree* (jumlah tautan masuk) dan *out-degree* (jumlah tautan keluar).

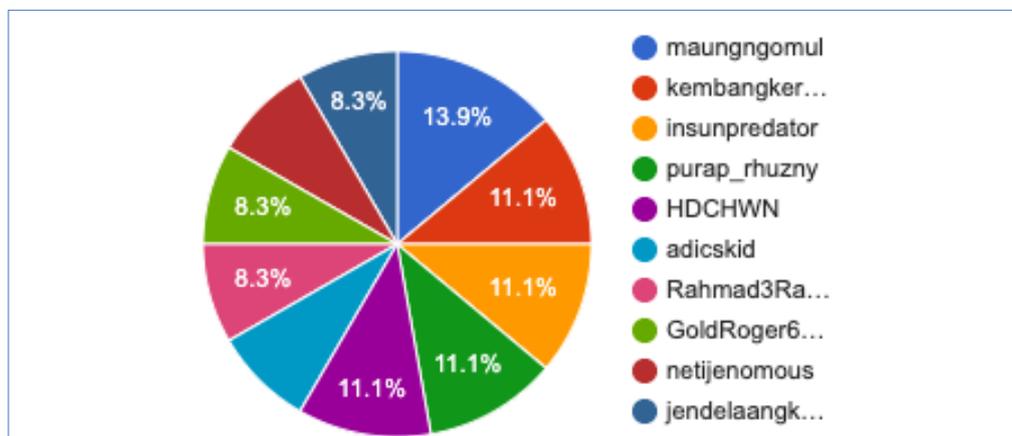
Melalui sentralitas derajat akan ditemukan individu yang sangat terhubung, individu yang populer, individu yang mungkin memiliki sebagian besar informasi atau individu yang dapat dengan cepat terhubung dengan jaringan yang lebih luas. Berdasarkan jumlah *in-degree* atau jumlah tautan yang masuk, akun @ilhamzada dapat disebut sebagai pengguna yang memiliki pengaruh dalam percakapan. Dalam percakapan #BubarkanPSSI

akun @ilhamzada menjadi *node* atau individu yang tampak sangat terhubung dengan akun lain dalam jaringan komunikasi menggunakan Tagar #BubarkanPSSI, dengan jumlah *in-degree* atau tautan masuk sebanyak 508. Dengan kata lain, terdapat 508 aktor lain dalam jaringan yang mengarah (*directed*) atau me-retweet @ilhamzada dalam percakapan yang menggunakan #BubarkanPSSI

Deskripsi pesan yang diunggah pertama kali oleh aktor @ilhamzada dan kemudian *directed* oleh 508 akun lain adalah sebagai berikut:

“Kita emang perlu menunda putus asa akan sepak bola Indonesia. Tapi, tidak bagi PSSI. Terlalu sulit untuk tidak putus asa melihat kelakuan mereka dari hari ke hari. Sudah lah, bubarkan saja federasi tanpa prestasi dan kebanyakan kontroversi ini.”

Salah satu aktor yang berada di belakang retweet yang membentuk interaksi terbanyak serta mendorong jaringan komunikasi melewati tahap inisiasi. Dalam konteks jaringan sosial, aktor mengacu pada individu atau entitas yang berinteraksi dengan jaringan dengan membuat, berbagi, atau mengonsumsi konten. Mereka memainkan peran penting dalam membentuk dan memengaruhi dinamika jaringan sosial.



**Gambar 4.** Aktor Dengan Jumlah Posting Terbanyak Pada Percakapan #BubarkanPSSI

(Sumber: Data hasil analisis menggunakan Netlytic)

Dalam jaringan percakapan #BubarkanPSSI terdapat 10 besar aktor atau 10 aktor yang terlibat dengan jumlah postingan terbanyak (Gambar 4). Para aktor ini adalah pengguna yang telah menyumbangkan konten atau pesan paling banyak dalam jaringan dimana pada dasarnya para aktor ini membuka peluang terjadinya perbincangan yang interaktif dalam jaringan sebab postingan mereka kemungkinan akan di *re-tweet* oleh aktor lainnya jika deskripsinya dianggap menarik.

