



- 04** **Komunikasi Kepemimpinan dalam Perubahan Organisasi Pemerintah**
Yudie Aprianto, Wahyudi Kumorotomo, Rajiyem
- 23** **Keterdedahan Informasi Bencana dan Kesiapsiagaan Masyarakat Menghadapi Bencana Banjir Rob di Kabupaten Aceh Barat**
Farina Islami, Yuhdi Fahrimal, Asmaul Husna, Putri Maulina
- 40** **Fantasy Premier League: Game dan Pergeseran Budaya Fans Sepakbola di Era Digital**
Irham Nur Anshari, Faridhian Anshari
- 58** **Analisis Jaringan Opini Publik tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar di Twitter**
Tatak Setiadi
- 74** **Komunikasi Antarbudaya dalam Konflik di Media Sosial (Analisis Isi Konflik Overstay Kristen Gray di Twitter)**
Dimas Satriawan Lambang Wicaksono, Farah Fattatin Fauziah, Ulima Nabila Adinta, Lidwina Mutia Sadasri



Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia

Jurnal Media dan Komunikasi (JMKI) diterbitkan Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada. Terbit dua kali setahun, Maret dan September. JMKI didedikasikan untuk mempublikasikan dan mendiseminasikan hasil penelitian, kajian, dan fenomena dalam Ilmu Komunikasi khususnya di Indonesia. Ruang lingkup manuskrip yang diterbitkan di JMKI adalah manifestasi dari visi Departemen Ilmu Komunikasi yaitu *"Crafting Well Informed Society."* JMKI mengundang para peneliti maupun praktisi dari berbagai disiplin keilmuan untuk menulis tentang kajian media dan komunikasi seperti jurnalisme dan media, media *entertainment*, periklanan, humas, *cultural studies*, *film studies*, dan *game studies*.

Editor in Chief

Rajiyem, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Deputy Editor in Chief

I Gusti Ngurah Putra, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Editorial Board

Budhi Widi Astuti, Universitas Kristen Satya Wacana

Widodo Agus Setianto, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Wisnu Prasetya Utomo, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Yudi Perbawaningsih, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Reviewer

Effendi Gazali, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Gregoria Arum Yudarwati, Universitas Atma Jaya

Hermin Indah Wahyuni, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Gadjah Mada

Megandaru Widhi Kawuryan, Departemen of Government, Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN)

Muninggar Saraswati, Swiss German University

Novi Kurnia, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Gadjah Mada

Nunung Prajarto, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Gadjah Mada

Rajab Ritonga, Faculty of Communication Science, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Editorial Secretary

Jusuf Ariz Wahyuono, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Mailing Address

Departemen Ilmu Komunikasi

Jalan Sosio Yustisia No. 2 Bulaksumur

Yogyakarta 55281

Email: jmki@ugm.ac.id



Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia,
Volume 4, Nomor 1, Maret 2023 (halaman 4 – halaman 87)

Daftar ISI

Komunikasi Kepemimpinan dalam Perubahan Organisasi Pemerintah Yudie Aprianto, Wahyudi Kumorotomo, Rajiyem	4
Keterdedahan Informasi Bencana dan Kesiapsiagaan Masyarakat Menghadapi Bencana Banjir Rob Di Kabupaten Aceh Barat Farina Islami, Yuhdi Fahrimal, Asmaul Husna, Putri Maulina	23
Fantasy Premier League: Game dan Pergeseran Budaya Fans Sepakbola di Era Digital Irham Nur Anshari, Faridhian Anshari	40
Analisis Jaringan Opini Publik tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar di Twitter Tatak Setiadi	58
Komunikasi Antarbudaya dalam Konflik di Media Sosial (Analisis Isi Konflik Overstay Kristen Gray di Twitter) Dimas Satriawan Lambang Wicaksono, Farah Fattatin Fauziah, Ulima Nabila Adinta, Lidwina Mutia Sadasri	74

Komunikasi Kepemimpinan dalam Perubahan Organisasi Pemerintah

Yudie Aprianto | Department of Communication Science, Faculty of Social & Political Sciences, Universitas Gadjah Mada, Indonesia email: yudie.aprianto@gmail.com

Wahyudi Kumorotomo | Department of Public Policy and Management, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Gadjah Mada, Indonesia email: kumoro@ugm.ac.id

Rajiyem | Department of Communication Science, Faculty of Social & Political Sciences, Universitas Gadjah Mada, Indonesia email: rajiyem@ugm.ac.id

ABSTRAK

An organization experiences changes on a constant basis. The institution is driven to adapt and survive in this competitive environment by both internal and external stimuli. To manage organizational change, leaders play a crucial role. However, more research is still needed in the field of how leaders react and communicate in the context of organizational change, particularly in public institutions. In explaining leadership communication in organizational change, existing studies frequently use widely accepted views such as leadership styles that frequently contradict one another. Therefore, this research aims to investigate how leadership communication is carried out in the context of organizational change. How a public organization prepares for and integrates into a new government organization is investigated using qualitative and interpretive methods with a case study method. The role of leadership communication in managing organizational change was examined from a sensemaking point of view. In order to gain a complete picture of leadership communication, 17 participants were interviewed at different organizational levels. By demonstrating how leaders navigate an organization's managerial change discourse by integrating their bracketed information from various relevant sources, choosing information, and reconstructing information through communication, this article makes a valuable contribution to the literature on leadership communication.

Key words: Leadership; Leadership communication; organizational change; sensemaking

Pendahuluan

Komunikasi kepemimpinan dengan menyampaikan kepada organisasi mengenai risiko dalam bertahan maupun potensi hasil yang didapatkan dari suatu perubahan, menjadi hal yang krusial dalam mengelola perubahan organisasi (Denning, 2005). Namun, penelitian terpaut komunikasi kepemimpinan memperlihatkan bahwa sebagian besar studi komunikasi kepemimpinan pada institusi

berorientasi profit ""(Abdelgawad et al., 2013; Nohe & Michaelis, 2016; Reeleder, 2006; Shulga, 2020) daripada intitusi pemerintah —(Kovačević et al., 2018; Robinson, 2013) yang juga masih fokus pada pimpinan level tinggi. Padahal, organisasi negara merupakan organisasi penting bagi masyarakat karena terkait dengan negara dengan mengkomunikasikan informasi tentang

kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah kepada masyarakat melalui tugasnya –(Nugraini & Kholik, 2021). Selain itu, menurut ""Vogel dan Masal (2015), riset kepemimpinan yang ada juga pada organisasi publik mengarah pada prinsip yang biasa dipakai pada organisasi profit dan belum menangkap aspek kepemimpinan dalam organisasi publik itu sendiri. Hal ini tampak dalam studi komunikasi kepemimpinan dalam perubahan organisasi yang masih menggunakan konsep dari gaya kepemimpinan, seperti kepemimpinan transaksional –"–"–"–"(Holten & Brenner, 2015), relasional (Ramcharan & Parumasur, 2014), dan karismatik "(Men et al., 2020).

Hasil penelitian tersebut tidak sepenuhnya menggambarkan komunikasi kepemimpinan dan perubahan organisasi. Namun, ada kontradiksi antara penelitian tentang gaya komunikasi kepemimpinan dan perubahan organisasi di mana salah satu studi menemukan gaya kepemimpinan transaksional efektif dan di studi lain menunjukkan sebaliknya. Oleh karena itu, penelitian yang menggali perubahan dalam organisasi dan cara anggota organisasi memandang, mendiskusikan, dan mengelola perubahan dalam pekerjaannya atau kajian komprehensif dari berbagai tingkatan manajemen dianggap perlu dalam mengisi kajian komunikasi kepemimpinan dalam perubahan organisasi, khususnya pada organisasi pemerintahan.

Konteks perubahan organisasi pemerintahan yang menjadi subjek studi ini adalah lembaga penelitian pemerintah Riset (pseudonim) yang telah ditanggapi dalam bentuk perubahan

kelembagaannya sebagai jawaban atas pemaknaan isu integrasi dalam UU No. 11 Tahun 2019 tentang Sistem Iptek Nasional (UU Sisnas Iptek). Isu ini juga menjadi perhatian di tingkat internasional di mana sebuah editorial di publikasi ilmiah dunia, *Nature*, mengangkat bahwa pendirian BRIN (Badan Riset dan Inovasi Nasional) sebagai langkah yang tidak populer dan menyebut BRIN sebagai *super-agency* di Indonesia. Ketidakpopuleran ini tampak dari upaya dalam memusatkan lembaga-lembaga ilmu pengetahuan menjadi satu lembaga, sementara beberapa negara seperti India dan Prancis kini mulai memilih untuk melakukan desentralisasi "(Nature, 2021).

Organisasi publik Riset tersebut menawarkan kesempatan untuk digunakan sebagai studi kasus dalam mengeksplorasi bagaimana komunikasi kepemimpinan diimplementasikan dalam perubahan organisasi sebagai respon atas isu integrasi lembaga sains pemerintah. Selain itu, diharapkan dapat memperkaya teori dan praktik komunikasi manajemen serta melihat bagaimana para pemimpin dan pengikut membangun pemahaman dan komitmen terhadap perubahan organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada penelitian tentang peran dan komunikasi kepemimpinan dalam proses perubahan organisasi yang dinilai masih belum dipahami dengan baik (Bish et al., 2015).

Kerangka Pemikiran

Kepemimpinan dalam perubahan organisasi

Kepemimpinan cenderung dilihat sebagai upaya pencapaian tujuan organisasi semata,

seperti pendekatan karakter atau sifat (Kirkpatrick & Locke, 1991; Zaccaro et al., 2004), kompetensi (Mumford et al., 2000; Zaccaro et al., 2000), perilaku (Conger, 1999), situasional (Blanchard et al., 1993), dan kontingensi (Schriesheim et al., 1994). Selain itu, –Den Hartog dan Koopman (2001) menyoroti bahwa kecenderungan yang lebih pada peran pemimpin mengurangi esensi dari interaksi pimpinan yang merupakan konstruksi dari berbagai aktor terkait. Hal ini juga sejalan dengan studi “–Stewart dan Kringas (2003) yang menunjukkan bahwa kepemimpinan sering digambarkan dari sisi vertikal dan heroik dalam studi terkait perubahan.

Begitu juga di Indonesia, pendekatan tradisional masih mendominasi riset kepemimpinan dalam pemerintahan, yaitu kepemimpinan yang dimaknai sebagai bagian dari karakter perseorangan dan perilaku (Claraini et al., 2017; Ismail, 2008). Tidak hanya itu, studi kepemimpinan juga sangat erat dengan sosok tunggal pimpinan puncak pada badan publik seperti riset oleh Balkis (2020) dan Tambunan (2021) yang menggambarkan sosok pimpinan sebagai pendorong, berkomitmen pada visi dan tujuan, dan juga mempunyai kepribadian tegas. Tetapi, hal ini belum mengilustrasikan bagaimana kepemimpinan diimplementasikan dalam kaitannya dengan anggota, organisasi, maupun pihak lain, dan juga bagaimana komunikasi yang dilaksanakan dalam mencapai visi dan misi perubahan.

Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan dalam memahami kepemimpinan secara menyeluruh dengan mengedepankan

pentingnya komunikasi kepemimpinan dalam perubahan yang dapat memaparkan keterkaitan antar bagian baik internal dan eksternal organisasi, bagaimana kepemimpinan kemudian dibentuk, tetapi juga mengarah pada pencapaian tujuan perubahan. Hal ini dapat dilakukan dengan memposisikan kepemimpinan sebagai proses komunikasi (Ruben & Gigliotti, 2016). Komunikasi kepemimpinan mempunyai fokus secara langsung dari bagaimana para individu membentuk, mentransfer, menyeleksi, dan menginterpretasi pesan-pesan yang diterima dan membentuk realitas—memandang komunikasi sebagai proses, tidak sekedar pertukaran informasi dan makna antar aktor (Ruben & Stewart, 2016).

Memahami komunikasi kepemimpinan dengan perspektif *sensemaking*

Teori kepemimpinan sebelumnya dipandang sebagai bentuk linier (seperti kepemimpinan transaksional), dan model interaksional telah terbentuk (seperti pada model transformasional), dalam perspektif komunikasi, konsep tersebut masih kurang dalam menggambarkan berbagai faktor dan kompleksitas kepemimpinan. Untuk itu, Ruben dan Gigliotti (2016) berpendapat bahwa komunikasi kepemimpinan perlu dipandang sebagai sebuah sistem yang mampu mengisi kesenjangan dari keterbatasan yang ada dalam studi kepemimpinan. Menurut Fairhurst (2008), *sensemaking* adalah salah satu teori yang menawarkan pandangan sistemik tentang

komunikasi kepemimpinan. Menurut teori ini, pemimpin komunikasi antara atasan dan pengikut menciptakan perasaan akan sebuah realitas. Akibatnya, para pemimpin berinteraksi dengan orang lain, menciptakan makna yang meyakinkan bagi lingkungan, dan berbagi pemahaman mereka kepada orang lain. Kemampuan untuk menafsirkan, menetapkan agenda, dan membimbing sekaligus diperlukan untuk peran ini dalam mengkomunikasikan informasi dengan pemimpin. Studi ini menggunakan teori ini untuk mengeksplorasi kepemimpinan komunikasi dalam perubahan organisasi, mengakui kompleksitas kapasitas pendekatan untuk mempelajari komunikasi dalam konteks organisasi.

Teori *sensemaking* dikembangkan oleh Karl Weick. Menurut Miller (2005), teori ini dimaknai sebagai proses pengorganisasian yang memberikan penekanan kuat pada bagian-bagian pengorganisasian yang berhubungan dengan komunikasi dan melihat organisasi sebagai wadah komunikasi, di mana pengorganisasian dan komunikasi terus-menerus terhubung dan berdampak pada satu sama lain. *Sensemaking* menempatkan pemaknaan dan aktivitas konstruksi menjadi kesatuan. Oleh karena itu, teori ini menekankan hubungan antara kognisi dan tindakan dalam organisasi. Dervin (1998) mengklaim bahwa teori ini menjelaskan bagaimana orang menafsirkan dan memberi koherensi pada aktivitas sehari-hari dan menekankan hubungan antara kognisi dan perilaku dalam organisasi. Secara umum, Weick (1979) menjelaskan tiga

proses organisasi ketika mencari solusi untuk lingkungan yang sedang berjalan dengan pemaknaan dari perilaku yang terkait dengan kemungkinan proses yang ada. Ada tiga proses dalam mengilustrasikan bagaimana proses relasional ini dievaluasi (Gambar 1).

nizations.
s can be adapted to the enactment-selection-
ly assert, "I'll believe it when I see it." This bit
urned on its ear so that it approximates more cl

Gambar 1. Proses *Sensemaking*

Sumber: diadaptasi dari Weick (1979, p.134)

Proses pertama adalah *enactment* yaitu lingkungan yang sedang berjalan (informasi yang mengalir), anggota dalam organisasi menjangkir sebagian kondisi dari serangkaian kegiatan yang terjadi atau melaksanakan aksi tertentu yang kemudian menciptakan kondisi tertentu. Selanjutnya, *selection* yaitu bagaimana orang memanfaatkan masa lalu untuk menginterpretasikan informasi yang dipilih dan mencari interpretasi yang memungkinkan. Proses terakhir yaitu retensi (*retention*) dimana keluaran interpretasi disimpan dalam memori dan dinegosiasikan melalui interaksi dengan orang lain secara terus-menerus pada lingkungan sebagaimana tingkat ketidakjelasan yang terus berfluktuasi. Namun, skema yang ada tidak selalu bekerja sesuai harapan, melainkan sebagai *link* terhadap proses awal yaitu proses *enactment*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma

konstruktivis yang menekankan subjektivitas interpretasi partisipan sebagai pusat dalam penelitian ini (Creswell & Creswell, 2018). Pemilihan pendekatan kualitatif daripada kuantitatif bertujuan untuk memperkaya studi kepemimpinan yang cenderung hanya berfokus pada manajer puncak dan lemah dalam menggambarkan manajemen sebagai proses sistemik sosial yang bersifat dinamis dan kolektif (Yukl & Gardner, 2020).

Selain itu, penelitian ini berupa studi kasus untuk menyelidiki isu kontemporer dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2018), dan untuk mendapatkan analisis mendalam tentang kasus yang baik berupa program, aktivitas, proses, atau individu (Creswell & Creswell, 2018). Gambaran yang lebih detail kemudian dilihat pada masing-masing level manajemen pada lembaga tersebut. Selain itu, kasus yang dipilih mendukung pemahaman topik penelitian, dalam hal ini perubahan organisasi publik sebagai respon terhadap kebijakan pemerintah. Narasumber untuk penelitian ini diambil dari individu yang bekerja di berbagai tingkat tetapi spesifik dalam organisasi publik yang ada. Narasumber yang diwawancarai dikategorikan menurut jabatan struktural di Riset, pada periode 2019-2021 atau sebelum integrasi dimulai secara resmi. Terdapat 17 narasumber di Riset terdiri dari seorang pimpinan puncak (eselon I), tiga orang eselon I (deputi bidang riset), empat orang eselon II (kepala unit kerja riset atau kepala biro), empat eselon III (kepala bagian, kepala bidang, atau koordinator), satu eselon IV (kepala subbagian, kepala subbidang, atau subkoordinator), dan empat staf baik dari

bidang administrasi maupun bidang riset.

Wawancara bertujuan untuk memahami pengalaman para peserta dan mencoba mendapatkan rincian tentang kegiatan yang tidak dapat diketahui oleh peneliti (Stake, 2005). Secara teknis, wawancara dilakukan secara tatap muka langsung atau melalui media daring dengan pertanyaan semi terstruktur (Creswell & Creswell, 2018). Selain itu, peneliti juga mengumpulkan data melalui dokumen dari organisasi (misalnya laporan resmi) (Creswell & Creswell, 2018).

Selanjutnya, triangulasi juga dilakukan dalam penelitian sebagai peluang untuk melihat sesuatu dari sudut pandang yang berbeda (Neuman, 2014). Hal yang sama dikemukakan oleh Denzin dan Lincoln (2005) yang berpendapat bahwa triangulasi adalah proses menjelaskan makna dari sudut pandang yang berbeda dan memeriksa suatu kasus dari sudut pandang yang berbeda. Dalam penelitian ini, triangulasi sumber yang berbeda untuk setiap struktur atau dokumen organisasi dilakukan sebagai bagian dari pemeriksaan bukti yang dikumpulkan dari sumber dan berdasarkan ini untuk membangun pemikiran yang seragam untuk struktur subjek. Menurut Creswell dan Creswell (2018) proses ini dikatakan dapat meningkatkan validitas penelitian.

Hasil dan Pembahasan

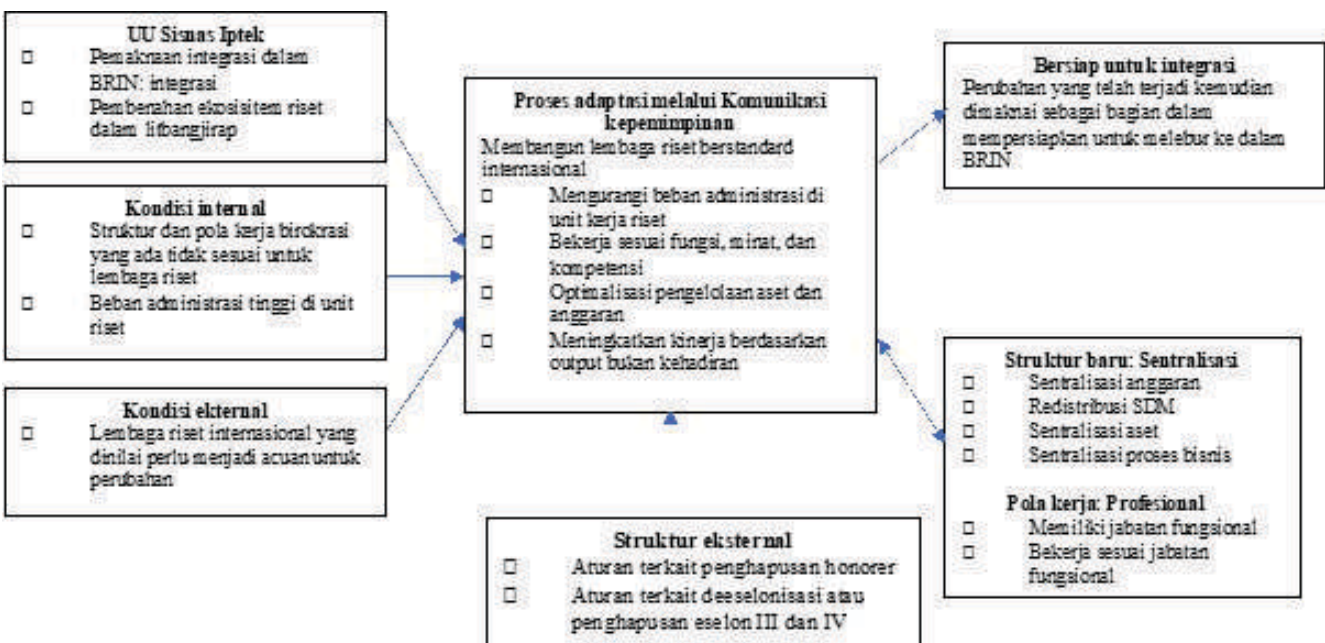
Perubahan di Riset sebagai respon terhadap UU Sisnas Iptek

Hasil temuan menunjukkan bahwa perubahan organisasi di Riset didasari dari inisiasi

pimpinan puncak dengan tujuan agar fokus pada fungsi riset, memiliki standard global, dan profesional. Hal ini didorong karena selama ini birokrasi yang ada belum mampu memenuhi kebutuhan riset, namun menjadikan kepala unit kerja sibuk dengan operasional terkait administrasi daripada fungsi penelitiannya. Untuk itu, sentralisasi sebagai pengalihan beban administrasi pada unit kerja dialihkan ke level manajemen di atasnya (eselon I atau unit kerja eselon II yang berwenang sesuai fungsinya). Sentralisasi meliputi sisi anggaran, kepegawaian, aset, dan proses bisnis.

Pada awalnya, reorganisasi RISET yang secara bertahap dilakukan dari 2018 dengan pemusatan dalam hal anggaran, sumber daya manusia, aset dan proses bisnis, dipahami sebagai upaya membenahi internal agar lebih optimal dalam fungsi riset. Dari sisi anggaran,

pengalihan kekuasaan dalam pengelolaan keuangan dilakukan dari eselon II atau kepala unit kerja kepada eselon I atau deputy dan sekretaris utama. Hal ini dikomunikasikan sebagai upaya dalam meningkatkan efisiensi anggaran, membangun fokus pada riset daripada pengelolaan anggaran, memudahkan alokasi karena dapat mengurangi sekat atau “kotak-kotak kecil” sehingga masing-masing unit seperti “punya otonomi sendiri” yang membuat unit kerja riset menjadi lebih sibuk pada administrasi daripada riset (E1101, wawancara personal, 03 Agustus 2022). Walaupun demikian, konsekuensi juga timbul dari sentralisasi anggaran di mana proses dari pencairan dana dan pemenuhan kebutuhan menjadi lebih panjang dan lama, dan hal ini disadari oleh pimpinan tinggi hingga staf. Selanjutnya, dari kepegawaian, upaya yang dilakukan adalah melalui redistribusi dan



Gambar 2. Adaptasi organisasi sebagai respon terhadap isu integrasi dalam UU Sisas Iptek di RISET

pengalihan status pegawai sesuai jabatan fungsionalnya. Pegawai pendukung tidak lagi bernaung pada unit kerja riset dan hanya periset yang berada pada unit kerja riset. Sedangkan, pegawai administrasi berada pada unit kerja sesuai dengan tugas dan fungsinya, misalnya seorang analis kepegawaian maka statusnya berada di biro kepegawaian. Konsekuensi yang timbul meliputi adanya kesenjangan dari kompetensi antar unit kerja terdahulu yang dinyatakan oleh seorang eselon II bahwa “*gap*-nya cukup besar antar pegawai walau jabatan, tugas, dan fungsinya sama” (E2104, wawancara personal, 14 September 2022).

Sentralisasi juga dilakukan dari sisi pengelolaan aset di mana pengalihan dalam pengelolaan fasilitas riset yang sebelumnya dianggarkan dan dikelola oleh unit kerja riset kemudian dialihkan pada dua unit kerja yang terkait dengan pemanfaatan aset dan inovasi, dan pemeliharaan dan penyediaan alat kantor. Walaupun demikian, permasalahan tampak pada proses yang lama yang disebabkan ketidakjelasan antara pengelola aset riset maupun aset yang bersifat umum (E3110, wawancara personal, 29 September 2022).

Pembenahan proses bisnis tampak dari upaya memfokuskan fungsi riset dan pendukung. Riset melakukan pemusatan proses bisnis yang diabntu dengan perpanjangan melalui area kerja yang merupakan kumpulan dari pegawai pendukung yang ada di beberapa unit kerja riset yang berdekatan. Selain itu, peningkatan output kinerja periset dilakukan dengan memberikan target tambahan atau keluaran kinerja minimal berupa publikasi internasional artikel ilmiah. Hal

ini merupakan upaya dalam membangun profesionalitas yang menurut seorang eselon II merupakan upaya keluar dari “...zona nyaman kita udah nyaman begini nyaman kok kasarannya ya yang tadi dibilang kita juga ga perlu sekolah tinggi-tinggi lagi...” (E2117, wawancara personal, 03 Desember 2022).

Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan pengesahan UU Sisnas Iptek pada 2019, perubahan yang dilakukan tersebut kemudian dimaknai dan dikomunikasikan sebagai bagian dalam mempersiapkan integrasi dalam BRIN, meskipun bentuk dari BRIN itu sendiri belum diketahui. Selanjutnya bagian berikutnya akan membahas bagaimana perubahan yang ada tersebut dikomunikasikan.

Komunikasi kepemimpinan dalam perubahan organisasi Riset

Meskipun proses *sensemaking* menurut Weick (1995) tidak dapat dipisahkan dari konteks tertentu, penelitian ini menunjukkan bahwa konteks tersebut dapat berubah, atau bahkan konteks yang pertama kali digunakan sebagai bagian dari konteks lain yang tersembunyi. Hal ini terlihat dari makna yang disampaikan di awal bahwa Riset melakukan perubahan agar lembaga penelitian menjadi lembaga berstandar internasional dan fokus pada penelitian.

Namun, setelah UU Sisnas Iptek disahkan, terlihat jelas gambaran bahwa perbaikan melalui sentralisasi tersebut merupakan bagian dari persiapan integrasi ke dalam BRIN. Hal ini menunjukkan adanya hubungan dalam

konstruksi komunikasi kepemimpinan antara UU Sisnas Iptek, kondisi internal, dan kondisi eksternal, yang kemudian berimplikasi pada seleksi informasi dan rekonstruksi pola pikir.

Konstruksi komunikasi kepemimpinan melalui keterkaitan dari UU Sisnas Iptek, lingkungan internal, dan lingkungan eksternal dalam membangun perubahan

Proses perubahan di Riset Indonesia (RISET) dipicu oleh proses penafsiran UU Sisnas Iptek, lingkungan internal, dan eksternal yang secara bersamaan mempengaruhi bagaimana pimpinan mengimplementasikan perubahan. UU Sisnas Iptek secara umum diinterpretasikan sebagai upaya dalam membangun ekosistem riset agar kondusif melalui transformasi kelembagaan riset pemerintah. Integrasi dalam UU Sisnas Iptek dimaknai sebagai sebuah upaya untuk menggabungkan kelembagaan riset yang ada, meskipun bentuk dari penyatuan tersebut dalam BRIN, saat itu belum diketahui (baik bentuk Kemeristek/BRIN yang bersifat koordinasi dengan organisasi riset yang ada tetap eksis atau berupa peleburan menjadi satu BRIN). Meskipun belum ada kejelasan dari integrasi dan sebelum disahkan UU Sisnas Iptek, RISET secara internal telah melakukan pembenahan yang diawali dengan *refocusing* fungsi riset pada unit kerja dengan melakukan sentralisasi anggaran, redistribusi dan peningkatan kinerja SDM, sentralisasi pengelolaan aset, dan restrukturisasi proses bisnis sebagai wujud konkrit dalam membangun lembaga riset yang berstandar internasional.

Dari hasil wawancara, pemahaman terhadap lingkungan yang terjadi di RISET menunjukkan adanya keterkaitan antara UU Sisnas Iptek, kondisi internal organisasi, maupun kondisi eksternal. Keterkaitan yang sangat jelas dapat dilihat dari memaknai perlunya pembenahan dalam ekosistem riset yang merupakan bagian dari amanat UU Sisnas Iptek, kondisi birokrasi di RISET yang perlu disesuaikan dengan kebutuhan lembaga riset, yang dalam hal ini mengacu pada pengelolaan lembaga riset internasional, seperti yang disampaikan oleh seorang eselon I bahwa “peneliti *tuh* dulu yang sudah biasa 30% *tuh* di administrasi *ngurusin* ke perjalanan *kayak gitu* untuk mau ke lapangan dan sebagainya, apalagi yang menjadi tim monev itu 60% waktunya habis untuk administrasi *kayak gitu*” (E2112, wawancara personal, 27 Oktober 2022). Selain itu kondisi eksternal juga dimaknai sebagai pendorong perubahan, karena lembaga riset yang dinilai perlu mengacu pada standar global. Keterkaitan ini dapat dilihat sebagai pondasi yang kuat bagi RISET untuk melakukan perubahan organisasi. Konstruksi pemaknaan dalam perubahan kemudian dinarasikan sebagai upaya untuk membangun lembaga riset yang berstandar internasional dan meningkatkan profesionalitas pegawai baik peneliti maupun pegawai pendukung. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pimpinan membentuk visi dan membangun pemahaman perubahan “(Brewer, 2016; Sahlin, 2019). Sehingga, kemampuan pimpinan dalam membongkai keterkaitan dari berbagai identifikasi lingkungan untuk kemudian

dikonstruksi dalam komunikasi mereka dalam menggerakkan organisasi untuk berubah menjadi penting. Hasil menunjukkan bahwa keterkaitan tersebut tidak harus dikomunikasikan di awal perubahan, melainkan secara berkala dapat kemudian muncul sesuai dengan penyesuaian pemahaman ke permukaan sejalan dengan berkembangnya perubahan.

Seleksi informasi dalam komunikasi kepemimpinan

Proses selanjutnya, pemilahan informasi terjadi pada kedua lembaga dengan menekankan pada pembangunan urgensi untuk berubah, meredakan ketegangan di tengah perubahan dan ketidakpastian yang terjadi, serta melakukan aksi sebagai langkah konkrit dari respon terhadap lingkungan. Pembangunan urgensi untuk perubahan dilakukan dengan mengkomunikasikan bahwa perubahan bertujuan untuk meningkatkan kualitas organisasi sebagai lembaga riset yang memiliki standard global dan memiliki pegawai yang profesional. Hal ini tampak dari komunikasi pimpinan pada level atas yang menekankan pada adanya keterkaitan dari berbagai aspek lingkungan “*gap* antara kondisi internal kita yang *existing*, katakanlah ya dengan kondisi yang seharusnya sesuai standard global...” (E1101, wawancara personal, 03 Agustus 2022). Selanjutnya, komunikasi juga ditekankan dalam meredakan ketegangan dari perubahan yang terjadi dengan memberikan ketenangan melalui penyampaian bahwa “*no need to worry*

kehilangan pekerjaan selama memang *as long as* kamu berkompeten” (E3115, wawancara personal, 04 November 2022), “tidak memberikan informasi yang mungkin berpotensi menimbulkan permasalahan” (E2104, wawancara personal, 14 September 2022), dan menyampaikan sisi positif dengan “*meng-highlight rewards-nya* bahwa mereka yang bekerja baik” daripada sanksi jika tidak mencapai target (E1103 wawancara personal, 14 September 2022). Selain itu, komunikasi juga dilakukan dengan melakukan implementasi langsung dengan perubahan karena hal ini dinilai lebih mampu memberikan pemahaman perubahan kepada pegawai, “sosialisasi terbaik buat transformasi fundamental itu eksekusi, lakukan saja, habis itu kan berubah dan disesuaikan” (E1101, wawancara personal, 03 Agustus 2022).

Di Riset, pimpinan puncak mengkomunikasikan pemaknaan perubahan sebelum disahkannya UU Sisnas Iptek yang fokus pada perlunya perbaikan internal untuk mendukung ekosistem penelitian nasional melalui reorganisasi dalam memenuhi standard internasional lembaga riset. Akan tetapi, isu yang diangkat pasca pengesahan UU Sisnas Iptek, komunikasi yang disampaikan menekankan pada pentingnya perubahan yang telah dilakukan sebagai bagian dari langkah persiapan Riset untuk bergabung ke dalam BRIN, meskipun bentuk dari BRIN belum ada secara resmi. Hal ini dijelaskan oleh Weick (1995) bahwa pemaknaan yang terjadi mengandung model yang mewakili bagian dari realitas dan mendukung pemahaman masa depan. Selanjutnya, temuan ini memperluas

rekomendasi dari studi "Steinbauer et al. (2015) yang menyatakan adanya *conscious sensemaking* dan *unconscious sensemaking* yang digunakan oleh pimpinan untuk mengembangkan pemahaman tentang lingkungan mereka untuk pengorganisasian. Secara khusus, studi tersebut berargumen bahwa pimpinan puncak menggunakan pemaknaan yang bersifat sadar seperti menata ulang pengelolaan birokrasi dan juga tidak disadari seperti pemaknaan terhadap pentingnya integrasi ke dalam BRIN, meskipun bentuknya belum diketahui untuk meningkatkan urgensi perubahan. Pimpinan tinggi yaitu eselon I membangun makna yang digerakkan oleh pemahaman yang dibangun dengan mengkomunikasikan perubahan secara sadar, menekankan kondisi yang dapat diamati dengan jelas (kebutuhan untuk pengembangan dalam organisasi penelitian).

Narasi tersebut menjadi pemaknaan awal dan juga dapat dipandang sebagai dasar melakukan perubahan di Riset untuk menjadi bagian BRIN. Seperti yang disampaikan pimpinan kepada stafnya bahwa "...apapun yang terjadi dengan Riset, kita harus *tetep* jalan, entah itu tanda kutip entah itu nanti BRIN kalo dulu *kan* masih gonjang-ganjing ya entah itu nama BRIN itu seperti ristekdikti dulu atau semuanya digabung jadi BRIN, kita *tetep* ya jalan dan kita harus jalan" (E3110, wawancara personal, 29 September 2022).

Meskipun ada penentangan terhadap perubahan (misalnya, protes terhadap kebijakan penghapusan honorer), narasi ini dapat diterima dan perubahan diterima secara

umum di sebagian besar struktur organisasi. Seiring waktu, manajemen dan staf tingkat bawah menyadari bahwa proses perubahan internal (seperti pemindahan) adalah bagian dari persiapan integrasi BRIN. Dengan kata lain, pemikiran bawah sadar cenderung mendominasi pada periode awal dibandingkan dengan kognisi sadar, yang dominan pada akhir periode sesuai dengan kesadaran yang muncul sepanjang evolusi untuk mengungkapkan atau menyampaikan informasi masalah integrasi.

Rekonstruksi pola pikir dalam komunikasi kepemimpinan

Selain itu, retensi atau merekam dan merekonstruksi cara berpikir menunjukkan upaya untuk membangun model kerja yang lebih profesional yang dengan kepercayaan, pengalaman, dan partisipasi yang ada (Gambar 5). Kepercayaan yang tinggi kepada atasan menjadi hal yang mendukung perubahan seperti yang disampaikan seorang eselon III kepada stafnya secara personal bahwa "ini sudah kebijakan pimpinan dan percayalah bahwa ini untuk kebaikan kita bersama itu saja dan lagi pula pun yang mengalami ini kan tidak hanya satu dua orang yang mengalami ini" (E3115, wawancara personal, 04 November 2022). Namun, keyakinan, pengalaman, dan partisipasi juga dapat menghambat pembentukan cara berpikir yang baru seperti penyampaian dari seorang staf bahwa "tidak semua pimpinan itu mempercayakan atau *trust* kepada SDM tersebut... sampai ada kecemburuan di yang se-level saya..." (S0111,

wawancara personal, 26 Oktober 2022). Sehingga kepercayaan yang tidak seimbang antara atasan dan bawahan menimbulkan favoritisme, yang kemudian mencegah orang lain untuk mengikuti perubahan tersebut. Pengalaman seseorang pimpinan juga menjadikan bagian dalam konstruksi komunikasi dalam perubahan. Seperti yang diungkapkan seorang eselon I yang memiliki pengalaman diaspora sehingga merasakan kesenjangan yang “terasa sekali” ketika kembali bertugas di Indonesia yang kemudian perlu dibenahi (E1101, wawancara personal, 03 Agustus 2022). Selanjutnya pelibatan dengan senior dan pelaksana teknis juga menjadi bagian penting dalam merekonstruksi pola pikir yang baru. Hal ini diungkapkan oleh seorang eselon III bahwa “masukan dalam perumusan suatu kebijakan yang tidak hanya dari sisi regulasi, tapi juga dari sisi sosiologis, filosofis, dan ekonomis yang biasanya memang staf khususnya yang senior memiliki pandangan yang berbeda, yang kemudian disampaikan kepada atasan” (E3107, wawancara personal, 25 September 2022). Perubahan sedang dilakukan untuk menjadi lembaga ilmiah yang memenuhi standard internasional, membangun cara berpikir dan bekerja yang sudah ada sebelumnya, dilakukan dengan merekonstruksi zona nyaman yang ada seperti yang diungkapkan oleh seorang kepala unit kerja penelitian, “kita udah nyaman begini nyaman kok kasarannya ya yang tadi dibidang kita juga ga perlu sekolah tinggi-tinggi lagi” (E2117, wawancara personal, 03 Desember 2022). Dari sisi administrasi, pimpinan juga mengungkapkan bahwa kenyamanan pegawai

tampak dari kondisi “bekerja hanya saat melakukan dinas, hanya menerima gaji tanpa output jelas” (E2104, wawancara personal, 14 September 2022).

Tujuan keluar dari pola pikir tersebut adalah agar pegawai bekerja lebih profesional berdasarkan hasil kinerja, yang bahkan meningkat tidak hanya pada tingkat unit, tetapi juga pada tingkat individu yang berimplikasi pada penilaian dan pendapatan yang diterima sesuai dengan jenjang karir dan kinerjanya.

“Oleh karena itu pada saat saya akhir menjadi eselon I, ditetapkan untuk peneliti ahli utama itu targetnya lebih tinggi dibandingkan madya. Madya juga lebih tinggi dibandingkan dengan yang muda. Supaya mereka punya tanggungjawab yang lebih, tidak hanya namanya ada. Saya membuat target juga agar fungsional utama punya keluaran anggaran eksternal” (E1103 wawancara personal, 14 September 2022).

Komunikasi kepemimpinan sebagai konstruksi pemaknaan perubahan

Menggunakan perspektif *sensemaking* dari Weick (1995), komunikasi kepemimpinan dalam studi tersebut dipahami sebagai proses siklus antara memahami kompleksitas lingkungan, seleksi informasi, dan merekonstruksi cara berpikir dalam merespon perubahan (Gambar 3). Kemampuan membangun keterkaitan antara kebutuhan pemicu perubahan, yang dalam kajian ini terdiri dari UU Sisnas Iptek, lingkungan internal dan eksternal, merupakan dasar untuk

membangun perubahan. Identifikasi ini kemudian memfasilitasi aliran informasi, yang dalam penelitian ini berupa perubahan inisiasi, yang biasanya dibagi menjadi informasi yang mengarah pada pentingnya perubahan untuk meningkatkan pengelolaan internal untuk mendukung pengembangan lembaga penelitian yang memiliki standard internasional.

Selain itu, melalui seleksi informasi, kemampuan interpretasi dan rekonstruksi makna perubahan menjadi penting. Pilihan informasi yang dikomunikasikan saat mengimplementasikan perubahan hendaknya tidak hanya untuk membangun urgensi perubahan (misalnya rasionalitas dalam kebutuhan akan perubahan), namun juga memberikan ketenangan saat kondisi ketidakpastian yang terjadi (misalnya menekankan sisi positif perubahan) dan bertindak secara konkrit (misalnya implementasi langsung agar memahami perubahan) sehingga konsep perubahan dipahami secara menyeluruh. Oleh karena itu kemampuan untuk menafsirkan dan merekonstruksi makna perubahan menjadi penting. Hal ini mengindikasikan bahwa menurut pimpinan, pengungkapan informasi yang berpotensi mengganggu selama perubahan organisasi yang dapat menimbulkan reaksi negatif (Bilgili et al., 2017), sehingga pimpinan lebih cenderung menyampaikan sisi positif dari perubahan tersebut atau membatasi informasi tertentu yang dapat memicu penolakan terhadap perubahan.