### Kata Kunci

Opini publik terhadap PSSI dapat dicermati melalui 706 postingan yang timbul dalam percakapan warganet di media sosial Twitter dengan menggunakan tagar #BubarkanPSSI selama periode percakapan yang

diamati. Dalam 706 postingan tersebut terdapat 476 kata kunci atau kata yang paling sering muncul dalam seluruh postingan dan 50 kata kunci atau kata yang paling sering muncul dalam seluruh postingan dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Daftar 50 Besar Kata Kunci dalam Postingan #BubarkanPSSI (Sumber: Data hasil analisis menggunakan Netlytic)

Keberlangsungan percakapan warganet di media sosial Twitter menggunakan tagar #BubarkanPSSI menunjukkan adanya keterlibatan (*engagement*) warganet dalam sebuah topik yang sedang tren atau disebut dengan *trendgaging*. *Trendgaging* adalah kata serapan yang berasal dari kata "tren" dan "terlibat" yang menggambarkan motivasi seseorang untuk terlibat dalam dan diasosiasikan dengan percakapan populer dan topik-topik yang sedang tren. Motivasi ini mungkin terkait dengan kebutuhan yang lebih dalam untuk menjadi bagian dari kelompok, yang mendorong pengguna media sosial secara umum dan secara khusus, dengan efek positif dari mengidentifikasi diri dengan orang lain yang terlibat dalam diskusi topik yang sedang tren (Rauschnabel et al., 2019).

Beberapa postingan yang terekam lewat percakapan warganet dengan menggunakan tagar #BubarkanPSSI diantaranya adalah opini pembubaran PSSI, penggantian seluruh pengurus PSSI dengan segera, mengusut tuntas tragedi Kanjuruhan, dan merevolusi persepakbolaan nasional. Publik menilai kemampuan PSSI sebagai organisasi yang tidak cukup baik dalam mengelola persepakbolaan nasional sekaligus tidak mampu memenuhi harapan mereka sebagai penggemar sepakbola nasional.

Dalam postingan #BubarkanPSSI, publik tampak membingkai PSSI sebagai organisasi yang gagal dalam menjalankan tugasnya sebagai pengelola persepakbolaan nasional. Bingkai ini dapat dilihat melalui kata-kata yang paling sering muncul atau digunakan dalam postingan menggunakan tagar #BubarkanPSSI, diantaranya adalah: #bubarkanpssi, #IwanBuleOut, bubarkan, kontroversi, malu, setan, dan sulit. Kata-kata tersebut menyiratkan ketidakpuasan warganet terhadap PSSI termasuk di dalamnya Ketua Umum PSSI sebagai lembaga tertinggi pengelola persepakbolaan nasional yang patut untuk dibubarkan pasca Tragedi Kanjuruhan.

Terkait dengan dampak postingan atau kata-kata yang bernada negatif terhadap reputasi organisasi dapat dikaitkan dengan salah satu hasil penelitian yang menyebutkan bahwa reputasi organisasi dapat dirangsang

atau dirusak dalam ruang media sosial dimana para pemangku kepentingan mendistribusikan pandangan dan cerita mereka tentang organisasi secara online. Hal ini mengarah pada fakta bahwa kepuasan publik memiliki dampak yang besar terhadap reputasi organisasi (Sancilio, 2013).

Masih terkait dengan komentar atau postingan negatif atau kasar tentang kinerja organisasi di media sosial, ditemukan indikasi bahwa komentar semacam itu akan berpengaruh sampai batas tertentu, yang menunjukkan adanya peran penting media sosial terhadap pembentukan opini masyarakat. Oleh karena itu, organisasi yang mengalami krisis harus terus menggunakan atau menerapkan praktik komunikasi terbuka selama situasi krisis dan mempertimbangkan komentar dan rumor negatif sebagai alat yang kuat yang berpotensi mempertahankan atau menghancurkan reputasi organisasi (Bin Salamh, 2019).