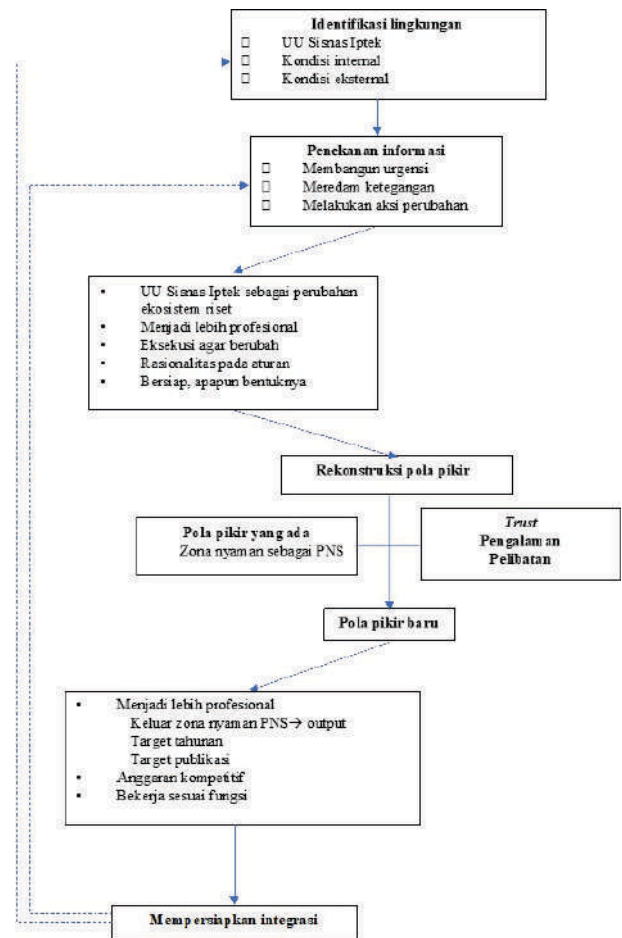
Mengidentifikasi lingkungan dan memilih informasi yang dapat ditindaklanjuti adalah

upaya merekonstruksi cara berpikir dalam menciptakan struktur dan model kerja baru, yang dipengaruhi oleh bagaimana kepercayaan, pengalaman, dan keterlibatan kepemimpinan dalam menciptakan budaya kerja yang profesional dan kompetitif di tempat kerja. Dalam Riset, terdapat eskalasi pola pikir yang dibangun sebelum pengesahan UU Sisdiknas Iptek yaitu peningkatan kualitas lembaga dan profesionalitas, menjadi pola pikir pemahaman yang lebih tinggi, yang dalam penelitian ini adalah pengembangan pola pikir dan model kerja sebagai bagian dari persiapan integrasi. Dengan demikian, karena pola pikir dan model kerja serta persoalan integrasi mulai menajam, maka pilihan pemahaman perubahan dalam komunikasi pimpinan direstrukturisasi sebagai bagian dari persiapan kajian integrasi BRIN, meskipun pada saat itu belum ada aturan yang formal. Temuan ini mendukung Whittle et al. (2015) yang berpendapat bahwa manajemen puncak menegosiasikan pembungkaman masalah dan perubahan pada fungsi dan atribut yang ada, yang dalam studi kasus ini mencerminkan perubahan sentralisasi, yang kemudian direkonstruksi dalam persiapan untuk integrasi.

Studi ini menunjukkan bahwa pendekatan dari *sensemaking* mampu mengungkapkan hal yang belum ada secara jelas di dalam lingkungan (isu integrasi lembaga riset) namun diberlakukan dan dikonstruksi dengan bentuk pemaknaan yang berkaitan tetapi tidak menyebutkan isu integrasi (seperti perubahan untuk menjadi lembaga riset berstandar internasional dan menjadi pegawai profesional di bidangnya).

Namun, ketika isu integrasi semakin menguat dan ketika terjadi integrasi, barulah kemudian pemaknaan dan komunikasi yang dilakukan menekankan bahwa perubahan yang dilakukan selama ini dilakukan merupakan persiapan dari integrasi.

Sehingga, dapat dipahami bahwa komunikasi kepemimpinan adalah keterkaitan dari proses dalam menghubungkan realitas dan refleksi dari lingkungan terhadap organisasi, memilih informasi, dan upaya rekonstruksi secara terus menerus dalam memperbaharui pola pikir yang reflektif maupun prospektif. Secara khusus, komunikasi kepemimpinan merupakan respon dari UU Sisas Iptek melalui perubahan organisasi memiliki keterkaitan yang kompleks antara proses *sensemaking* yang terdiri dari identifikasi lingkungan (tidak hanya UU Sisas Iptek, melainkan juga lingkungan internal dan eksternal), pemilahan informasi, dan rekonstruksi pola pikir terhadap perubahan, dan agensi kepemimpinan mereka dalam melakukan perubahan.



Gambar 3. Kerangka konseptual komunikasi kepemimpinan dalam perubahan organisasi

Kesimpulan

Komunikasi kepemimpinan yang diterapkan pada perubahan organisasi memfokuskan pada aktivitas perubahan itu sendiri sebagai sarana untuk memahami perubahan. Dengan demikian, pimpinan dalam berbagai level yang ada menginterpretasikan aksi perubahan yang terjadi. Komunikasi dilakukan sebagai proses merekonstruksi pemikiran terhadap perubahan yang sebelumnya berjalan sebagai bagian dari

persiapan integrasi.

Perubahan dilakukan dengan mempertimbangkan cara berpikir yang ada dan kemudian dibangun kembali dengan kepercayaan, pengalaman, dan partisipasi dalam membangun cara berpikir yang baru. Perubahan yang dilakukan perlu dapat beresonansi tidak hanya pada kebutuhan yang dirasakan saat ini maupun yang bersifat reflektif, tetapi juga prospektif sesuai dengan perkembangan isu yang terjadi sehingga makna-makna yang dikonstruksi senantiasa diperbarui dan diperkuat.

Dengan berusaha menjelaskan kepemimpinan dengan lebih kompleks, studi ini mengisi kekurangan dari studi kepemimpinan yang cenderung bersifat vertikal dan heroik "(Stewart & Kringas, 2003). Khususnya, dalam kepemimpinan di lembaga publik yang didominasi dengan aktivitas pemimpin administrasi atau politik pada manajemen tingkat tinggi (Kuipers et al., 2014), dan juga studi kepemimpinan di Indonesia dengan memiliki tren tersebut (Balkis, 2020; Rondonuwu & Trisnantoro, 2013; Taufik & Warsono, 2020).

Sensemaking perubahan yang berorientasi komunikasi kepemimpinan juga memberikan visualisasi kompleksitas yang umumnya dimaknai sebagai hal yang inheren karena studi ini tidak menggunakan konsep yang cenderung dipakai dalam mengkaji kepemimpinan seperti pendekatan gaya kepemimpinan "(Holten & Brenner, 2015), kepemimpinan relasional (Ramcharan & Parumasur, 2014), maupun yang populer

seperti kepemimpinan transformasional "(van der Voet, 2016; Yue et al., 2019). Untuk itu, studi ini mengisi kebutuhan akan riset kepemimpinan secara kompleks, yaitu dengan menggunakan perspektif komunikasi dalam mengkaji dan menjelaskan aktivitas pengorganisasian (Lewis, 2011). Pendekatan komunikasi diterapkan dengan menekankan konsekuensi informasional dan relasional tidak hanya sebagai konsekuensi dari pimpinan tetapi juga oleh pengikut, yang dalam penelitian ini mengungkapkan bagaimana komunikasi kepemimpinan dipersepsikan melalui tindakan yang bermakna.

Walaupun demikian, riset ini mempunyai keterbatasan. Perubahan organisasi dalam kajian ini dibatasi terbatas pada hal yang berkaitan dengan UU Sisnas Iptek, khususnya pada isu integrasi lembaga riset pemerintah (dalam studi ini fokus pada organisasi Riset, tidak pada lembaga lainnya yang terkait) pada periode waktu tahun 2019 hingga berdirinya BRIN (1 September 2021). Selain itu, studi kasus tidak dapat menjelaskan secara umum mengenai proses integrasi organisasi berbagai organisasi riset pemerintah ke dalam BRIN, melainkan hanya spesifik pada organisasi pada studi ini atau dengan kata lain hasil studi ini tidak dapat digeneralisasi (Gustafsson, 2017). Selanjutnya, riset ini juga tidak menunjukkan bahwa model komunikasi kepemimpinan adalah jawaban untuk perubahan kelembagaan berskala besar yang efektif. Namun, temuan menunjukkan bahwa model tersebut berpotensi memicu perspektif baru tentang komunikasi kepemimpinan di tengah

perubahan struktur dan budaya kerja baru.

Daftar Pustaka

- Abdelgawad, S. G., Zahra, S. A., Svejenova, S., & Sapienza, H. J. (2013). Strategic leadership and entrepreneurial capability for game change. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20(4), 394–407. <https://doi.org/10.1177/1548051813475484>
- Balkis, A. H. (2020). Gaya kepemimpinan perempuan dalam instansi publik: Studi kasus Susi Pudjiastuti. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 8(1), 79–88. <https://doi.org/10.31629/juan.v8i1.2271>
- Bilgili, H., Campbell, J. T., Ellstrand, A. E., & Johnson, J. L. (2017). Riding off into the sunset: Organizational sensegiving, shareholder sensemaking, and reactions to CEO retirement. *Journal of Management Studies*, 54(7), 2–31. <https://doi.org/10.1111/joms>.
- Bish, A. J., Newton, C., & Johnston, K. (2015). Leader vision and diffusion of HR policy during change. *Journal of Organizational Change Management*, 28(4), 529–545.
- Blanchard, K. H., Zigarmi, D., & Nelson, R. B. (1993). Situational Leadership® after 25 years: A retrospective. *Journal of Leadership Studies*, 1(1), 21–36.
- Brewer, M. (2016). Exploring the potential of a capability framework as a vision and “sensemaking” tool for leaders of interprofessional education. *Journal of Interprofessional Care*, 30(5), 574–581. <https://doi.org/10.1080/13561820.2016.1182969>
- Claraini, C., Savitri, E., & Wiguna, M. (2017). Pengaruh good governance, sistem pengendalian intern pemerintah dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja Pemerintah Daerah (Studi pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Kabupaten Rokan Hilir. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*. 4(10), 3110–3123.
- Conger, J. A. (1999). Charismatic and transformational leadership in organizations: An insider's perspective on these developing streams of research. *The Leadership Quarterly*, 10(2), 145–179.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (Fifth Edit)*. SAGE Publications, Inc.
- Den Hartog, D. N., & Koopman, P. L. (2001). Leadership in organizations. In D. S. O. N. Anderson, H. K. Sinangil, & C. Viswesvaran (Eds.), *Handbook of industrial, work, and organizational psychology*, Vol. 2: Organizational psychology (pp. 166–187). SAGE Publications.
- Denning, S. (2005). Transformational innovation: A journey by narrative. *Strategy & Leadership*. 33 (3), 11-16. <https://doi.org/10.1108/10878570510700119>.

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage handbook of qualitative research*; Third Edit). SAGE Publications, Inc.
- Dervin, B. (1998). Sense-making theory and practice: an overview of user interests in knowledge seeking and use. *Journal of Knowledge Management*, 2(2), 36–46. <https://doi.org/10.1108/13673279810249369>
- Fairhurst, G. T. (2008). Discursive leadership: A communication alternative to leadership psychology. *Management Communication Quarterly*. 21 (4), 510-521. <https://doi.org/10.1177/0893318907313714>
- Holten, A. L., & Brenner, S. O. (2015). Leadership style and the process of organizational change. *Leadership and Organization Development Journal*, 36 (1) , 2 – 1 6 . <https://doi.org/10.1108/LODJ-11-2012-0155>
- Ismail, I. (2008). Pengaruh budaya organisasi terhadap kepemimpinan dan kinerja Karyawan Pemerintah Kabupaten-kabupaten di Madura. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 12(1), 18–36.
- Kirkpatrick, S. A., & Locke, E. A. (1991). Leadership: Do traits matter? *Academy of Management Perspectives*, 5(2), 48–60.
- Kovačević, J., Rahimić, Z., & Šehić, D. (2018). Policy makers' rhetoric of educational change: A critical analysis. *Journal of Educational Change*, 19(3), 375–417. <https://doi.org/10.1007/s10833-018-9322-7>
- Kuipers, B. S., Higgs, M., Kickert, W., Tummers, L., Grandia, J., & Van Der Voet, J. (2014). The management of change in public organizations: A literature review. *Public Administration*, 92(1), 1–20. <https://doi.org/10.1111/padm.12040>
- Lewis, L. K. (2011). *Organizational Change*. Wiley - Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444340372>
- Men, L. R., Yue, C. A., & Liu, Y. (2020). “Vision, passion, and care:” The impact of charismatic executive leadership communication on employee trust and support for organizational change. *Public Relations Review*, 46(3), 101927. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101927>
- Miller, K. (2005). *Communication theories*. Macgraw-Hill.
- Mumford, M. D., Zaccaro, S. J., Harding, F. D., Jacobs, T. O., & Fleishman, E. A. (2000). Leadership skills for a changing world: Solving complex social problems. *The Leadership Quarterly*, 11(1), 11–35.
- Nature. (2021). Indonesia's science super-agency must earn researchers' trust. *Nature*, 151 – 152 . <https://doi.org/10.1038/d41586-021-02419-4>
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (Seventh Ed)*. Pearson Education Limited.

- Nohe, C., & Michaelis, B. (2016). Team OCB, leader charisma, and organizational change: A multilevel study. *The Leadership Quarterly*, 27(6), 883–895. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2016.05.006>
- Nugraini, S. T., & Kholik, A. (2021). Strategi penyusunan pesan informatif – persuasif dalam data Covid-19 oleh Humas Diskominfo Kota Bogor di media sosial. *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia*, 2 (2), 9 2 – 1 0 4 . <https://jurnal.ugm.ac.id/jmki/article/view/68217/pdf>
- Ramcharan, R. S., & Parumasur, S. B. (2014). Leadership effectiveness in managing change, motivating employees and communication and the influence of leadership styles. *Corporate Ownership and Control*. 12(1):890-898 <https://doi.org/10.22495/cocv12i1c9p11>
- Reeleder, D. (2006). Leadership and priority setting: The perspective of hospital CEOs. *Health Policy*, 79(1), 24–34. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2005.11.009>
- Robinson, S. (2013). “It ain't what you do it's the way that you do it”: Lessons for health care from decommissioning of older people's services. *Health and Social Care in the Community*, 21(6), 614–622. <https://doi.org/10.1111/hsc.12046>
- Rondonuwu, J., & Trisnantoro, L. (2013). Manajemen perubahan di lembaga pemerintah: Studi kasus implementasi kebijakan pelaksanaan PPK-BLUD di Rumah Sakit Jiwa Provinsi NTB. *Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia*, 02(4), 163–170.
- Ruben, B. D., & Gigliotti, R. A. (2016). Leadership as social influence: An expanded view of leadership communication theory and practice. *Journal of Leadership and Organizational Studies*. <https://doi.org/10.1177/1548051816641876>
- Ruben, B. D., & Stewart, L. P. (2016). *Communication and human behavior* (5th ed.). Pearson Education Limited.
- Sahlin, S. (2019). Collaboration with private companies as a vehicle for school improvement: Principals' experiences and sensemaking. *Journal of Professional Capital and Community*, 4(1), 15–35. <https://doi.org/10.1108/JPC-03-2018-0013>
- Schriesheim, C. A., Tepper, B. J., & Tetrault, L. A. (1994). Least preferred co-worker score, situational control, and leadership effectiveness: A meta-analysis of contingency model performance predictions. *Journal of Applied Psychology*, 79(4), 561.
- Shulga, L. V. (2020). Change management communication: The role of meaningfulness, leadership brand authenticity, and gender. *Cornell Hospitality Quarterly*. 62(4), 498-515. <https://doi.org/10.1177/1938965520929022>
- Stake, R. E. (2005). Qualitative case studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage*

- handbook of qualitative research (pp. 443–465). SAGE Publications Inc.
- Steinbauer, R., Rhew, N. D., & Chen, H. S. (2015). From stories to schemas: A dual systems model of leaders' organizational sensemaking. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 22(4), 404–412. <https://doi.org/10.1177/1548051815598007>
- Stewart, J., & Kringas, P. (2003). Change management – strategy and values Six case studies from the Australian Public Sector University of Canberra Canberra ACT 2601 Australia.
- Tambunan, C. M. (2021). Gaya komunikasi kepemimpinan Mahfud MD sebagai menteri koordinator politik hukum dan keamanan. Universitas Pelita Harapan.
- Taufik, & Warsono, H. (2020). Birokrasi baru untuk new normal: Tinjauan model perubahan birokrasi dalam pelayanan publik di era Covid-19. *Dialogue Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(1), 1–18. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dialogue/article/view/8182>
- van der Voet, J. (2016). Change leadership and public sector organizational change: Examining the interactions of transformational leadership style and red tape. *American Review of Public Administration*, 46(6), 660–682. <https://doi.org/10.1177/0275074015574769>
- Vogel, R., & Masal, D. (2015). Public Leadership: A review of the literature and framework for future research. *Public Management Review*, 17(8), 1165–1189. <https://doi.org/10.1080/14719037.2014.895031>
- Weick, K. E. (1979). *The social psychology of organizing* (Second Edi). Addison-Wesley.
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in organizations* (Vol. 3). Sage.
- Whittle, A., Housley, W., Gilchrist, A., Mueller, F., & Lenney, P. (2015). Category predication work, discursive leadership and strategic sensemaking. *Human Relations*, 68(3), 377–407. <https://doi.org/10.1177/0018726714528253>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (Sixth). SAGE Publications, Inc.
- Yue, C. A., Men, L. R., & Ferguson, M. A. (2019). Bridging transformational leadership, transparent communication, and employee openness to change: The mediating role of trust. *Public Relations Review*. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.04.012>
- Yukl, G. A., & Gardner, W. L. I. (2020). *Leadership in organizations* (Ninth edit). Pearson Education, Inc.
- Zaccaro, S. J., Kemp, C., & Bader, P. (2004). Leader traits and attributes. In J. E. Antonakis, A. T. Cianciolo, & R. J. Sternberg (Eds.), *The nature of leadership* (pp. 101–124). Sage.
- Zaccaro, S. J., Mumford, M. D., Connelly, M. S., Marks, M. A., & Gilbert, J. A. (2000). Assessment of leader problem-solving

capabilities. *The Leadership Quarterly*,
11(1), 37–64.

Keterdedahan Informasi Bencana dan Kesiapsiagaan Masyarakat Menghadapi Bencana Banjir Rob Di Kabupaten Aceh Barat

Farina Islami	Magister Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Gadjah Mada email: farinaislami@mail.ugm.ac.id
Yuhdi Fahrimal	Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Teuku Umar email: yuhdifahrimal@utu.ac.id
Asmaul Husna	Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Teuku Umar email: asmaulhusna@utu.ac.id
Putri Maulina	Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Teuku Umar email: putrimaulina@utu.ac.id

ABSTRAK

This study aims to analyze the effect of individual characteristics and the exposure of disaster risk information on community preparedness in dealing with tidal floods. The methodology used is explanatory research with a quantitative approach. The research used a survey and was conducted by distributing questionnaires to 82 respondents in Pasir village, Johan Pahlawan sub-district, West Aceh district. The results of this study indicate that individual characteristics of gender, age, and final education have a significant influence on community preparedness for tidal floods, but are quite weak. Meanwhile, the exposure of disaster risk information, namely the intensity of media use, the frequency of media use, and the quality of information has a significant influence on community preparedness for tidal floods, and is classified as strong.

Keyword: Individual Characteristics, Disaster Risk Information Availability, Coastal Flood, Preparedness

Pendahuluan

Perubahan iklim menjadi salah satu risiko yang mengancam peradaban manusia modern (Rahman, 2013). Menurut Wallace-Well (2019) perubahan iklim bukan hanya fenomena alam biasa melainkan dampak yang terjadi akibat perbuatan manusia. Beberapa riset menunjukkan bahwa perubahan iklim terjadi akibat aktivitas manusia yang tidak bertanggungjawab dan tidak hidup selaras dengan kelestarian alam dan lingkungan (Kasa, 2019; Haryanto & Prahara, 2019; Williams *et al.*, 2019; Song *et al.*, 2018). Di sisi lain kebijakan

pemerintah yang pro terhadap eksploitasi lingkungan turut memperparah kondisi perubahan iklim (Wahyuni, 2021).