Percakapan di media sosial diketahui dapat dengan cepat menjadi viral, menyebar secara luas dan cepat, dimana percakapan positif akan cenderung meningkatkan reputasi, sementara percakapan yang negatif berdampak sebaliknya. Dengan demikian, percakapan warganet di media sosial yang menyoroti kemampuan PSSI dalam mengelola sepakbola nasional dapat membentuk persepsi negatif publik terhadap reputasi PSSI. Sebagai aset penting dalam suatu organisasi, reputasi yang buruk berpotensi memberi dampak yang negatif dalam upaya PSSI mendapatkan dukungan, kepercayaan dan pengakuan publik terhadap aktivitas sepakbola yang dikendalikan PSSI.

Dalam hal ini, PSSI perlu mencermati setiap percakapan warganet tentang PSSI dan segala aktivitas yang dijalankan PSSI sebab tidak menutup kemungkinan percakapan tersebut terkait dengan reputasi PSSI sebagai organisasi. Memantau percakapan media sosial tentang sebuah 'merek' sangat penting untuk memahami bagaimana pelanggan memandang dan berinteraksi dengan merek tersebut. Tanggapan yang tepat waktu dan sesuai dapat membantu mengurangi kerusakan dan memulihkan kepercayaan. Hal ini memungkinkan perusahaan atau organisasi untuk mengatasi masalah pelanggan, menanggapi umpan balik, dan mengelola reputasi mereka secara efektif (Chaudhri et al., (2021).

Dalam percakapan #BubarkanPSSI publik terlihat mengunggah kemarahan atau kekecewaan mereka terhadap PSSI sehingga dapat disebut bahwa selepas tragedi Kanjuruhan PSSI mengalami krisis kepercayaan publik. Dalam situasi seperti ini, PSSI perlu membangun kembali kepercayaan publik dan reputasi organisasi dengan mengoptimalkan komunikasi publik. Ketika juru bicara organisasi mengekspresikan emosi kesedihan atau penyesalan yang tulus selama krisis, hal ini dapat memberikan dampak positif dalam mengurangi perasaan negatif dan menghasilkan reputasi organisasi yang lebih positif pasca krisis (Claeys et al., 2013).

Terkait dengan implikasi teoritis, penelitian ini telah berkontribusi dalam menambah bukti empiris penggunaan konsep DMO dalam menentukan suatu percakapan publik sebagai sebuah gerakan opini digital.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, tagar #BubarkanPSSI berhasil membentuk Gerakan Opini Digital dengan melibatkan 508 aktor atau *unique poster* serta menghasilkan 706 postingan. Para aktor terlibat dalam percakapan yang spontan dan akumulasi jumlah postingan terjadi dalam waktu yang singkat. Jarak antar aktor tidak terlalu jauh sehingga penyebaran pesan antar aktor berlangsung dalam waktu yang cepat dan percakapan antar aktor berlangsung satu arah. Hubungan antar aktor berlangsung sangat rendah dan dalam percakapan tidak ditemukan adanya aktor yang dominan. Dengan demikian, percakapan publik dengan menggunakan tagar #BubarkanPSSI dapat disimpulkan memenuhi ciri pokok Gerakan Opini Digital atau DMO.

Melalui beberapa kata kunci yang muncul selama periode percakapan publik dengan menggunakan tagar #BubarkanPSSI, publik tampak mbingkai PSSI sebagai organisasi yang dinilai tidak mampu mengelola aktivitas sepakbola nasional yang ditandai dengan munculnya kata-kata kunci bernada negatif yang ditujukan kepada PSSI.