Beragam dampak ditimbulkan oleh perubahan iklim dalam dua dekade terakhir. Perubahan curah hujan ekstrem, meningkatnya suhu permukaan bumi, hingga terjadinya bencana hidrometeorologi dan klimatologi merupakan beberapa dampak yang diakibatkan perubahan iklim (Djalante, 2018). Fenomena iklim *El Nino Southern Oscillation* (ENSO) telah meningkatkan risiko kebakaran lahan dan hutan

(Djalante *et al.*, 2021). Hingga akhir abad ke-21, perubahan iklim diproyeksikan akan meningkatkan suhu rata-rata sebesar 1,4 hingga 5,5 °C dan curah hujan rata-rata sebesar -2% hingga 20% (Adhikari *et al.*, 2015).

Perubahan iklim turut mengancam ketahanan pangan negara-negara di dunia. Perubahan iklim mendorong penurunan produktivitas tanaman pangan, peningkatan serangan hama penyakit bagi tanaman komoditas utama, serta kekeringan dan banjir yang menyebabkan gagal panen (Perdinan *et al.*, 2018). Riset Deutsch *et al.* (2018) menyatakan bahwa tingkat kehilangan benih komoditas beras, jagung, dan gandum secara global diproyeksikan akan meningkat hingga 25% per derajat pemanasan permukaan rata-rata global. Riset Adhikari *et al.* (2015) memprediksikan bahwa hampir 72% terjadi penurunan panen tanaman pangan utama di delapan negara Afrika sub-Sahara akibat perubahan iklim kenaikan suhu ekstrem.

Kenaikan suhu permukaan bumi mengancam kelestarian ekosistem pesisir dan turut meningkatkan kenaikan level muka air laut (*sea level rise*). Kenaikan muka air laut ini dipengaruhi oleh mencairnya es di bagian kutub bumi sehingga es yang meleleh menyebabkan bertambahnya debit air laut. Tingginya level muka air laut ini meningkatkan ancaman terhadap komunitas masyarakat pesisir yang notabenehnya telah memiliki kerentanan baik fisik maupun ekonomi. Menurut data *International Panel for Climate Change* (IPCC) pada tahun 2100 diperkirakan akan bertambah sekitar 18 cm sampai dengan 59 cm kenaikan

muka air laut dengan rata-rata kenaikan sebesar 0,44 cm/tahun (Marfai *et al.*, 2015).

Kondisi ini telah terlihat di beberapa daerah di Indonesia yang berada di pesisir seperti Jakarta dimana tanggul yang dibangun di sepanjang pesisir Jakarta sudah tidak mampu lagi menampung debit air laut yang semakin meningkat (Yahya *et al.*, 2019). Kondisi kerentanan yang tinggi pada penduduk pesisir bahkan tidak meningkatkan keinginan mereka untuk mau direlokasi karena ikatan yang kuat dengan tempat tinggal dan sumber ekonomi.

Dalam tingkat paling ekstrem, tingginya permukaan air laut ini menyebabkan kerentanan wilayah pesisir dari banjir rob. Secara konseptual, banjir rob atau *tidal flood* merupakan limpasan air laut yang masuk dan merendam wilayah daratan akibat pasang air laut. Banjir rob biasanya terjadi karena aktivitas bulan baru dan *perigee* yang meningkatkan ketinggian pasang air laut ke level maksimum. Aktivitas alamiah ini menyebabkan pasang air laut lebih masuk ke wilayah daratan dari pada biasanya.

Kerentanan masyarakat terhadap banjir rob menjadi semakin tinggi karena dapat mengganggu kehidupan komunitas. Di Indonesia sendiri kejadian banjir rob sangat sering melanda wilayah pesisir dari pesisir Provinsi Aceh hingga Provinsi Papua (Lahur, 2022). Estimasi kerugian yang disebabkan oleh banjir rob yang melanda Semarang pada bulan Mei 2022 mencapai Rp600 miliar (Haryanto, 2022). Riset yang dilakukan Marfai *et al.*, (2015) terhadap estimasi potensi kerugian ekonomi akibat banjir rob di Kabupaten Pekalongan

adalah senilai Rp50 triliun (Marfai *et al.*, 2015). Kerugian ini merupakan akumulasi dari kerusakan lahan pertanian sawah, kerusakan tambak, kerusakan pemukiman dan gedung fasilitas umum, serta kerusakan lahan dan terganggunya sanitasi warga (Marfai *et al.*, 2014).

Kabupaten Aceh Barat, Provinsi Aceh menjadi salah satu daerah dengan tingkat risiko banjir rob yang tinggi. Wilayah Aceh Barat berada di pesisir barat Aceh yang berbatasan langsung dengan Samudera Hindia. Pada tahun 2004, wilayah pesisir barat Aceh merupakan salah satu lokasi terparah yang dilanda tsunami. Dampak dari tsunami tersebut telah mengubah lansekap wilayah pesisir Aceh Barat.

Aceh Barat menduduki potensi bahaya gelombang ekstrim urutan kelima setelah Simeulue, Aceh Singkil, Aceh Selatan dan Aceh Timur. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwasannya Meulaboh Kabupaten Aceh Barat memiliki potensi rentan terkena banjir rob karena memiliki daerah lautan yang luas.

Daerah Aceh Barat yang terletak di tepi pantai dan sering terkena banjir rob adalah Desa Pasir yang terletak di Kecamatan Johan Pahlawan. Banjir rob akan sering terjadi di daerah daratan yang permukaannya lebih rendah daripada permukaan air laut, sehingga air yang menggenang karena banjir rob ini cenderung lebih jernih daripada banjir-banjir biasanya. Desa Pasir menjadi langganan banjir rob saat bulan purnama terjadi. Setiap air laut pasang wilayah ini mengalami kerusakan yang diakibatkan oleh banjir rob. Sepanjang tahun 2019 banjir rob sudah terjadi sebanyak sepuluh

kali di desa tersebut dan pada tahun 2020 banjir rob kembali terjadi berturut-turut hingga beberapa hari (Firmansyah, 2019).

Pada tanggal 11 Juli 2020 puluhan rumah rusak dan ratusan rumah terendam banjir rob (Popularitas.com, 2020). Adapun korban yang terdampak banjir rob tersebut di Desa Pasir adalah berjumlah 121 KK atau 512 jiwa (Muda, 2020). Kerugian juga ditafsir mencapai ratusan juta rupiah (Harianrakyataceh.com). Ketebalan pasir menimbun jalan di Desa Pasir diperkirakan mencapai 1 meter dan ketinggian ombak mencapai 2 meter (Firmansyah, 2019). Bahkan sebagian rumah warga sudah ada yang rusak total sehingga tidak dapat ditempati kembali (Bahri, 2020).

Berdasarkan observasi lapangan yang dilakukan penulis, sepanjang bibir pantai Desa Pasir sudah ada tanggul yang dibuat masyarakat sekitar yaitu karung berisikan pasir yang ditindih guna mengurangi amukan ombak saat pasang, namun usaha tersebut jelas tidak dapat menahan terjadinya banjir pasang surut tersebut. Dari pemerintah sendiri belum ada penanganan signifikan, pada Juli 2020 pemerintah daerah berinisiatif melakukan relokasi bagi korban banjir luapan tersebut namun sebelum proses perelokasian perlu adanya musyawarah sesama masyarakat Desa Pasir (Bahri, 2020).

Oleh sebab itu, meskipun petunjuk teknis penanggulangan bencana secara faktual dapat dipakai sebagai rujukan untuk membantu korban, tetapi yang menjadi persoalan adalah kurangnya komunikasi integratif diantara institusi pemerintah beserta sub-ordinat

kekuasaanya, lembaga swasta maupun masyarakat pada umumnya. Pola komunikasi yang mampu mendorong munculnya kesigapan semua pihak tidak bisa diabaikan. Dalam situasi bencana yang mendadak sulit untuk dikontrol, sejumlah pihak dengan klaim peduli bencana, seolah berhak memproduksi pesan sendiri tanpa pengorganisasian informasi yang berasal dari sumber terpercaya. Akibatnya muncul kesimpang siuran berita yang berpotensi mengganggu penerapan berbagai peraturan penanggulangan ataupun pemulihan bencana (Susanto, 2011).

Menurut Marfai (2008) penanganan banjir rob perlu dilakukan melalui kombinasi pendekatan struktural dan non-struktural. Fokus yang dibebankan hanya pada satu pendekatan saja telah terbukti tidak efektif menangani risiko banjir rob. Kebijakan berbasis bukti menjadi aspek penting dalam penanganan banjir rob. Di sisi lain meningkatkan kesiapsiagaan bencana di masyarakat merupakan dimensi yang perlu dikedepankan. Pendekatan kesiapsiagaan bencana berbasis masyarakat menjadi solusi dalam menyiapkan masyarakat secara efektif melakukan mitigasi dan respon saat banjir rob terjadi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah karakteristik individu berpengaruh terhadap kesiapsiagaan menghadapi banjir rob pada masyarakat Desa Pasir Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat? Dan Apakah keterdedahan informasi risiko bencana berpengaruh terhadap kesiapsiagaan menghadapi banjir rob pada masyarakat Desa

Pasir Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat?

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini ialah Untuk menganalisis apakah ada pengaruh karakteristik individu terhadap kesiapsiagaan menghadapi banjir rob pada masyarakat Desa Pasir Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh keterdedahan informasi risiko bencana terhadap kesiapsiagaan menghadapi banjir rob pada masyarakat Desa Pasir Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat.

Tinjauan Pustaka

Saat ini kajian terkait bencana sudah menarik perhatian banyak civitas akademika dan ilmuan mengenai eksistensi dan solusi dari bencana. Selain kajian, menghadapi bencana juga diperlukan sikap tanggap dan sigap dari setiap masyarakat tidak terkecuali media sebagai sumber informasi bagi khalayak.

Keterdedahan dikenal istilah *exposure* atau terpaan, terdedah berarti terekspos terhadap sesuatu (Saleh, 2012). Keterdedahan dapat juga diartikan sebagai kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suatu inovasi oleh individu atau kelompok melalui jaringan informasi dengan menggunakan media komunikasi yang ada (Bulu *et al.*, 2008). Secara singkat keterdedahan diartikan sebagai proses pada seseorang untuk mencari pesan yang dapat membantu mereka menentukan sikap (Rodman, 2006).

Keterdedahan informasi sudah mencakup

intensitas atau jenis media apa yang diikuti, frekuensi penggunaan media atau waktu yang digunakan dalam menggunakan media dan kualitas informasi dari media tersebut (Yanica, dalam Andrawati, 2016), sehingga masyarakat akan mencari informasi mengenai bencana secara terus menerus. Kualitas Informasi menurut Lippveld, Sauborn, & Bodart di dalam buku Bambang Hartono (2013:17) tergantung pada relevansi, kelengkapan, kebenaran, terukur, keakuratan, kejelasan, keluwesan dan ketetapan waktu, sehingga untuk mengetahui kualitas informasi bagus atau tidaknya terkait bencana harus meliputi hal-hal tersebut.

Komunikasi bencana salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap risiko bencana sebagai peningkatan kesiapsiagaan pada masyarakat. Komunikasi bencana adalah komunikasi yang dilakukan pada saat pra bencana, tanggap darurat dan pasca bencana dengan tujuan untuk meminimalisir korban jiwa dan penyelamatan harta benda. Informasi risiko bencana dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat sehingga dapat mempengaruhi kesiapsiagaan dalam menghadapi bencana.

Penelitian terkait dilakukan oleh Dwi Kurniawati & Suwito dari Universitas Kanjuruhan Malang mengenai pengaruh pengetahuan kebencanaan terhadap sikap kesiapsiagaan dalam menghadapi bencana pada mahasiswa program Studi Pendidikan Geografi Universitas Kanjuruhan Malang hasilnya menunjukkan ada pengaruh atau hubungan pengetahuan dengan perilaku

kesiapsiagaan terhadap bencana juga menunjukkan hubungan yang kuat dan berpola positif artinya semakin bertambah pengetahuan semakin tinggi perilaku kesiapsiagaannya (Kurniawati, 2019).

Penelitian terkait selanjutnya dilakukan oleh Putra Agina Widyaswara Suworo & Podo Yuwono STIKes Muhammadiyah Gombong Mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan masyarakat dalam mitigasi bencana alam tanah longsor hasilnya adalah umur memiliki hubungan dengan tingkat pengetahuan mitigasi bencana, yang berarti memiliki kekuatan korelasi yang kuat, kemudian jenis kelamin tidak memiliki hubungan dengan tingkat pengetahuan warga masyarakat tentang mitigasi bencana alam tanah longsor dengan nilai $r=0,787$, dan hasil selanjutnya pendidikan memiliki hubungan dengan tingkat pengetahuan warga masyarakat tentang mitigasi bencana alam tanah longsor (Suwaryo, 2017 : 307-309).

Kesiapsiagaan menurut Carter (1991) adalah tindakan-tindakan yang memungkinkan pemerintahan, organisasi, masyarakat, komunitas, dan individu untuk mampu menanggapi suatu situasi bencana secara cepat dan tepat guna. Kesiapsiagaan bertujuan Menurut IDEP (2007) yaitu: mengurangi ancaman dengan cara mengurangi kemungkinan terjadinya ancaman atau mengurangi akibat ancaman, mengurangi kerentanan masyarakat dengan cara mempersiapkan diri, sehingga bisa membantu masyarakat untuk melakukan tindakan yang tepat guna dan tepat waktu dan mengurangi akibat dimana masyarakat perlu mempunyai

persiapan agar cepat bertindak apabila terjadi bencana. Untuk meningkatkan kesiapsiagaan masyarakat maka perlu dilakukan langkah-langkah berikut (IDEP, 2007): Peningkatan pengetahuan masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan, sebagai salah satu sarana dari proses penanggulangan bencana jangka panjang. Dan Menumbuhkan sikap dan mental yang tangguh dalam menghadapi dampak bencana yang terjadi.

Metode

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel - variabel melalui pengujian hipotesa (Singarimbun, 1996). *Explanatory research* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan satu variabel dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2004). *Explanatory research* untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen yaitu pengaruh karakteristik individu dan keterdedahan informasi risiko bencana terhadap variabel dependen yaitu kesiapsiagaan menghadapi bencana banjir rob pada masyarakat Desa Pasir Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2003:14) penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka dan data kualitatif yang diangkakan.

Penelitian ini melibatkan 82 responden atau sampel yang di dapatkan dengan menggunakan

rumus slovin, dengan populasi 450 orang. pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai sampel. Pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling* yang merupakan teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi itu (Sugiyono, 2010: 82).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini 1) angket (kuisoner) untuk mengetahui pengaruh karakteristik dan keterdedahan informasi risiko bencana terhadap kesiapsiagaan masyarakat Desa Pasir dengan menggunakan skala likert, 2) observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung pada Desa Pasir yang menjadi langganan banjir rob. Ketika peneliti sudah memperoleh data, maka selanjutnya akan di olah melalui tahapan-tahapan editing, koding, *data entry*, dan intepretasi.

Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data dari penyebaran kuesioner yang bersumber pada responden yang berjumlah 82 orang masyarakat di Desa Pasir Kec. Johan Pahlawan Kab. Aceh Barat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku-buku, literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Hasil Dan Pembahasan

Karakteristik personal merupakan faktor

yang terdapat dalam diri individu yang dapat berpengaruh terhadap keinginan individu dalam mencari informasi risiko bencana. Stephen P. Robbins menyatakan karakteristik individu ada beberapa aspek yaitu usia, jenis kelamin, dan pendidikan.

keterdedahan diartikan sebagai proses pada seseorang untuk mencari pesan yang dapat membantu mereka menentukan sikap (Rodman,2006). Keterdedahan ini disini meliputi intensitas informasi, frekuensi penggunaan media dan kualitas informasi

Kesiapsiagaan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengantisipasi bencana melalui pengorganisasian serta melalui langkah yang tepat guna dan berdaya guna (Undang-Undang No. 24 Tahun 2007). Parameter ukuran kesiapsiagaan ditinjau pada ukuran utama yaitu pengetahuan dan sikap.

Dari 82 responden, bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 50% dan laki-laki juga 50%. Usia 15-24 tahun sebanyak 33%, 25- 34 tahun sebanyak 13 %,35-44 tahun sebanyak 24%, 45-54 tahun sebanyak 17 %, dan >55 tahun sebanyak 13%. Pendidikan akhir SD sebanyak 15%, SMP sebanyak 22%, SMA/SMK sebanyak 53%, Perguruan Tinggi sebanyak 9%, dan lainnya sebanyak 1%.

Jenis media komunikasi digunakan masyarakat Desa Pasir yang menggunakan media massa berjumlah 74%, jumlah responden yang menggunakan media sosial/internet sebanyak 24 %, dan jumlah responden yang menggunakan media komunikasi antar pribadi sebanyak 2%.

L a m a m a s y a r a k a t D e s a P a s i r

menggunakan/mengakses media <30 menit sebanyak 9%, 30-60 menit sebanyak 17%, 60-90 menit 11%, jumlah responden yang menggunakan media 90-120 menit sebanyak 7%, dan jumlah responden yang menggunakan media >120 menit sebanyak 56%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lama rata rata (dalam hari) responden menggunakan media yaitu >120 menit.

A. Karakteristik Individu

Bagian ini akan menjelaskan tentang bagaimana pengaruh karakteristik individu terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi banjir rob.

1. Jenis Kelamin

Tabel Uji Chi –Square Jenis Kelamin			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	36.784 ^a	28	.124
Likelihood Ratio	49.639	28	.007
Linear-by-Linear Association	2.413	1	.120
N of Valid Cases	82		

Sumber: SPSS

Dari hasil penelitian yang didapatkan melalui output SPSS yang telah disajikan di atas menunjukkan pengaruh jenis kelamin terhadap kesiapsiagaan masyarakat memiliki pengaruh positif. Nilai sig dari korelasi yang di dapat sebesar $0.007 < 0.05$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh antara jenis kelamin dan kesiapsiagaan

masyarakat. Dari nilai korelasi yang didapatkan mendapatkan hasil 0.124 yang menunjukkan bahwa pengaruh jenis kelamin terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob tergolong sangat lemah. Hasil penelitian ini terjadi karena meskipun jenis kelamin laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan fisiologis namun hal tersebut bukan menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi kesiapsiagaan seseorang dalam menghadapi bencana banjir rob.

Dalam menghadapi bencana dominan laki-laki lebih sigap dan tanggap menyelamatkan diri dan harta benda, sedangkan perempuan mayoritas memprioritaskan harta benda dan keluarga terlebih dahulu. Tidak bisa dipungkiri psikologi wanita sebagai seorang “ibu” memiliki tanggung jawab yang lebih menjaga anak-anaknya, Suzie pakar UGM juga menyebutkan bahwa bencana memiliki dampak yang berbeda antara laki-laki dan perempuan (www.ugm.ac.id, 2022). Hal tersebut juga terlihat saat Tsunami Aceh 2004 korban paling signifikan ialah perempuan.

Penelitian terkait adalah yang dilakukan oleh Laila Fitriana, Suroto, & Bina Kurniawan tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan upaya kesiapsiagaan karyawan bagian produksi dalam menghadapi bahaya kebakaran di PT Sandang Asia Maju Abadi hasilnya adalah tidak ada hubungan dan pengaruh jenis kelamin terhadap upaya kesiapsiagaan (Fitriana *et al.*, 2017). Nugroho, Kristino, Andra, Dkk mengatakan bahwa jenis kelamin merupakan sesuatu yang bersifat permanen dan tidak bisa

dijadikan sebagai alat analisi untuk memprediksi realitas kehidupan.

2. Usia

Tabel Uji Chi –Square Usia			
		usia	Y
usia	Pearson Correlation	1	.325**
	Sig. (2-tailed)		.003
	N	82	82
y	Pearson Correlation	.325*	1
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	82	82

Sumber: SPSS

Dari hasil penelitian yang didapatkan melalui output SPSS yang telah disajikan di atas menunjukkan pengaruh usia terhadap kesiapsiagaan masyarakat memiliki pengaruh positif. Nilai sig dari korelasi yang di dapat sebesar $0.003 < 0.05$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh antara usia dan kesiapsiagaan masyarakat. Dari nilai korelasi yang didapatkan mendapatkan hasil 0.325 yang menunjukkan bahwa pengaruh usia terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob tergolong lemah. Penelitian terkait adalah yang dilakukan oleh Laila Fitriana, Suroto, & Bina Kurniawan tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan upaya kesiapsiagaan karyawan bagian produksi dalam menghadapi bahaya kebakaran di PT Sandang Asia Maju Abadi hasilnya adalah tidak ada hubungan dan pengaruh usia terhadap upaya kesiapsiagaan, karena adanya faktor lain seperti pengetahuan, ketersediaan fasilitas sarana dan prasarana, pelatihan dan pengawasan (Fitriana *et al.*, 2017).

Hal tersebut mengindikasikan bahwa, semua jenis usia dalam menghadapi bencana kesiapsiagaannya hampir sama karena disaat keadaan dimana dirinya mulai merasa terancam bencana semua akan timbul kesiapsiagaannya menghadapi bencana tersebut. Dan juga seiring bertambahnya usia pengetahuan terkait risiko bencana akan bertambah, sejalan dengan pendapat Hurlock usia dewasa awal merupakan periode penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru, usia dewasa dikenal dengan masa kreatif dimana individu menyesuaikan diri pada situasi baru. Hal ini berarti masyarakat yang berusia muda cenderung belum optimal kesiapsiagaannya menghadapi bencana banjir rob.

3. Pendidikan

Tabel Uji Chi –Square Pendidikan			
		Pendidikan	Y
Pendidikan	Pearson Correlation	1	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	82	82
Y	Pearson Correlation	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	82	82

Sumber: SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh memiliki kecenderungan bahwa semakin kuat tingkat pendidikan yang dimiliki oleh responden maka akan semakin tinggi tingkat kesiapsiagaan responden dalam

menghadapi bencana. Hal ini disebabkan karena yang berpendidikan akhir tinggi pengetahuan dan sikap kesiapsiagaannya akan tinggi. Akan tetapi faktanya, semua tingkat pendidikan mempunyai kesiapsiagaan menghadapi bencana banjir rob.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa output SPSS yang telah disajikan menunjukkan pengaruh jenis pendidikan terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob berpengaruh positif. Nilai sig dari korelasi nya sebesar $0.000 > 0,05$, maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh antara tingkat pendidikan dan kesiapsiagaan masyarakat. Untuk nilai korelasi yang didapatkan sebesar 0,793 yang berarti pengaruh antara tingkat pendidikan terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob tergolong kuat. Karena masyarakat yang berpendidikan akhir tinggi akan memiliki pengetahuan yang lebih terkait risiko bencana sehingga meningkatkan sikap kesiapsiagaannya, begitu juga sebaliknya masyarakat yang berpendidikan akhir rendah pengetahuan terkait risiko bencana kurang dan minim sikap kesiapsiagaannya.

Penelitian ini sejalan dengan Setyaningrum *et al.* (2020) tentang pengaruh pendidikan bencana gempa bumi dan tsunami terhadap tingkat kesiapsiagaan pada siswa hasilnya menunjukkan ada pengaruh pendidikan bencana gempa bumi dan tsunami terhadap tingkat kesiapsiagaan pada siswa SD Jigudan, Pandak, Bantul Yogyakarta.

B. Keterdedahan Informasi Risiko Bencana

Bagian ini akan menjelaskan tentang bagaimana pengaruh keterdedahan informasi risiko bencana terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi banjir rob.

1. Intensitas Penggunaan Media

Tabel Korelasi Person Intensitas Penggunaan Media			
		x2.1	y
x 2 .	Pearson	1	.527*
	Correlation		*
	Sig. (2-tailed)		.000
1	N	82	82
	Pearson	.527**	1
	Correlation		
Y	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	82	82
	Sumber: SPSS		

Dari hasil penelitian diketahui output SPSS yang telah disajikan menunjukkan pengaruh intensitas penggunaan media terhadap kesiapsiagaan masyarakat memiliki pengaruh positif. Nilai sig dari korelasinya sebesar $0.000 < 0.05$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh antara intensitas penggunaan media terhadap kesiapsiagaan masyarakat.

Nilai koefisien korelasi yang didapatkan sebesar 0,527 yang berarti pengaruh antara intensitas penggunaan media terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob tergolong cukup kuat, dan positif yang menandakan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media, maka akan semakin berpengaruh tinggi terhadap tingkat

kesiapsiagaannya. Dan sebaliknya, jika intensitas penggunaan medianya rendah maka akan semakin rendah pula pengaruh kesiapsiagaannya.

Walaupun intensitas penggunaan media yang dilakukan sudah valid dan reliabel untuk korelasi yang di dapatkan masih tergolong cukup. Hal tersebut terjadi karena kemungkinan adanya faktor lain yang dapat membuat kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob menjadi sangat kuat. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Cut Husna tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapsiagaan bencana di RSUDZA Banda Aceh yaitu terdapat faktor Pengetahuan terhadap risiko bencana, sikap terhadap risiko bencana, kebijakan dan panduan, rencana untuk keadaan darurat bencana, sistem peringatan bencana (Husna, 2012).

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa, kuat atau lemahnya intensitas penggunaan media akan selalu berpengaruh terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob. Jika intensitas penggunaan medianya tinggi, maka akan semakin berpengaruh kuat pada kesiapsiagaannya, begitu juga sebaliknya jika intensitas penggunaan media rendah semakin rendah pula pengaruhnya terhadap kesiapsiagaannya. Intensitas penggunaan media akan berpengaruh sangat kuat apabila dioptimalkan dengan sumber media yang dapat dipercaya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Irsam Yulianto yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara penggunaan media

terhadap tingkat kesiapsiagaan siswa SMP Negeri 1 Gatak dalam menghadapi bencana (Yulianto, 2013).

2. Frekuensi Penggunaan Media

Dari hasil penelitian diketahui output SPSS yang telah disajikan menunjukkan pengaruh frekuensi penggunaan media terhadap kesiapsiagaan masyarakat memiliki pengaruh positif. Nilai sig dari korelasinya sebesar $0.039 < 0.05$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh antara frekuensi penggunaan media terhadap kesiapsiagaan masyarakat.

Nilai koefisien korelasi yang didapatkan sebesar $0,228$ yang berarti pengaruh antara frekuensi penggunaan media terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob tergolong lemah, dan positif yang menandakan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan media, maka akan semakin berpengaruh tinggi terhadap tingkat kesiapsiagaannya. Dan sebaliknya, jika frekuensi penggunaan mediana rendah maka akan semakin rendah pula pengaruh kesiapsiagaannya.

Walaupun frekuensi penggunaan media yang dilakukan sudah valid dan reliabel untuk korelasi yang di dapatkan masih tergolong lemah. Hal tersebut terjadi karena masyarakat Desa Pasir menggunakan media informasi dan komunikasi hanya pada waktu tertentu atau pada saat di perlukan saja yaitu pada saat merasa membutuhkan informasi risiko bencana terkait banjir rob. Frekuensi penggunaan media pada masyarakat tidak tetap, maknanya tidak ada pengaturan waktu kapan masyarakat

akan menggunakan media dan penggunaan media juga berdasarkan kebutuhan dan keperluan saja (Gumilar, Zulfan, 2014).

3. Kualitas Informasi

Tabel Korelasi Person kualitas informasi			
		x2.3	y
x2.3	Pearson Correlation	1	.704**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	82	82
Y	Pearson Correlation	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	82	82

Sumber: SPSS

Hasil penelitian diketahui output SPSS menunjukkan pengaruh kualitas informasi terhadap kesiapsiagaan masyarakat berpengaruh positif. Nilai sig dari korelasinya sebesar $0.000 < 0.05$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh antara kualitas informasi terhadap kesiapsiagaan masyarakat.

Nilai koefisien korelasi yang didapatkan sebesar $0,704$ yang berarti pengaruh antara kualitas informasi terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob tergolong kuat, dan positif yang menandakan bahwa semakin tinggi kualitas informasi akan semakin berpengaruh tinggi terhadap tingkat kesiapsiagaannya. Dan sebaliknya, jika kualitas informasi rendah maka akan semakin rendah pula pengaruh kesiapsiagaannya.

Walaupun kualitas informasi yang dilakukan sudah valid dan reliabel untuk tingkat korelasi yang di dapatkan masih tergolong kuat. Hal tersebut terjadi karena kemungkinan adanya faktor lain yang dapat membuat

kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob akan sangat kuat. Faktor lainnya yaitu berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya *et al.* (2019) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapsiagaan bencana gempa bumi pada lansia di posyandu Puntodewo Tanjungsari Surabaya hasilnya adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kesiapsiagaan yaitu faktor tingkat pendidikan dan faktor pengalaman.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa, kuat atau lemahnya kualitas informasi akan selalu berpengaruh terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob. Kualitas informasi dikatakan kuat jika mencakup tiga hal yaitu akurat, tepat pada waktunya dan relevan (Jogiyanto, 2005:10). Jika kualitas informasinya tinggi, maka akan semakin berpengaruh kuat pada kesiapsiagaannya, begitu juga sebaliknya jika kualitas informasi semakin rendah maka rendah pula pengaruhnya terhadap kesiapsiagaannya. Kualitas informasi akan berpengaruh sangat kuat apabila dioptimalkan dengan sumber informasi yang dapat dipercaya, akurat, lengkap dan mudah difahami (Hartono, 2013).

C. Analisis Hubungan Antar Variabel

1. Analisis Hubungan Karakteristik Individu (X₁) dengan Kesiapsiagaan Masyarakat

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan positif antara variabel karakteristik individu dengan kesiapsiagaan masyarakat.

Tabel T analisis						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	30.544	6.059		5.041	.000
	x1	1.434	.644	.210	2.226	.029
	x2	.356	.069	.486	5.139	.000

Sumber: SPSS

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien karakteristik adalah 2.226 sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 80$. Hasil ini didapat dari rumus $df = n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel (80) – 2 sehingga didapat t_{tabel} adalah 1.990. Variabel karakteristik individu memiliki nilai $p-value$ sebesar $0,029 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,226 > 1.990$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel karakteristik individu secara parsial berpengaruh terhadap kesiapsiagaan menghadapi bencana banjir rob pada masyarakat Desa Pasir Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

2. Analisis Hubungan Keterdedahan Informasi Risiko Bencana (X₂) dengan Kesiapsiagaan Masyarakat

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan positif antara variabel keterdedahan informasi risiko bencana dengan kesiapsiagaan masyarakat.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	30.544	6.059		5.041	.000
	x1	1.434	.644	.210	2.226	.029
	x2	.356	.069	.486	5.139	.000

Sumber: SPSS

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien karakteristik adalah 5.139 sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 80$. Hasil ini didapat dari rumus $df = n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel (80) – 2 sehingga didapat t_{tabel} adalah 1.990. Variabel keterdedahan informasi risiko bencana memiliki nilai $p-value$ sebesar $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,139 > 1.990$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keterdedahan informasi risiko bencana secara parsial berpengaruh terhadap kesiapsiagaan menghadapi bencana banjir rob pada masyarakat Desa Pasir Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

3. Analisis Hubungan Antara Karakteristik Individu (X_1) dan Keterdedahan Informasi Risiko Bencana (X_2) dengan Kesiapsiagaan Masyarakat (Y)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	2706.059	2	1353.030	18.116	.000b
	Residual	5900.392	79	74.689		
	Total	8606.451	81			

Tabel *Anova* diatas menjelaskan bahwa hasil uji F menghasilkan F_{hitung} sebesar 18.116. Sementara itu nilai pada tabel distribusi nilai sebesar 18.116 dan nilai F_{tabel} 3,111 dengan signifikansi yaitu $0.000 < \text{taraf signifikan } 0.05$. Oleh karena nilai $F_{hitung} (18.116) > \text{nilai } F_{tabel} (3,111)$ maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen karakteristik individu dan keterdedahan informasi risiko bencana memberikan pengaruh yang besar terhadap variabel dependen kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana secara signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti karakteristik individu dan keterdedahan informasi risiko bencana berpengaruh secara bersama-sama terhadap kesiapsiagaan menghadapi bencana banjir rob pada masyarakat Desa Pasir Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

Kesimpulan

Dari seluruh uraian pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik Individu memiliki pengaruh terhadap kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob. Mulai dari jenis kelamin,

usia dan tingkat pendidikan dapat berpengaruh terhadap kesiapsiagaan.

2. Keterdedahan informasi risiko bencana yang berpengaruh terhadap kesiapsiagaan menghadapi bencana banjir rob adalah intensitas penggunaan media, frekuensi penggunaan media, dan kualitas informasi. Keterdedahan informasi risiko bencana terhadap kesiapsiagaan menghadapi bencana tergolong cukup kuat. Semakin kuat pengaruh keterdedahan informasi risiko bencana maka akan semakin kuat dan tinggi kesiapsiagaannya, untuk membuat pengaruh kesiapsiagaan menghadapi bencana banjir rob menjadi sangat kuat, diperlukan indikator lain sebagai penguat.

3. Kedua variabel independen karakteristik individu dan keterdedahan informasi risiko bencana memiliki pengaruh terhadap variabel dependen kesiapsiagaan masyarakat menghadapi bencana banjir rob secara signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti karakteristik individu dan keterdedahan informasi risiko bencana berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kesiapsiagaan menghadapi bencana banjir rob pada masyarakat Desa Pasir Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

Daftar Pustaka

- Adhikari, U. (2015). Climate change and eastern Africa: a review of impact on major crops. *Food and Energy Security*, 4(2), 110-132.
- Andarwati, I. (2016). Citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram pada siswa kelas XI SMA N 9 Yogyakarta. *E-Jurnal bimbingan dan konseling* Vol 3: 1-12.
- Bahri, S. (2020, Juli 14). Rumah Warga Penuh Material Pasir, Korban Banjir Di Gampong Pasir Butuh Bantuan Tenaga Kebersihan. Diambil Kembali dari <https://aceh.tribunnews.com/2020/07/14/rumah-warga-penuh-material-pasirkorban-banjir-rob-di-gampong-pasir-butuh-bantuan-tenaga-kebersihan>.
- Bahri, S. (2020, Juli 15). Keuchik Berharap Semua Warga Setuju Direlokasi, Dampak Banjir Rob Di Meulaboh. <https://aceh.tribunnews.com/amp/2020/07/15/keuchik-berharap-semua-warga-setuju-direlokasi-dampak-banjir-rob-di-meulaboh>.
- Bulu, Yohanes G, Hariadi et al. (2009). Pengaruh Modal Sosial dan Keterdedahan Informasi Inovasi Terhadap Tingkat Adopsi Inovasi Jagung di Kabupaten Lombok Timur, NTT. *J. Agro Ekonomi*, 1, p . 1 - 20 . DOI.<https://dx.doi.org/10.21082/jae.v27n1.2009.1-21>
- Carter, Nick. (1991). *Disaster management: A Disaster Manager's Handbook*. Manila
- Deutsch, C. A. (2018). Increase in crop losses to insect pests in a warming climate. *Science*, 361(6405), 916-919.
- Djalante, Riyanti. (2018). A systematic literature review of research trends and authorships on natural hazards,

- disasters, risk reduction and climate change in Indonesia. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 18(6), 1785-1810.
- Djalante, Riyanti., Jupesta, Jupesta., & Aldrian, Edwin. (2021). *Climate Change Research, Policy, and Actions in Indonesia: Science, Adaptation, and Mitigation*. Springer Climate.
- Firmansyah, A. (2019, Juli 16). Aceh Barat Langganan Banjir rob, warga butuh tanggul kokoh. <https://modusaceh.co/news/aceh-barat-langganan-banjir-rob-warga-butuh-tanggul-kokoh/index.html>.
- Fitriana, L., Suroto, S., & Kurniawan, B. (2017). Faktor-faktor yang berhubungan dengan upaya kesiapsiagaan karyawan bagian produksi dalam menghadapi bahaya kebakaran di PT Sandang Asia Maju Abadi. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (Undip)*, 5(3), 295-307.
- Gumilar, Sachroni (2014). *Sitem Informasi Akademik Pada Paud Nur Insani Surabaya Berbasis Web*. Skripsi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. <http://eprints.upnjatim.ac.id/6300/1/file1.pdf>
- Harianrakyataceh.com. (2020, Juli 12). Gampong Pasir Rutin Banjir Rob, Ramli MS berikan Solusi. <https://harianrakyataceh.com/2020/07/12/gampong-pasir-rutin-banjir-rob-ramli-ms-berikan-solusi/>.
- Hartono, B. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Rhineka Cipta.
- Haryanto, M. A. (2022, Mei 31). Dampak Banjir Rob di Pelabuhan Tanjung Emas Semarang, Kerugian Kontainer Rp600 Miliar. <https://radarsemarang.jawapos.com/berita/jateng/semarang/2022/05/31/dampak-banjir-rob-di-pelabuhan-tanjung-emas-semarang-kerugian-kontainer-rp-600-miliar/>
- Haryanto, H. C., & Prahara, S. A. (2019). Perubahan Iklim, Siapa Yang Bertanggung Jawab?. *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 21(2), 50-61.
- Husna, C. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapsiagaan bencana di RSUDZA. *Idea Nursing Journal*, 3(2).
- IDEP, (2007). *Panduan Umum Penanggulangan Bencana Berbasis Masyarakat Edisi 2*. Yayasan IDEP.
- Jogiyanto H. M. (2005). *Analisis & Design Sistem Informasi, Pendekatan Terstruktur, Teori & Aplikasi Bisnis, Edisi Ketiga*. Penerbit Andi.
- Kasa, I. W. (2019). Pemanasan Global Sebagai Akibat Ulah Manusia di Planet Bumi. *Simbiosis*, 7(1), 29-33.
- Kurniawati, D. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kebencanaan Terhadap Sikap Kesiapsiagaan Dalam Menghadapi Bencana Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Kanjuruhan Malang. *JPIG (Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Geografi)*, 2(2).
- Lahur, M. F. (2022, Mei 24). Prediksi BMKG: Banjir Rob Ancam 17 Provinsi di

- Indonesia Hingga 25 Mei 2022. <https://nasional.tempo.co/read/1594495/prediksi-bmkg-banjir-rob-ancam-17-provinsi-di-indonesia-hingga-25-mei-2022>.
- Marfai, M. A., & King, L. (2008). Coastal flood management in Semarang, Indonesia. *Environmentalgeology*, 55, 1507-1518.
- Marfai, M.A. (2014). Dampak Bencana Banjir Pesisir dan Adaptasi Masyarakat terhadapnya di Kabupaten Pekalongan. Makalah dalam Pekan Ilmiah Tahunan Ikatan Geograf Indonesia (PIT IGI). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Marfai, M. A., Cahyadi, A., Kasbullah, A. A., Hudaya, L. A., & Tarigan, D. R. (2015). Pemetaan Partisipatif Untuk Estimasi Kerugian akibat Banjir Rob di Kabupaten Pekalongan. Dalam Prosiding Seminar Nasional Geografi UMS 2015.
- Muda, D. (2020, Juli 12). Puluhan Rumah Warga Aceh Barat Rusak Diterjang Banjir Rob. <https://www.ajnn.net/news/puluhan-rumah-warga-aceh-barat-rusak-diterjang-banjir-rob/amp.html>
- Perdinan, P., Atmaja, T., Adi, R. F., & Estiningtyas, W. (2018). Adaptasi perubahan iklim dan ketahanan pangan: telaah inisiatif dan kebijakan. *Jurnal Hukum Lingkungan Indonesia*, 5(1), 60-87.
- Popularitas.com. (2020, Juli 11). Banjir Rob Rusak 42 Unit Rumah Di Meulaboh. <https://popularitas.com/berita/banjir-rob-rusak-42-unit-rumah-di-meulaboh/>
- Rahman, M. I. U. (2013). Climate change: A theoretical review. *Interdisciplinary Description of Complex Systems: INDECS*, 11(1), 1-13.
- Rodman, G. (2006). *Mass Media in Changing World*. First Edition. Mc Graw and Hill Inc.
- Setyaningrum, N., Hartiningsih, S. N., & Sari, D. N. A. (2021). Pengaruh Pendidikan Bencana Gempa Bumi dan Tsunami terhadap Tingkat Kesiapsiagaan pada Kepala Keluarga. *Jurnal Keperawatan*, 13(1), 245-250.
- Singarimbun, M. (1996). *Metode Penelitian Survei*. Bhratara.
- Song, X. P., Hansen, M. C., Stehman, S. V., Potapov, P. V., Tyukavina, A., Vermote, E. F., & Townshend, J. R. (2018). Global land change from 1982 to 2016. *Nature*, 560(7720), 639-643.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, E. H. (2011). *Komunikasi Bencana*. Mata Padi Pressindo.
- Suwaryo, P. A. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan masyarakat dalam mitigasi bencana alam tanah longsor. Dalam *Proceeding 6th University Research Colloquium*, 305-314.
- Wahyuni, H. (2021). Dampak deforestasi hutan skala besar terhadap pemanasan global di Indonesia. *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 148-162.
- Wallace-Wells, D. (2019). *Bumi yang Tak Dapat Dihuni*. Gramedia Pustaka Utama.