Sebagai organisasi yang sangat populer, PSSI disarankan untuk berinteraksi dan berpartisipasi secara aktif dalam membangun percakapan positif dengan warganet pada media-media sosial sebab hal tersebut dapat membantu PSSI dalam menjaga reputasi organisasi PSSI.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana salah satunya terkait dengan pengukuran tiga indeks sentralitas yang dalam penelitian ini belum dilakukan. Keterbatasan lainnya adalah analisis keterkaitan teks atau kata kunci bernada negatif yang muncul dalam postingan dengan reputasi PSSI sebagai organisasi masih dilakukan secara terbatas. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut disarankan untuk melengkapi penelitian ini dengan melakukan analisis indeks sentralitas serta analisis teks yang lebih mendalam.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara. Semoga jurnal ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. (2016). Revitalisasi Sepakbola Indonesia Sebagai Upaya Resolusi Konflik Oleh Kementerian Pemuda Dan Olahraga (Kemenpora) (Studi Kasus Konflik PSSI pada Masa Pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla). In A. Firman. Ashaf (Ed.), *Komunikasi Publik Dan Dinamika Masyarakat Lokal* (pp. 249–257). Magister Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
- Anestha, P., & Fatoni, D. A. (2020). Analisis Jaringan Komunikasi Percakapan #tetapdukungsbb Di Twitter Pada Penerapan PSBB Kedua DKI Jakarta. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(2).
- Barisione, M., & Ceron, A. (2017). A Digital Movement of Opinion? Contesting Austerity Through Social Media. In *Social Media and European Politics* (pp. 77–104). Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/978-1-137-59890-5\\_4](https://doi.org/10.1057/978-1-137-59890-5_4)

- Barisione, M., Michailidou, A., & Airoidi, M. (2019). Understanding a digital movement of opinion: the case of #RefugeesWelcome. *Information Communication and Society*, 22(8), 1145–1164. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1410204>
- Bernard, Andreas. (2019). *Theory of the Hashtag* (Bernard Andreas, Ed.). Polity Press.
- Bin Salamh, Fai. M. (2019). Protecting Organization Reputations during a Crisis: Emerging Social Media in Risk and Crisis Communication. *Indian Journal of Science and Technology*, 12(18), 1–7. <https://doi.org/10.17485/ijst/2019/v12i18/144603>
- Chaudhri, V., Oomen, T., Pridmore, J., & Joon, A. (2021). “CARE” in social media: perceptions of reputation in the healthcare sector. *Journal of Communication Management*, 25(2), 125–141. <https://doi.org/10.1108/JCOM-06-2020-0059>
- Claeys, A. S., Cauberghe, V., & Leysen, J. (2013). Implications of Stealing Thunder for the Impact of Expressing Emotions in Organizational Crisis Communication. *Journal of Applied Communication Research*, 41(3), 293–308. <https://doi.org/10.1080/00909882.2013.806991>
- Damar, A. M. (2022, October 4). *Tragedi Kanjuruhan Malang, Warganet Sorot PSSI untuk Berbenah*. Liputan6.Com.