- Wijaya S.A, Wulandari Yuanita & Lestari R.I (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesiapsiagaan Bencana Gempa Bumi Pada Lansia Di Posyandu Puntodewo Tanjungsari Surabaya. Jurnal Keperawatan Muhammadiyah.
- Williams, A. P. (2019). Observed impacts of anthropogenic climate change on wildfire in California. *Earth's Future*, 7(8), 892-910.
- Yahya, S. M. (2019). Impacts of sea level rise and river discharge on the hydrodynamics characteristics of Jakarta Bay (Indonesia). *Water*, 11(7), 1384.
- Yulianto, M (2013). Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Terhadap Kesiapsiagaan Siswa Dalam Menghadapi Bencana Banjir Dan Gempa Bumi Di SMP Negeri 1 Gatak. Dalam Skripsi Pendidikan Geografi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta. http://eprints.ums.ac.id/26426/1/03._HALAMAN_DEPAN.pdf

Fantasy Premier League: Game dan Pergeseran Budaya Fans Sepakbola di Era Digital

Irham Nur Anshari

| Dosen Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada
email: irham.nur.anshari@ugm.ac.id

Faridhian Anshari

| Dosen Universitas Pancasila
email: faridhian@univpancasila.ac.id

ABSTRACT

The development of digital or online media has more or less changed the culture of football fans. Fantasy Premier League (FPL) is a fantasy sports-based game that provides space for fans to simulate being a team manager and managing players who are representatives of top division English Premier League (EPL) real footballers. This research answers the question: What is the role of the FPL game in changing the fan culture, especially the culture of supporting football clubs and players in the digital era? And how does the football fans culture change in the context of supporting their favorite football clubs and players? Using a case study, research conducted a data collection by interviewing six FPL player informants. This research underlines that the feature of FPL, mini league, allows FPL to become a game that is played by a community. The new cultural shift that emerged is how fans no longer just support football clubs, but also support each player according to what they put in the FPL, even if it's against the real club they support. By examining the practice of playing FPL, this research argues that digital fans are not merely the digital version of stadium and television football fans. Moreover, digital games can initiate the new football fan culture with its own characteristics.

Keywords: Fan, Football, Digital Game, Fantasy Game, Premier League

Pendahuluan

Perkembangan media digital ataupun online sedikit banyak telah merubah budaya besar bagi fans atau suporter sepakbola. Fans tidak lagi sebatas suporter di sisi lapangan atau di depan televisi, tetapi juga terlihat dalam praktik-praktik bermain game online/ digital. Keberadaan liga Inggris yang populer di kalangan fans sepakbola dunia serta berprospek cemerlang dalam sisi profit, melahirkan sebuah game digital bernama *Fantasy Premier League* (FPL). FPL merupakan salah satu game berbasis *fantasy sport* yang memberikan ruang pada fans untuk bersimulasi menjadi manajer sebuah tim

dan mengelola pemain-pemain yang merupakan representasi dari pesepakbola Liga Inggris di dunia nyata.

Menurut Sam Walker (2006) dalam *Fantasyland: A Sportwiter's Obsessive Bid to Win the World's Most Ruthless Fantasy Baseball League*, permainan digital dengan konsep fantasi yang mengandalkan khayalan dari pemain untuk menjadi manajer dalam pertandingan olahraga sudah ada semenjak tahun 1960 yang mengedepankan olahraga golf sebagai subjek permainan, namun permainan yang dijalankan masih melalui kotak pembaca

dalam surat kabar terbitan Amerika Serikat. Permainan fantasi sepakbola juga mulai digemari pada tahun 1990 di Inggris, namun dengan konsep yang sama melalui majalah dan pembaca menghitung kemungkinan kemenangan dalam setiap permainannya sendiri. Semenjak kelahiran internet, permainan digital dengan konsep sepakbola mulai merebak, dan menjadikan *Fantasy Premier League* sebagai permainan digital pertama sepakbola yang dapat dimainkan secara online terhitung pada musim 2002/2003 (allaboutfpl.com).

Permainan sepakbola digital seperti FPL jelas menyasar fans digital sebagai pemain dalam permainan online yang kelak dapat menghasilkan profit besar. Permainan dengan konsep online seperti FPL menuntut pemainnya untuk mengunduh aplikasi di perangkat lunak dan memainkannya secara berkelanjutan setiap pekan, seiring dengan jadwal pertandingan Liga Inggris yang sudah terdata setiap awal musim yang dimulai pada bulan Agustus. Perbedaan FPL dengan beragam game fantasi seperti *Football Manager* (1996), *Fantasy Football* (1998), hingga *Championship Manager* (2001) adalah pola permainan yang berlandaskan pada pemilihan pemain sebagai individu di dunia nyata dalam memperoleh poin. FPL berfokus pada permainan strategi dengan landasan pemilihan sebelas pemain (*starting eleven*) yang dapat berasal dari klub Liga Inggris yang berbeda.

Dalam sebuah formasi *starting eleven* yang dirancang, pemain game FPL tidak hanya mengandalkan satu nama pemain pilihannya,

namun turut mengandalkan kesebelas pemain yang dipilih untuk mencetak gol, menciptakan *assist*, atau sekedar bermain sebagai starter dalam pertandingan. Keunggulan lain yang menjadikan FPL sebagai terobosan dalam dunia permainan sepakbola adalah konsep waktu yang paralel dengan dunia nyata, dalam artian sebelas pemain yang dipilih oleh pemain game FPL, haruslah juga dipilih oleh manajer klub sepakbola pada pertandingan sepakbola di dunia nyata.

Adanya unsur bertaruh yang dialami oleh pemain FPL akan pilihannya setiap minggu juga menciptakan fenomena tersendiri. Proses bertaruh yang dimaksud dalam permainan ini adalah pertarungan untuk memilih pemain yang berujung kepada pendapatan poin yang menunjang nilai pemain dalam liga antar pemain yang dibuat sendiri, maupun peringkat yang tersedia dalam aplikasi permainan FPL. Bertaruh (atau *gambling*) dalam ranah sepakbola bukanlah hal asing, bahkan perspektif bertaruh juga dapat meningkat menjadi berjudi jika ada uang yang dipermainkan sebagai taruhan, dan dalam era digital pertarungan hingga perjudian dalam ranah sepakbola menjadi semakin mudah dan sulit untuk dikendalikan karena regulasi dan kebijakan yang berbeda dengan dunia nyata (Sanctis, 2014).

Pertarungan dan perjudian dalam sepakbola juga berkembang dalam ranah digital yang melibatkan permainan di dunia nyata maupun dunia maya. David Carter dalam *Money Games* (2011) mengungkapkan bahwa perjudian dalam permainan online sepakbola

hampir sama besarnya dengan perjudian sepakbola yang terjadi secara nyata dalam setiap pertandingan yang digelar. Carter juga mengungkapkan bahwa karakter fans sepakbola baik itu yang mendukung dari dunia nyata maupun dunia maya merupakan sumber pendapatan utama dari industri perjudian sepakbola yang juga termasuk dalam ranah bisnis olahraga.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan, maka peneliti meramu rumusan masalah yang mengacu pada lahirnya pergeseran budaya mendukung pemain atau klub sepakbola yang diidolakan oleh fans di era digital. Keberadaan *Fantasy Premier League* (FPL) sebagai game sepakbola digital berbasis fantasi menjadi manajer melahirkan bentuk dukungan yang berbeda dalam konteks fans sebagai sebuah *fandom*. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian berupa:

1. Bagaimana peran game *Fantasy Premier League* (FPL) dalam mengubah kultur fans dalam mendukung klub sepakbola di era digital?
2. Bagaimana bentuk perubahan kultur fans sepakbola yang bermain *Fantasy Premier League* dalam kegiatan mendukung klub sepakbola idolanya?

Tinjauan Pustaka

1. Fans dan Fanatisme Suporter Sepakbola Kajian komunikasi/ resepsi dalam ilmu komunikasi tidak sebatas kajian pada audiens produk media seperti penonton film atau

pendengar musik. Kajian audiens berkembang dengan kajian terhadap fan sejak 1992, yang ditandai dengan publikasi-publikasi yang menggunakan term-term seperti: *Fans*, *Fandom*, hingga *Fan Culture*. Definisi “fan” terus berkembang dengan menitikberatkan perbedaan antara fans dan konsumen umum (Click & Scott, 2018). Fans tidak hanya ditemui pada konsumen produk termediasi, namun juga pertunjukan tidak termediasi seperti pertunjukan olahraga. Seiring perkembangan tayangan olahraga yang termediasi (seperti di televisi ataupun dalam game), suporter seorang atlet atau kelompok olahraga tertentu dapat dikategorikan sebagai fans. Suporter sepakbola salah satunya adalah subjek penting yang banyak dikaji dalam kajian fans.

Fanatisme yang berlebihan adalah salah satu karakteristik yang muncul dari fans. Dalam ranah sepakbola, fanatisme seringkali diidentikkan dengan dampak negatif yang menghinggapi para penikmat maupun pendukung. Publik juga kerap memberikan cap buruk terhadap suporter fanatik yang terkesan brutal dan tidak dapat diatur, sehingga melahirkan pandangan negatif yang terlanjur melekat dan bertahan di benak publik (Maguire, 2014). Citra yang dibangun oleh pandangan publik, berangkat dari sifat anarkis milik *Hooligans* asal Inggris yang meluas di era 90an (Coakley, 2014), maupun sifat *rebel* dari suporter lokal seperti Bonek, Jakmania, maupun Bobotoh yang masih bertahan hingga saat ini (Sutton, 2017).

Pandangan negatif yang sudah terlanjur melekat, sebenarnya dapat diimbangi dengan

ragam efek positif yang dapat diciptakan dari fanatisme yang merupakan salah satu bentuk cinta berlebih terhadap unit yang didukung. Jika sudut pandang diarahkan kepada industri olahraga, maka fanatisme dapat menghasilkan profit tersendiri terhadap pergerakan bisnis industri (Garcia & Zheng, 2017), seperti pembelian *merchandise* tim hingga pembelian tiket terusan pertandingan yang mendukung keberadaan tim yang dibela. Sifat rela melakukan apapun demi tim kesayangan tidak luput dari salah satu kultur fanatisme, yakni *"never want to feel left behind"* yang dapat diartikan keinginan menjadi yang terdepan dalam segala hal untuk tim idola (Piskurek, 2018).

Fanatisme yang melekat pada sifat pendukung sepakbola, dapat dikategorikan menjadi tiga posisi yang berbeda. Ada perbedaan yang cukup mencolok dalam sisi fanatisme jika mengaca pada posisi suporter, fans, maupun spektator. Sebagai seorang penonton yang tidak memiliki hasrat berlebih kepada tim yang dilihatnya, spektator tidak dapat dikatakan memiliki sisi fanatisme seperti yang melekat pada sifat alamiah fans dan suporter (Syahputra, 2016). Fans lebih sering diidentikkan sebagai pihak yang menggemari dan mengidolakan sebuah tim sepakbola namun jarang menikmati pertandingan dan melihat tim kesayangannya secara langsung, berbeda dengan sifat suporter yang selalu hadir dalam perhelatan pertandingan yang melibatkan tim kesayangan (Giulianotti, 2015).

2. Budaya Fans Sepakbola Online/ Digital

Karakter baru fans sepakbola yang muncul ke permukaan karena pergeseran budaya serta teknologi adalah lahirnya fans digital. Paul Booth (2010) menganggap fans digital yang mulai marak semenjak tahun 2005 didukung oleh kehadiran internet serta keberadaan sosial media yang menjadi alat utama untuk menyalurkan dukungan fans digital. Perbedaan signifikan yang terlihat adalah ragam bentuk dukungan yang tersaji dalam konteks teks, audio, video, hingga kombinasi ketiganya yang diberikan secara masif dan mengalir terus menerus (Geraghty, 2015). Derasnya aliran dukungan oleh fans digital juga dipengaruhi oleh keberadaan sosial media sebagai wadah dan platform untuk menyalurkan dukungan. Kelahiran akun sosial media yang dibuat dan dimiliki secara resmi oleh tim sepakbola, juga turut menciptakan lonjakan dukungan yang terbagi dalam tiga periode waktu berbeda (Watkins, 2018) yakni sebelum tim atau klub sepakbola bertanding, ketika pertandingan sedang berlangsung, maupun ketika pertandingan sudah usai.

Keberadaan fans digital juga menciptakan sisi negatif yang lahir dari keterbukaan akses komunikasi luas serta bentuk dukungan yang dapat ditanggapi berbeda oleh fans dari tim yang yang bermusuhan. Lahirnya tawaran virtual (Anshari, 2017) menjadi salah satu bentuk keberadaan fans digital yang seharusnya dapat dihindari dalam lingkup eksternal, dalam artian hubungan dengan fans lain. Persaingan di antara tim yang dibela di dunia nyata berlanjut dan bertebaran di dunia maya lewat serangan kata-kata, video caci maki,

hingga sindiran yang mengandung unsur sosial *bullying*. Kekalahan tim dalam sebuah pertandingan dapat melahirkan serangan masif dari fans yang tidak dapat dibendung, dan dapat menjalar ke beragam platform media yang dimiliki oleh tim (Booth, 2015). Layaknya dua mata pisau, penutupan akses ke seluruh platform untuk fans digital yang sedang marah se usai pertandingan tidak dapat dilakukan, karena hal tersebut dapat berimbas kepada kuantitas dukungan yang diberikan.

Kultur baru yang menciptakan ragam karakteristik fans digital, dengan cepat dimanfaatkan oleh industri olahraga sepakbola dengan cara memanipulasi pergerakan fans digital menjadi bentuk profit yang menguntungkan untuk bisnis (Geraghty, 2015). Dalam *Exploiting Fandom* (2019), Mel Stanfill menjelaskan bahwa fans digital sepakbola dianalogikan sebagai pekerja untuk tiga kategori yang berbeda: pekerja cinta dalam artian bentuk dukungan yang beragam, pekerja untuk eksploitasi kebencian jika ada kekalahan ataupun perselisihan antar tim, maupun pekerja untuk melahirkan persetujuan terkait sebuah keputusan terkait hasil pertandingan dalam kegiatan polling yang diciptakan dalam media. Fans digital secara tidak langsung dijadikan sebagai pekerja untuk mengeruk keuntungan untuk media ataupun industri yang berkecimpung di dalam sepakbola. Melalui eksploitasi yang dibuat oleh media dan industri sepakbola, profit melimpah terus didapatkan karena adanya keyakinan yang berangkat dari karakteristik utama fans yakni adanya keinginan untuk melakukan apa pun untuk mendukung

tim yang diidolakan agar selalu menang (Boni, 2017). Aspek tersebut yang menjadi landasan relasi yang kuat antara media serta bisnis sepakbola dengan fans digital.

Keberadaan fans digital yang terus berkembang dan lonjakan jumlah fans yang tidak dapat dihitung dengan pasti karena sifat anonimitas dari individu pendukungnya di dunia maya, terjadi secara masif kepada tim maupun klub sepakbola yang memiliki nama besar serta basis fans yang sudah cukup. *English Premier League* atau kompetisi sepakbola Liga Inggris dikenal memiliki pendukung yang merata di seluruh belahan bumi. Melalui karya ilmiah *Supporter Ownership in English Football Class, Culture and Politics* milik Chris Porter (2019), EPL atau Liga Inggris ditasbihkan sebagai Liga dengan pengikut atau fans terbanyak di dunia, mengungguli Liga Spanyol serta Liga Italia. Berbagai aspek yang mendukung pernyataan tersebut juga dikemukakan oleh penulis seperti keberadaan hak kepemilikan suporter dengan klub yang menjadikan adanya kedekatan secara emosional, serta prestasi klub peserta Liga Inggris yang sudah mengakar sejak dulu yang memungkinkan keberadaan fans yang setia semenjak berdirinya klub. Kesehatan finansial klub juga yang memungkinkan mendatangkan beragam pemain kelas atas, hingga proses perputaran uang dalam bisnis industri sepakbola yang menjadikan EPL sebagai Liga sepakbola paling berprospek menguntungkan di antara seluruh kompetisi liga sepakbola di dunia (Porter, 2019).

Keberadaan Liga Inggris sebagai liga yang menguntungkan dari sisi bisnis, turut

didukung oleh perubahan konsep liga yang mengandalkan hak siar serta *sponsorship* dari beragam pihak, baik itu produk maupun media televisi. Keberadaan *English Premier League* dengan konsep baru di tahun 1992, turut mengubah perspektif kompetisi liga di seluruh dunia dalam mengedepankan hak siar dan profit di sisi industri sepakbola, seperti menerima pemasangan sponsor di tribun penonton hingga iklan yang terpampang di dalam lapangan ketika pertandingan berlangsung (Ferand & Torrigani, 2006). Melalui kehadiran digital fandom dalam bentuk fans yang terus mendukung secara digital dan masif, beragam Industri mencoba peruntungannya dengan memberikan terobosan baru yang tidak pernah terpikirkan di era sepakbola lama. Terciptanya beragam acara dengan konsep baru seperti jumpa fans berbayar, berlibur bersama pemain idola klub, menyapa langsung pelatih maupun pemain klub secara langsung di sosial media, hingga kelahiran *game* di dunia nyata maupun dunia maya, bertujuan menjaga relasi serta komunikasi yang positif dengan fans (Billings, Butterworth, & Turman, 2014).

3. Budaya Bertaruh Fans Sepakbola

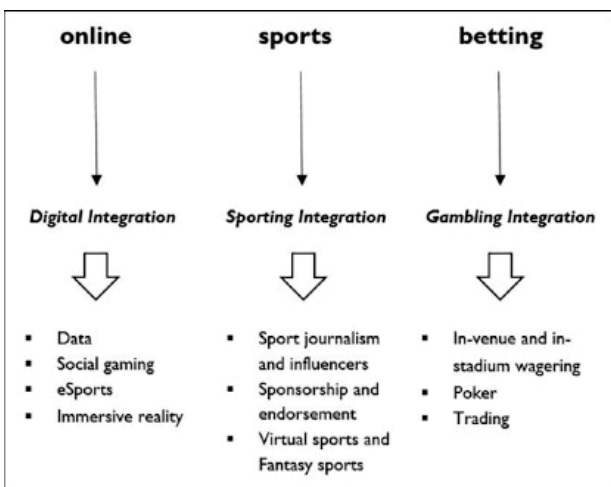
Fans sepakbola tidak hanya nampak ketika datang ke stadion dan menonton dari pinggir lapangan. Di luar lapangan, aksi fans bisa terlihat dari praktik bertaruh (*betting*). Praktik ini pada dasarnya menuntut pengetahuan seorang fans untuk bisa memprediksi sebuah pertandingan. Pada budaya bertaruh komersial, prediksi yang benar terhadap sebuah pertandingan memperoleh ganjaran berupa uang. Dalam sepakbola, budaya bertaruh telah

memiliki sejarah panjang. Memahami budaya bertaruh dapat memberikan pemahaman pada berbagai konteks, seperti fandom, eksistensi sosio-ekonomi, serta ekspresi identitas (Akanle & Fageyinbo, 2019).

Deutscher dkk. (2018) misalnya melakukan riset terkait praktik bertaruh terhadap pertandingan sepakbola di Liga Inggris dengan menganalisis data yang diperoleh dari situs bertaruh Betfair, riset ini merumuskan faktor-faktor yang mendeterminasi jumlah uang yang dipertaruhkan, salah satunya progress sebuah klub dalam musim tersebut, riset ini menegaskan penelitian sebelumnya yang dilakukan Humphreys dkk. (2013) serta Paul dan Weinbach (2010) yang meneliti faktor determinan pertaruhan di pertandingan basket (NBA) dan hoki (NFL), yakni kualitas tim, siaran televisi, ketepatan waktu, dan hasil yang tidak terprediksi.

Seiring perkembangan komunikasi digital, kehadiran platform bertaruh online telah mendominasi fans sepakbola saat ini. Di saat banyak riset telah menginvestigasi faktor-faktor psikologis individu dalam mendeterminasi perilaku bertaruh, Lopez-Gonzalez & Griffiths (2016) menaruh perhatian pada karakteristik pasar pertaruhan olahraga online dan relasinya dengan industri sejenis secara luas. Dari perspektif konvergensi ekonomi, riset tersebut mengeksplorasi integrasi budaya bertaruh dengan *eSports*, *fantasy sports*, *in-stadium betting*, dan budaya terkait lainnya. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pertaruhan berbasis internet telah menguasai bentuk lain serta memiliki pasar yang terus berkembang.

Untuk memahami lebih detail relasi yang terbangun, Lopez-Gonzalez & Griffiths (2016) menawarkan satu bagan konvergensi online, olahraga, dan budaya bertaruh. Berdasar bagan ini, dapat disimak relasi fans sepakbola, dalam praktik bertaruh tidak lepas dari praktik-praktik terkait lain.



Bagan 1. Konvergensi dalam budaya bertaruh online Lopez-Gonzalez & Griffiths (2016).

4. Fans Sepakbola dan Game Digital

Dalam lanskap media digital, partisipasi fans sepakbola salah satunya dapat dilihat dari praktik bermain game sepakbola digital. Ortega (2019) menyebutkan bahwa bermain game olahraga adalah aktivitas multi-layer yang lebih dari sekedar beraktivitas menggunakan konsol, ponsel/ tablet di mana game dimainkan. Bermain game menunjukkan adanya berbagai bentuk permainan plynchronological (Thompson dan Ouellette, 2013) yang terkoneksi dengan arena sepakbola profesional. Bermain game tidak bisa lepas dari proses perwujudan dan penyerapan, selain kondisi sosio-kultural pemain (Yuwono dkk., 2018) sehingga terkait

erat dengan praktik fandom, dimana fans mengkonsumsi dan memproduksi konten.

Salah satu game digital yang populer terkait sepakbola adalah seri permainan Championship Manager (CM) / Football Manager. Dalam game ini, pemain dapat bersimulasi menjadi manajer sepakbola. Pemain mengembangkan karirnya dalam mengelola klub sepakbola, mengelola pemain-pemain di dalamnya, mengatur taktik permainan, hingga mengelola transfer jual-beli pemain dari satu klub ke klub yang lain. Tujuan permainan adalah memperoleh kesuksesan sebagai manajer tim sepakbola dengan memenangkan kompetisi. Crawford (2016) yang melakukan penelitian dengan mewawancarai 32 pemain CM menyimpulkan bahwa game tersebut telah memberikan ruang pada pemain game untuk berimajinasi dan berfantasi mengendalikan tim yang sulit dikendalikan dalam dunia nyata.

Relasi antara fans sepakbola dengan game digital juga dapat dilihat dari keberadaan game yang mempopulerkan sepakbola nyata ke pemain game. Riset Markovits & Green (2017) menunjukkan proses game produksi EA Sports, FIFA, telah membantu mempopulerkan sepakbola di Amerika Serikat. FIFA dimainkan dalam konsol atau PC dan menjadi salah satu game sepakbola konsol paling populer dengan kompetitor game lain, Pro Evolution Soccer (PES). Tidak hanya berhenti sebagai konten permainan, Ortega (2019) mencatat bahwa game FIFA dan PES juga banyak dimainkan sebagai siaran YouTube oleh pemainnya. Salah satu fungsi mempertontonkan permainan ini

adalah untuk menuliskan ulang sejarah, misalnya dengan memainkan pertandingan penting yang pernah berlangsung dalam sejarah sepakbola.

Sehubungan dengan game FIFA, Siuda (2021) meneliti secara khusus para pemain di mode FIFA Ultimate Team (FUT). Dalam mode itu, pemain game dapat mengelola sebuah tim dengan pemain impian yang dapat ia kelola, bermain online melawan pemain lain, dan mencapai beberapa tujuan yang disusun oleh produsen game. Dalam risetnya, Siuda menyimpulkan bahwa menjadi penting, bahwa pemain game melakukan praktik bermain secara subversif. Hal ini berguna untuk memahami relasi kontemporer antara media, olahraga, dan kehidupan sehari-hari.

5. Fantasy Premier League sebagai Fantasy Sport

Fantasy sport dapat dikatakan sebagai jenis game, yang partisipannya mengendalikan tim olahraga imajiner yang terdiri dari atlet olahraga profesional atau riil. Dwyer (2021) dalam tulisannya terkait fantasy sport memetakan subjek ini telah menarik perhatian banyak peneliti. Tulisannya, sejak pertengahan 2000-an, fantasy sports telah dikaji dari berbagai perspektif, dari konsumsi media, psikologi, ataupun kompetisi partisipan. Lebih lanjut, fantasy sport terasosiasi dengan perjudian/ pertaruhan yang memiliki permis bahwa permainan bergantung pada skill, bukan keberuntungan semata. Dalam perkembangannya, jenis game ini banyak menuai kontroversi karena alasan terkait

dehumanisasi atlet profesional.

Fantasy Premier League (FPL) adalah salah satu fantasy sport yang berbasis pada Liga sepakbola Inggris. Dalam situs resminya, dinyatakan bahwa FPL adalah game fantasy sepakbola terpopuler di dunia dengan lebih dari 7 juta pemain (fantasy.premierleague.com). Dalam game ini, pemain disimulasikan sebagai manajer sebuah tim yang memiliki kesempatan memilih 11 pemain plus 4 pemain cadangan tiap pekannya. Tersinergi dengan hasil permainan di dunia riil, para manager FPL akan mendapatkan score. Salah satu yang membuat FPL dimainkan secara kompetitif adalah fitur untuk membentuk liga privat. Dalam liga privat ini, pemain dapat berkompetisi dengan lingkaran pertemanannya.

Popularitas FPL tidak hanya berdampak bagi para fans sepakbola, tetapi juga pemain bola profesional. Dalam salah satu kasus terbaru misalnya, klub Aston Villa melarang pemainnya untuk bermain FPL karena pilihan-pilihan para pemain dalam game dapat dibaca kaitannya dengan kondisi klub di dunia nyata. Contoh menarik lain misalnya bagaimana salah seorang pemain Manchester City, Raheem Sterling, mengunggah tweet melalui akunnya, memohon maaf pada para fansnya di FPL karena kegagalannya mencetak skor. Tweetnya dapat dikatakan unik mengingat ia menafikan proses klubnya memenangkan pertandingan secara riil (Twitter.com).



Gambar 1. Tweet Raheem Sterling terkait FPL
(Twitter.com)

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan metode penelitian spesifik studi kasus. Studi kasus dipilih karena merupakan sebuah metode empiris yang menggunakan berbagai sumber atau data untuk menginvestigasi sebuah fenomena kontemporer (Yin, 2003). Teknik pengumpulan data yang dilakukan terdiri dari: wawancara, pengumpulan dokumen, dan observasi online. Pengambilan data lapangan dalam penelitian ini dilakukan di Kota Jakarta dan Yogyakarta.

Subjek penelitian dalam riset ini sebanyak 6 orang dengan pemilihan berdasar kriteria sebagai berikut:

- Menjadi fans sebuah klub sepakbola Inggris (minimal 3 tahun).
- Mempunyai akun & bermain aktif FPL minimal 1 tahun (1 musim sepakbola).
- Tergabung dalam komunitas FPL (membentuk liga sendiri).

Informan dalam penelitian ini dibagi ke dalam 2

kelompok, kelompok pertama yang merupakan informan kelas pekerja dengan usia 33-34 tahun. Kelompok kedua merupakan informan mahasiswa dengan usia 20-21 tahun. Detil informan sebagai berikut: Fakhri (34 thn, Pegawai Negeri Sipil); Brama (34 thn, karyawan swasta); Haryo (33 thn, karyawan swasta); Fadhli (21 thn, mahasiswa); Agam (20 thn, mahasiswa); dan Dylan (20 thn, mahasiswa).

Pencarian data dilakukan dengan wawancara berkelompok guna memahami lebih dalam serta observasi online platform terkait FPL sebagai tambahan data sekunder. Wawancara dilakukan dua kali dengan durasi masing-masing selama 1-1,5 jam, masing-masing wawancara dengan 3 narasumber. Wawancara pertama dilakukan secara luring di Jakarta, sedangkan wawancara kedua dilakukan secara daring. Data dalam penelitian ini diolah melalui tahapan pemetaan dan reduksi data. Selanjutnya data dianalisis berdasar kerangka pemikiran. Waktu riset total berlangsung selama delapan bulan (Maret - Oktober 2021).

Temuan

Dalam bagian ini, temuan penelitian akan dibagi dua sesuai dengan dua pelaksanaan wawancara. Tiap kelompok wawancara melaporkan data dari tiga informan. Kelompok pertama adalah informan yang merupakan dari kelompok pekerja berusia 30-40 tahun, sementara kelompok kedua adalah informan yang merupakan kelompok mahasiswa berusia 20-30 tahun.

- Hasil Wawancara Kelompok Pekerja Brama (*personal communication*, 12 Juni 2021), telah memainkan FPL sejak tahun 2015. Awalnya ia bermain bersama dengan teman-teman kantor dan membentuk liga mini. Kemudian ia bergabung dengan liga mini yang berisi teman-teman kuliahnya (Liga bernama MYC bersama dua informan lain dalam penelitian ini; Fakhri dan Haryo).

Saat awal memainkan FPL, Brama cenderung berada di peringkat bawah. Ia mengaku memiliki skuad yang paling bernilai dan banyak memberikan info harga pemain bola (harga pemain dalam FPL berubah-ubah dan berpengaruh dalam permainan). Ia memainkan FPL tidak untuk tujuan menang. “Seperti filosofi Arsenal, kalah *nggak* apa-apa yang penting dapat uang,” timpal Fakhri (*personal communication*, 12 Juni 2021) menyebut cara main Brama. Hal ini membuat Brama cenderung berada di peringkat bawah liga. Di tahun berikutnya, Brama mulai mengubah cara mainnya.

Berbeda dengan Brama, Haryo (*personal communication*, 12 Juni 2021) mengaku cenderung berada pada posisi tiga teratas dalam klasemen liga mini, atau apa yang dalam bahasa mereka disebut zona priyayi. Baru pada musim 2020/2021 ia mengaku turun menjadi sekitar peringkat 7. Ia juga menuturkan bahwa liga mini tersebut juga menambah anggota baru dari pertemanan kuliah mereka yang dirasa nyaman.

Tiap-tiap informan mengikuti liga dengan komunitas lain selain liga mini MYC. Brama menyebutkan bahwa ada liga lain yang cukup kompetitif diikutinya karena

menggunakan sistem arisan, atau berhadiah uang dengan biaya kepesertaan. “Misal 200 [ribu] di awal. Nanti juara dapat hadiah sekitar 3 juta. Kita menyebutnya arisan,” tutur Brama. Perihal penggunaan uang asli dalam permainan FPL bagi Brama sendiri tidak dapat dikatakan berjudi. Meskipun tidak menutup kemungkinan pemain FPL juga aktif mengikuti judi bola. Para informan sendiri tidak terlibat dalam judi bola meski tidak menutup kemungkinan citra FPL identik dengan judi bola. Fakhri misalnya bercerita, “Pas *gameweek* ramai, misal aku pasang Rashford, aku teriak 'point!' [saat Rashford cetak gol]. Sampai istriku curiga aku judi bola.” Menurut Haryo, FPL bukan taruhan, melainkan turnamen. “Karena FPL ini mikir, ada analisis. Meskipun judi bola mikir juga. Kalau MYC ini *nggak* niat ada hadiah, karena niatnya guyub. Ada unsur nostalgia. Ada ejek-ejekan sektoral yang biasa kita lakukan di kampus,” tuturnya.

Dalam bermain FPL, para informan juga mencari informasi permainan dari berbagai media. Haryo misalnya mencari referensi dari twitter dalam akun FPL tips. “Tapi musim ini banyak melesetnya. Sebenarnya bagus FPL karena udah mayor, jadi banyak *scout*. Misal [info] pemain yang banyak dipakai. Satu hari sebelum transfer mulai aktif [cari informasi]. Setelah konferensi pers baru transfer,” tutur Haryo. “*Transfer*” dalam hal ini merupakan salah satu aktivitas penting dalam permainan FPL. Setiap pemain mempunyai taktiknya masing-masing dalam transfer. Brama misalnya mengaku lebih melakukan strategi “*early transfer*” yaitu transfer di awal minggu sebelum

harga naik.

Tiap-tiap informan memiliki klub yang mereka dukung. Meski demikian, sesuai aturan FPL, pemain tidak bisa menggunakan lebih dari 3 pemain yang berasal dari 1 klub. Haryo yang mendukung klub Liverpool mengaku minimal harus ada 1 pemain Liverpool yang ia pasang. Ia tidak masalah memasang pemain dari klub rival Liverpool. Sedangkan Fakhri merupakan pendukung klub Manchester United. Tapi saat bermain FPL, ia mengaku bermain secara pragmatis jika permainan klub favoritnya sedang tidak bagus. Artinya ia memisah apa yang ia dukung secara riil dan apa yang ia dukung dalam FPL.

Para informan juga misalnya menjadi bisa mendukung satu pemain FPL tertentu secara riil karena prestasinya memberikan poin di FPL. Brama misalnya sempat memfavoritkan pemain Klub Chelsea Alonso dan pemain Manchester United Bruno Fernandes. Meski ia tidak mendukung klub tersebut, ia tetap berharap pemain andalannya bisa mencetak gol atau mendapatkan poin. Sementara Haryo sempat memfavoritkan kiper tertentu, misalnya Martinez di musim 2020/2021 dan Nick Pope di musim 2019/2020.

Sebagai permainan resmi dari Liga Inggris, para informan sepakat bahwa dengan bermain FPL, para pemain menjadi mengikuti semua pertandingan liga tersebut. Ini juga didukung adanya sistem harga pemain di FPL yang terbatas sehingga tidak bisa memainkan pemain hanya dari klub papan atas. Para informan praktiknya juga mengikuti info klub papan tengah dan bawah. Meski demikian,

ketika mengikuti pertandingan, para informan tidak selalu menonton secara *full*. Brama misalnya hanya menonton *highlight* pertandingan. Fakhri umumnya hanya menonton secara utuh pertandingan Manchester United.

- Hasil Wawancara Kelompok Mahasiswa Fadhil (*personal communication*, 17 September 2021) mulai bermain FPL pada musim 2020/2021. “Aku ngerasa semakin berkembangnya teknologi dan cara dari pihak liga biar suporternya lebih nikmatinya dengan fantasi itu. Saat main FPL, hampir semua pertandingan aku nonton. Sebelumnya hanya Liverpool [klub favoritnya]. [Sekarang] nonton tim lain yang aku pasang pemain dan biar tahu pemain lain,” tutur Fadhil.

Pada musim 2020/2021, ia mengikuti 10 mini liga. Musim ini ia memanfaatkan slot maksimal jadi total mengikuti 25 liga. Liga-liga tersebut ia dapatkan informasinya dari Twitter, misalnya komunitas FPL. Ada liga yang juga membuat grup di Telegram atau Whatsapp. Beberapa liga tidak mewajibkan *join* grup online tersebut. Namun karena banyak pengumuman di grup dan berbagi informasi tentang FPL, Fadhil pun mengikutinya. Beberapa menurutnya berhadiah lumayan menarik. Semua liga yang ia ikuti gratis tanpa biaya pendaftaran, hanya dengan syarat tertentu misalnya like atau komentar di postingan penyelenggaranya. Fadhil saat ini memainkan FPL dalam dua akun. Hal ini lantaran sebagai fans Liverpool, ia mengikuti liga fanbase Liverpool yang memiliki syarat tidak boleh memasang pemain klub rival,

Manchester United dan Everton, serta wajib 3 pemain Liverpool meski tidak harus dipasang sebagai *captain* atau *start*.

Berbeda dengan Fadhil, Agam (*personal communication*, 17 September 2021) bercerita telah bermain FPL cukup lama sejak musim 2012/2013. Ia pertama kali tahu FPL dari acara *Sport 7* yang memberikan kode liga FPL. “Lalu aku cari tahu apa ternyata seru. Permainan seperti di dunia nyata dan ada hadiah. Dulu awal-awal SMP main. Waktu itu nggak terlalu konsisten. Masih belum tahu taktik. Sampai 2016/2017 dan 2019/2020 main lagi tapi juga nggak serius. Musim 2020/2021 serius karena cari tahu tips trik dari YouTube,” tuturnya. Ia juga mengikuti liga FPL yang diadakan mahasiswa di kampusnya dan memberikan hadiah tiap bulannya. Ia pernah menjadi pemenang bulanan tersebut. Kompetisi itu sendiri memiliki uang pendaftaran sebesar 10 ribu rupiah. Peserta liga kampus itu sendiri berkomunitas online di Line. Secara riil, Agam mendukung klub Manchester United. “Uniknya FPL, misal aku pasang pemain lawan MU [Manchester United], di satu sisi MU kebobolan jadi ada pelipur lara,” tuturnya. Ia sendiri tidak masalah memasang pemain dari klub rival Manchester United, seperti Liverpool dan City.

Informan ketiga dalam wawancara kelompok ini, Dylan (*personal communication*, 17 September 2021), memiliki historis bermain FPL yang mirip dengan Agam. Ia awalnya tahu dari acara TV, *One Stop Football*. Mulai 2016, ia membuat liga bersama teman-teman SMA dan bermain cukup konsisten meski tanpa hadiah. “Yang bikin seru gara-gara aku suka judi bola,

dan di FPL bentuk judi bola lain. Jadi aku kadang baca pertandingan dari FPL. Di statistiknya, misal Lukaku [pemain sepakbola Chelsea] beberapa *game* dan cetak gol terus. Jadi FPL buat hiburan dan baca statistik,” tutur Dylan.

Selain FPL, beberapa kompetisi sepakbola juga mempunyai *fantasy league* masing-masing. Dylan bercerita baru mau mencoba *fantasy league* untuk Champions League (UCL/ Liga Champion). Agam mengaku sudah bermain liga fantasi UCL tetapi lebih sulit karena banyak klub yang tidak ia kenali di luar klub Inggris. Sementara Fadhil telah mengikuti liga fantasi turnamen Euro. “Saya juga ikut fantasy Serie A [Liga Italia] sama Bundesliga [Liga Jerman]. Kalau Serie A ternyata ada yang khusus liga fantasi orang Indonesia. Musim sekarang saya juga ikut. Kebetulan saya sering nonton. Lumayan asyik juga. Kalau Fantasy Bundesliga ikut karena melihat di Twitter akun yang bahas seputar Bundesliga. Fantasy UCL sempat ikut karena sering nonton liga Eropa lain jadi tahu pemain yang berpotensi. Karena ketagihan jadi pas Euro coba ikut juga,” tambah Fadhil.

Para informan aktif mencari informasi terkait FPL dari platform lain. Dylan misalnya mencari informasi melalui akun judi bola yang juga memuat statistik pertandingan. Sementara Agam mengikuti akun FPL Tips, misalnya info terkait prediksi pertandingan dan rekomendasi. Sementara Fadhil banyak mengikuti akun-akun di Twitter.

Sebagai gambaran bagaimana interaksi informan dengan media lain terkait sepakbola, selain bermain FPL, Dylan juga bermain game sepakbola FIFA di PlayStation secara cukup rutin.

Serupa, Agam dan Fadhil juga terkadang bermain game sepakbola Pro Evolution Soccer (PES). Selain itu, Fadhil juga bermain game Football Manager. Para informan mengaku tidak rutin menonton sepakbola langsung di stadion. Mereka hanya menonton sesekali, misal ketika Timnas atau klub lokal favorit bermain.

Pembahasan

Berdasar temuan penelitian di atas, bagian ini merupakan analisis yang diarahkan untuk menjawab pertanyaan penelitian, beserta analisis terkait peran liga fantasi dan pergeseran kultur fans sepakbola di era digital secara umum.