- Dewi, M. S. R., Astuti, Y. D., & Attaymini, R. (2022). Uncover the Digital Movement of Opinion War in #PercumaLaporPolisi on Instagram. In *Proceedings of the Annual International Conference on Social Science and Humanities (AICOSH 2022)* (pp. 46–54). Atlantis Press SARL. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-87-9\\_7](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-87-9_7)
- Disney, A. (2020, January 2). *Social network analysis 101: centrality measures explained*. Cambridge Intelligence.
- Eriyanto. (2019). Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on #BubarkanKPAI vs #KamiBersamaKPAI Hashtags. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, VIII(3).
- Etter, M., Ravasi, D., & Colleoni, E. (2019). Social Media and The Formation of Organizational Reputation. *Academy of Management Review*, 44(1), 28–52. <https://doi.org/10.5465/amr.2014.0280>
- Falconer, E. A. (2016). #CanHashtagsBeTrademarked: Trademark Law and the Development of Hashtags. <http://scholarship.law.unc.edu/ncjolt/vol17/iss5/1>
- Ferenc, Patrik., Zraková, Diana., & Kubina, Milan. (2018). *Reputation In Field of Sport*. <https://www.researchgate.net/publication/326482532>
- Hakim, A. R. (2020). Mundurnya Edy Rahmayadi sebagai Ketua Umum PSSI dalam Bingkai Pemberitaan Media Cetak Nasional. *Jurnal Audiens*, 1(1). <https://doi.org/10.18196/ja.11014>
- Hapsari, Indria., & Wibowo, Istiqomah. (2015). Fanatisme dan Agresivitas Suporter Sepakbola. *Jurnal Psikologi, Universitas Gunadarma*, 8(1).
- Karwati, D. (2022). Analisis Frasa Berdasarkan Golongan Kata Terhadap Teks Berita “Saat Internet Jadi Kambing Hitam Terhapusnya Rekaman CCTV Tragedi Kanjuruhan.” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(2).
- Kaun, A., & Uldam, J. (2018). Digital activism: After the hype. In *New Media and Society* (Vol. 20, Issue 6, pp. 2099–2106). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/1461444817731924>
- Kurniawan, B. K., Sunarwinadi, I. R., & Berto, A. R. (2022). Jaringan dan Komentar Sebagai Identifikasi Potensi Krisis Pada Video Youtube. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(5). <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- LaGree, D., Wilbur, D., & Cameron, G. T. (2019). A strategic approach to sports crisis management: Assessing the NFL concussion crisis from marketing and public relations perspectives. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(3), 407–429. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-05-2018-0045>
- Li, M., Turki, N., Izaguirre, C. R., DeMahy, C., Thibodeaux, B. L., & Gage, T. (2021a). Twitter as a tool for social movement: An analysis of feminist activism on social media communities. *Journal of Community Psychology*, 49(3), 854–868. <https://doi.org/10.1002/jcop.22324>
- Li, M., Turki, N., Izaguirre, C. R., DeMahy, C., Thibodeaux, B. L., & Gage, T. (2021b). Twitter as a tool for social movement: An analysis of feminist activism on social media communities. *Journal of Community Psychology*, 49(3), 854–868. <https://doi.org/10.1002/jcop.22324>

- Mahendra Prastya, N. (2017). Kendala Struktural dan Kultural Praktek Keterbukaan Informasi Publik di Badan Publik Non-Pemerintah: Studi Kasus PSSI. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 98–111. [www.pssi.org](http://www.pssi.org).
- Mbaru, E. K., & Barnes, M. L. (2017). Key players in conservation diffusion: Using social network analysis to identify critical injection points. *Biological Conservation*, 210, 222–232. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2017.03.031>
- Minardi, M., Lasepa, R., Riyadi, S., Ramadhan, S., & Saputra, D. D. (2023). Sentiment Analysis Terhadap Perspektif Warganet Atas Tragedi Kanjuruhan Malang di Twitter Menggunakan Naïve Bayes Classifier. *Jurnal Informatika*, 10(1), 45–53. <https://doi.org/10.31294/inf.v10i1.14546>
- Mogot, Y., Agus, E., Riset, W. B., Nasional, I., & Solihin, O. (2022). Gerakan Sosial Virtual Menyikapi Tragedi Kanjuruhan. *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 1(4).
- Murthy, D. (2018). Introduction to Social Media, Activism, and Organizations. *Social Media and Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117750716>
- Pangestu, G. Maulida., Tripalupi, M. Fridha., & Wibowo, J. Hari. (2022, August 26). Analisis Jaringan Komunikasi #KesetaraanGender Sebagai Aktivitas Digital di Twitter dalam Meningkatkan Kesadaran Tentang Kesetaraan Gender. *Seminar Nasional 2022 "Transformasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Pasca Pandemi."*
- Pontoh, A. K. (2021). Computational Propaganda in Hashtag Activism. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 251. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i2.11086>
- Prihantoro, E., Rakhman, F. R., & Ramadhani, R. W. (2021). Digital Movement of Opinion Mobilization: SNA Study on #Dirumahaja Vs. #Pakaimasker. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.838>
- Ramadhan, D. A., Sakinah, S., Hamid, N., & Kusumadinata, A. A. (2023). Analisis Framing Pemberitaan Media Narasi Tentang Tragedi Kanjuruhan Malang. In *Karimah Tauhid* (Vol. 2, Issue 1).
- Rauschnabel, P. A., Sheldon, P., & Herzfeldt, E. (2019). What motivates users to hashtag on social media? *Psychology and Marketing*, 36(5), 473–488. <https://doi.org/10.1002/mar.21191>
- Rifa'i, A. B. (2020). Efektivitas Kebijakan Redaksi Program Mata Najwa Dalam Membongkar Kasus Korupsi Di PSSI. *Jurnal Riset Komunikasi*, 11. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom>
- Sakti, R. B., & Sinduwiatmo, K. (2023). Analisis Framing Pemberitaan Tragedi Kanjuruhan Di Media Pemberitaan Online (Studi Analisis Framing William A. Gamson). *MetaCommunication: Journal of Communication Studies*, 8.
- Sancilio, A. (2013). *Social Media Environments: Influencing Factors on Corporate Reputation* [Thesis Conference]. University of Twente.
- Sanjaya, A., Alunaza, H. S., Bayu Chandra Buwono, A., Nadya Rukmana Sari, N., & Kelola Olah Raga dengan Figur Politik, T. (2018). *Tata Kelola Olah Raga dengan Figur Politik dari Militer: Studi Kasus Pemerintah Indonesia dalam Konteks Sepak Bola* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/aristo@umpo.ac.id>
- Sella, Marsilia., & Rejeki, N. Sri. (2013). Pengaruh Tingkat Ketidakpastian Terhadap Tingkat Resiprositas (Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh Tingkat Ketidakpastian Calon Pelanggan Tentang Layanan Pascabayar Terhadap Tingkat Resiprositas Antara Calon Pelanggan dan Customers Relations Officer Indosat). [Tesis Jurnal]. In <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/4627>. Universitas Atma Jaya .
- Susilowati, L., & Sukmono, F. G. (2021). Digital Movement Of Opinion Terhadap Hastag #Kesehatanmental Di Twitter Selama Pandemi Covid 19. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13.
- Tjahyana, J. (2020). *Gerakan Opini Digital #Truebeauty Pada Twitter Untuk Pemeran Film Adaptasi Komik Webtoon*. <http://jurnal.utu.ac.id/jsourc>
- Utami, S. R., Safitri, R. N., & Kuncoroyakti, Y. A. (2021a). Analisis Jaringan dan Aktor #BatalkanOmnibusLaw di Media Sosial Twitter Menggunakan Social Network Analysis (SNA). 4(3), 135–148.
- Varra Azqiya, N., Hadylaya, M. H., Siregar, N. A., Komunikasi, I., & Lspr, B. (2023). Analisis Isi Pemberitaan Tragedi Kanjuruhan pada Portal Berita di Indonesia. *Jurnal Riset Komunikasi Jurkom*, 6(2).
- Wibawana, W. A. (2022, October 2). Tragedi Kanjuruhan: Kronologi, Penyebab dan Jumlah Korban. *Detik News*.

- Yustisia, Ratna., Rusdianto Berto, Agustinus., & Muwarni, Endah. (2023). Di Balik Fanatisme Suporter Indonesia: Mobilisasi Dukungan Politik Melalui Tagar #SepakbolaKanjuruan vs #DukungPSSI 2022. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(3), 455–473. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Zhang, Y. (2019). Language in our time: An empirical analysis of hashtags. *The Web Conference 2019 - Proceedings of the World Wide Web Conference, WWW 2019*, 2378–2389. <https://doi.org/10.1145/3308558.3313480>