1. Peran FPL dalam Mengubah Budaya Fans Sepakbola

Sebagai permainan liga fantasi, FPL menawarkan imaji kepada pemain untuk menjadi manajer sebuah klub dengan pemain-pemain dan performa yang sesuai dengan pemain Liga Inggris (EPL) riil. Hal ini sejalan dengan gagasan bagaimana bermain game sepakbola menunjukkan adanya berbagai bentuk permainan plynchronological (Thompson dan Ouellette, 2013). Meski demikian, berbeda dengan game sepakbola lain seperti FIFA, Pro Evolution Soccer, ataupun Football Manager yang meskipun mencakup pemain sepakbola dengan nama dan rating sesuai dengan dunia riil, namun performa di dunia riil tidak terkait dengan dunia permainan. Pemain game sepakbola lain dapat saja memainkan game tanpa mengikuti pertandingan sepakbola riil.

Sementara FPL menuntut pemain untuk mengikuti performa pemain sepakbola Liga Inggris di dunia riil, baik dengan menonton *full match*, *highlights*, atau sekedar statistik agar dapat memiliki poin yang tinggi dalam FPL.

Salah satu fitur FPL yaitu liga mini memungkinkan FPL menjadi permainan yang dimainkan secara komunitas. Fans sepakbola merupakan praktik yang memang tidak lepas dari komunitas. Dalam kultur fans sepakbola klasik, para fans sepakbola berkomunitas sebagai suporter sebuah klub/ tim dan mendukung klub tersebut secara kolektif. FPL memungkinkan komunitas justru berkompetisi satu sama lain, membuat klasemen seperti halnya liga sepakbola riil. Kolektivitas dibangun juga dari adanya grup online untuk mendampingi tiap liga mini, misalnya grup dalam platform Whatsapp, Line, Twitter, dan sebagainya. Tiap liga mini menciptakan gengsinya sendiri, baik melalui ejekan verbal maupun sistem hadiah. Para pemenang mendapatkan cap sebagai yang paling ahli dalam pengetahuan sepakbola Liga Inggris atau sekedar paling beruntung.

FPL mengatur pemain untuk memainkan pemain dari berbagai klub di Liga Inggris yang berimplikasi pada bagaimana pemain juga menjadi audiens pertandingan berbagai klub di liga tersebut. Tak bisa dipungkiri, salah satu visi dari FPL adalah membuat popularitas Liga Inggris terjaga. Beberapa pemain FPL menjadi audiens rutin semua pertandingan Liga Inggris. Hal ini sejalan dengan bentuk siaran Liga Inggris yang sebelumnya hanya beberapa pertandingan besar melalui televisi, kini ditambah model

siaran langganan seluruh pertandingan (termasuk pertandingan klub papan bawah) dalam platform menonton online. Mola TV saat ini memegang hak siar seluruh pertandingan Liga Inggris dengan tarif langganan per jangka waktu tertentu. Sebagai gambaran, langganan seluruh pertandingan per musim berbiaya sekitar 300-500 ribu rupiah.

2. Bentuk Perubahan Kultur Fans Sepakbola Pemain FPL

Fans tidak lagi sekedar mendukung klub sepakbola, tetapi juga mendukung per pemain sesuai yang mereka pasang dalam FPL. Hal ini bisa jadi merupakan implikasi yang tidak diperhitungkan sebelumnya oleh pihak FPL sendiri. Dalam menonton sepakbola saat ini misalnya, para pemain FPL berharap pemain yang ia pasang dalam game berhasil mencetak poin (goal, assist, dsb.) meski dalam dunia riil ia bukan berasal (atau justru rival) dari klub favoritnya. Sebagian pemain FPL memiliki klub yang ia dukung secara riil sejak lama. Hal ini yang kerap melahirkan momen-momen dilematis dalam mendukung pemain/klub dalam sebuah pertandingan. Para pemain juga memiliki pemain-pemain favorit lantaran FPL yang bukan berasal dari klub favoritnya.

Fans mulai mengikuti lebih dalam berbagai informasi Liga Inggris, khususnya yang terkait FPL (seperti statistik performa), dalam berbagai platform. Beberapa akun sosial media di Instagram dan Twitter misalnya banyak berfokus pada informasi FPL. Website berita sepakbola pun turut membuat rubrik khusus FPL. Beberapa pemain FPL pun aktif mengikuti

siaran pers para manajer klub Liga Inggris.

Beberapa institusi mengadakan kompetisi FPL sebagai bentuk baru pengumpulan komunitas suporter yang tidak berbasis pada suporter klub tertentu. Kompetisi ini menjadi alternatif dari budaya judi. “Karena FPL ini mikir, ada analisis, (Haryo, *personal communication*, 12 Juni 2021).” Fandom sepakbola sebelumnya berkomunitas dalam sebuah klub atau tim. Adanya FPL membuat banyak institusi tertarik untuk merangkul berbagai pemain FPL menjadi satu komunitas meski berbeda dukungan klub. Para fans kini tak lagi menjadi suporter, tapi turut berkompetisi dalam liga-liga mini. Komunitas pun tidak sekedar berbagi dukungan tetapi juga bersaing dalam adu gengsi kejelian memprediksi pertandingan dan pemain sepakbola. Kultur ini sekilas sejalan dengan kultur bertaruh atau judi bola yang mengadu keberuntungan dan kejelian prediksi dengan imbalan uang. Dalam hal kompetisi FPL, target utama bisa jadi hadiah dari penyelenggara atau sekedar adu gengsi dengan pemain lain.

3. Liga Fantasi dan Kultur Fans Sepakbola di Era Digital

Paul Booth (2010) menganggap fans digital yang mulai marak semenjak tahun 2005 didukung oleh kehadiran internet serta keberadaan sosial media yang menjadi alat utama untuk menyalurkan dukungan fans digital. Perbedaan signifikan yang terlihat dari kehadiran dukungan oleh fans digital adalah ragam bentuk dukungan yang tersaji dalam konteks teks, audio, video, hingga kombinasi

ketiganya yang diberikan secara masif dan mengalir terus menerus (Geraghty, 2015). Dengan melihat maraknya FPL, dapat dikatakan bahwa fans digital tidak semata-mata merupakan perpindahan fans sepakbola stadion dan televisi ke platform digital. Sebaliknya, game digital dapat menginisiasi lahirnya fans sepakbola (atau komunitas baru) dengan kultur barunya tersendiri. Beberapa media informasi FPL misalnya menunjukkan bagaimana media-media baru muncul dengan merespon kultur fans baru tersebut. Sementara komunitas FPL yang banyak memiliki grup online di berbagai platform menunjukkan bagaimana dukungan secara digital semakin tersebar dan berkelompok menyesuaikan kultur yang baru.

Kultur baru yang menciptakan ragam karakteristik fans digital yang sangat berbeda dengan pendahulunya, dengan cepat dimanfaatkan oleh ragam media di industri olahraga sepakbola dengan cara memanipulasi pergerakan fans digital menjadi bentuk profit yang menguntungkan untuk bisnis industri (Geraghty, 2015). Fans digital secara tidak langsung dijadikan sebagai pekerja untuk mengeruk keuntungan untuk media ataupun industri yang berkecimpung di dalam sepakbola. Melalui eksploitasi yang dibuat oleh media dan industri sepakbola, profit melimpah terus didapatkan karena adanya keyakinan yang berangkat dari karakteristik utama fans yakni adanya keinginan untuk melakukan apa pun untuk mendukung tim yang diidolakan agar selalu menang dan berprestasi (Boni, 2017). Meski pendapat di atas tidak salah, perlu dilihat lagi aspek “positif” dari kultur fans sepakbola

digital. Misalnya bagaimana ia dapat menciptakan komunitas baru dengan jejaring komunikasi yang baru. Melihat FPL sebagai satu hegemoni untuk menjadi konsumen Liga Inggris misalnya tidak dapat dikatakan tepat jika kita menilik bagaimana pemain di dalamnya cukup *literate* dalam memainkan liga fantasi ini.

Dwyer (2021) dalam tulisannya terkait *fantasy sport* memetakan bagaimana subjek ini telah menarik perhatian banyak peneliti. Tulisannya, sejak pertengahan 2000-an, *fantasy sports* telah dikaji dari berbagai perspektif, dari konsumsi media, psikologi, ataupun kompetisi partisipan. Lebih lanjut, *fantasy sport* terasosiasi dengan perjudian/ pertaruhan yang memiliki premis bahwa permainan bergantung pada skill, bukan keberuntungan semata. Riset ini menambah daftar kajian *fantasy sport* dari perspektif pergeseran budaya fans sepakbola yang juga identik dengan konsumsi media dan kompetisi partisipan. Sebagai satu bentuk “game digital”, ke depannya tidak memungkinkan akan lahir jenis-jenis permainan baru yang menggantikan popularitas *fantasy sport*. Membaca FPL adalah membaca bagaimana satu bentuk permainan digital mampu berperan merubah sebuah kultur konsumen/audiens. Digital tidak berarti sekedar perpindahan dari yang analog, tetapi sebuah arena baru dengan berbagai kemungkinan barunya.

Kesimpulan

Berdasar temuan dan pembahasan di atas, FPL menawarkan imaji kepada pemain untuk

menjadi manajer sebuah klub dengan pemain-pemain dan performa yang sesuai dengan pemain Liga Inggris riil. Hal ini berbeda dengan game sepakbola lain seperti FIFA, Pro Evolution Soccer, ataupun Football Manager yang meskipun mencakup pemain sepakbola dengan nama dan rating sesuai dengan dunia riil, namun performa di dunia riil tidak terkait dengan dunia permainan. Salah satu fitur FPL yaitu liga mini memungkinkan FPL menjadi permainan yang dimainkan secara komunitas. Kolektivitas dibangun juga dari adanya grup online untuk mendampingi tiap liga mini, misalnya grup dalam platform Whatsapp, Line, Twitter, dan sebagainya. FPL mengatur pemain untuk memainkan pemain dari berbagai klub di Liga Inggris yang berimplikasi pada bagaimana pemain juga menjadi audiens pertandingan berbagai klub di liga tersebut. Tak bisa dipungkiri, salah satu visi dari FPL adalah membuat popularitas Liga Inggris terjaga. Beberapa pemain FPL menjadi audiens rutin semua pertandingan Liga Inggris.

Terkait perubahan kultur, fans tidak lagi sekedar mendukung klub sepakbola, tetapi juga mendukung per pemain sesuai yang mereka pasang dalam FPL. Sebagian pemain FPL memiliki klub yang ia dukung secara riil sejak lama. Hal ini yang kerap melahirkan momen-momen dilematis dalam mendukung pemain/klub dalam sebuah pertandingan. Fans mulai mengikuti lebih dalam berbagai informasi Liga Inggris, khususnya yang terkait FPL (seperti statistik performa), dalam berbagai platform. Beberapa akun sosial media di Instagram dan Twitter misalnya banyak berfokus pada

informasi FPL. Beberapa institusi mengadakan kompetisi FPL sebagai bentuk baru pengumpulan komunitas suporter yang tidak berbasis pada suporter klub tertentu. Kompetisi ini menjadi alternatif dari budaya judi.

Dengan melihat maraknya FPL, dapat dikatakan bahwa fans digital tidak semata-mata merupakan perpindahan fans sepakbola stadion dan televisi ke platform digital. Sebaliknya, game digital dapat menginisiasi lahirnya fans sepakbola (atau komunitas baru) dengan kultur barunya tersendiri. Beberapa media informasi FPL misalnya menunjukkan bagaimana media-media baru muncul dengan merespon kultur fans baru tersebut. Sementara komunitas FPL yang banyak memiliki grup online di berbagai platform menunjukkan bagaimana dukungan secara digital semakin tersebar dan berkelompok menyesuaikan kultur yang baru. Perlu dilihat lagi aspek "positif" dari kultur fans sepakbola digital. Misalnya, bagaimana ia dapat menciptakan komunitas baru dengan jejaring komunikasi yang baru.

Riset ini menambah daftar kajian *fantasy sport* dari perspektif pergeseran budaya fans sepakbola yang juga identik dengan konsumsi media dan kompetisi partisipan. Sebagai satu bentuk "game digital", ke depannya tidak memungkinkan akan lahir jenis-jenis permainan baru yang menggantikan popularitas *fantasy sport*. Membaca FPL adalah membaca bagaimana satu bentuk permainan digital mampu berperan merubah sebuah kultur konsumen/audiens.

Daftar Pustaka

- Akanle, O. & Fageyinbo, K. 2019. European football clubs and football betting among the youths in Nigeria, *Soccer & Society*, 20:1, 1-20.
- Anshari, F. 2018. Merumuskan Elemen “Tawuran Virtual” Antar Fans Sepakbola di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Wacana*, Vol 17, No 1, Juni 2018. ISSN: 1412-7873.
- Billings, A, Butterworth, M, Turman, P. 2018. *Communication and Sport: Surveying the Field*. SAGE Publications; Los Angeles.
- Boni, M. 2017. *World Building: Transmedia, Fans, Industries*. Amsterdam University Press; Amsterdam.
- Booth, P. 2010. *Digital Fandom: New Media Studies*. Peter Lang Publishing; New York.
- Booth, P. 2015. *Playing Fans, Negotiating Fandom and Media in the Digital Age*. University of Iowa Press; Iowa city.
- Carter, D. 2011. *Money Games: Profiting from the Convergence of Sports and Entertainment*. Stanford Business Books; California.
- Click, M. & Scott, S. 2018. *The Routledge Companion to Media Fandom*. Routledge; New York.
- Coakley, J. 2014. *Sports in Society; Issues and Controversies*. McGraw-Hill Education; New York.
- Crawford, G. 2006. The cult of Champ Man: the culture and pleasures of Championship Manager/Football Manager gamers, *Information, Communication & Society*, 9:4, 496-514.
- Deutscher, C et. al. 2018. The Demand for English Premier League Soccer Betting. *Journal of Sports Economics*. Vol. 20(4) 556-579.
- Dwyer, B., Larkin, B. & Goebert, C. 2021. Fantasy sports participation and the (de)humanization of professional athletes, *Sport in Society*, Vol. 25(10) 1968-1986.
- Elliot, R. 2017. *The English Premier League: A Socio-Cultural Analysis*. Routledge; New York.
- Ferrand, A, Torrigani, L, Povill, A. 2006. *Routledge Handbook of Sports*. Routledge; New York.
- Garcia, B, Zheng, J. 2017. *Football and Supporter Activism in Europe*. Palgrave Macmillian; New York.
- Geraghty, L. 2015. *Popular Media and Cultures: Fans, Audiences, and Para texts*. Palgrave Macmillian; New York.
- Giulianotti, R. 2015. *Routledge Handbook of The Sociology of Sport*. Routledge; New York.
- Humphreys, B. R.; Paul, R. J. & Weinbach, A. P. 2013. Consumption benefits and gambling: Evidence from the NCAA basketball betting market. *Journal of Economic Psychology*, 39, 376–386.
- Iswandi, S. 2016. *Pemuja Sepakbola; Kuasa Media Atas Budaya*. Gramedia Pustaka Utama; Jakarta.
- Linden, H, Linden, S. 2017. *Fans and Fan Cultures; Tourism, Consumerism, and Social Media*. Palgrave Macmillian; New York.

- Lopez-Gonzalez, H. & Griffiths, M.. 2016. Understanding the Convergence of Markets in Online Sports Betting, *International Review for the Sociology of Sport*, Vol. 53(7) 807–823.
- Maguire, J. 2014. *Social Sciences in Sport*. Human Kinetics; New York.
- Markovits, A. S. & Green, A. 2017. FIFA, the video game: a major vehicle for soccer's popularization in the United States, *Sport in Society*, 20:5-6, 716-734
- Ortega, V. R. 2019. Online soccer fandom: from social networking to gaming, *Sport in Society*, 22:12, 2104-2121.
- Paul, R. J., & Weinbach, A. P. 2010. The determinants of betting volume for sports in North America: Evidence of sports betting as consumption in the NBA and NHL, *International Journal of Sport Finance*, 5, 128.
- Piskurek, C. 2018. *Fictional Representations of English Football and Fan Cultures; Slum Sport, Slum People*. Palgrave Macmillan; New York.
- Porter, C. 2019. *Supporter Ownership in English Football; Class, Culture, and Politics*. Palgrave Macmillan; New York.
- Sanctis, F. M. 2014. *Football, Gambling and Money Laundering: A Global Criminal Justice Perspective*. Springer: New York.
- Siuda, P. 2021. Sports gamers practices as a form of subversiveness – the example of the FIFA ultimate team, *Critical Studies in Media Communication*, 38:1, 75-89.
- Stanfill, M. 2019. *Exploiting Fandom; How the Media Industry Seeks to Manipulate Fans*. University of Iowa Press: Iowa city.
- Sutton, A. 2017. *Sepakbola: The Indonesian Way of Life*. Kawos Publishing; Jakarta.
- Thompson, J. C., and M. A. Ouellette. 2013. Introduction, *The Game Culture Reader*, edited by J. C. Thompson and M. Ouellette, 1–15. Cambridge, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Walker, S. 2006. *Fantasyland: A Sportswriter's Obsessive Bid to Win the World's Most Ruthless Fantasy Baseball League*. Penguin Books; New York.
- Watkins, B. 2019. *Sport Teams, Fans, and Twitter: The Influence of Social Media on Relationships and Branding*. Lexington Books; New York.
- Wimmer R D & Dominick J R. 2010. *Mass Media Research: An Introduction*, Boston: Wadsworth Publishing.
- Yin, R. 2003. *Case study research* (3rd ed.), Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Yuwono, A. I., Simatupang, G. R. L. L. & Salam, A. 2018. Pewujudan dan penyerapan Pemain dalam Video Game [Embodiment and Immersion of Players in the Game Video], *Journal Communication Spectrum*, 8(1), 94-112.

Analisis Jaringan Opini Publik tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar di Twitter

Tatak Setiadi

| Universitas Negeri Surabaya
email: tataksetiadi@unesa.ac.id

ABSTRAK

The Government of Indonesia has decided to launch a Nationwide Social Distancing (PSBB) policy after acknowledging the CoVID-19 outbreaks in Jakarta. The decision became a trending topic on social media Twitter. This study aims to identify the main actors and opinion movements regarding the PSBB issue on Twitter in Indonesia. This study used RStudio to mine around 5,000 tweets on May 6, 2020 using the keyword "psbb" and the hashtag #psbb. The results of text mining, sociogram analysis, and Social Network Analysis (SNA) found interesting findings. First, opinions about PSBB on Twitter mostly about jokes on Social Distancing and Relationship Break. This joke was popularized by FiersaBesari. Second, there are seven organizational accounts that act as leading public opinion. Third, the most dominant Twitter account user is Yunartowijaya, Executive Director of the Political Polling Institute, Charta Politika Indonesia. And fourth, the online news media that most actively discussing about PSBB are detikcom and CNN Indonesia. In addition, the analysis also found that actors affiliated with the Democratic Faction in the DPR RI actively criticized The Government of Indonesia's decision on PSBB policy.

Keywords: PSBB, Public Opinion, Social Media, Social Network Analysis

Pendahuluan

Diskusi tentang opini publik akan bermuara pada beberapa topik tentang cara seseorang mengonsumsi dan berpikir tentang opini pada media populer (Anderson & Turgeon, 2023). Berawal dari penemuan mesin cetak pada sekitar abad ke-17 dan ke-18 hingga sekarang ketika teknologi komunikasi telah sangat berkembang, esensi bahwa ide dan pendapat dapat tersebar luas melintasi batas-batas geografis dan identitas politik tetap tidak berubah. Pada 1930-an, setelah Gallup menerbitkan jajak pendapat pertamanya,

penelitian tentang jajak pendapat menjadi populer di kalangan peneliti, aktor pemerintah dan politik, dan akademisi. Sejak itu, beberapa minat dalam penelitian opini publik bermunculan seperti American Association of Public Opinion Research (AAPOR) dan World Association of Public Opinion Research (WAPOR) yang telah mengembangkan praktik survei melalui surat, survei secara langsung, survei melalui telepon, dan survei melalui internet.

Glynn dkk. dalam Anderson & Turgeon

(2023) menegaskan bahwa dalam negara demokrasi kebijakan harus mengandalkan opini publik karena dapat merepresentasikan informasi tentang budaya suatu negara. Hal ini terjadi selama pandemi CoVID-19 saat setiap negara membuat kebijakan tertentu yang berbeda seperti kebijakan *lockdown*, pembatasan kerumunan, pemakaian masker, hingga kebijakan mengenai identitas bukti vaksinasi. Dalam masyarakat informasi saat ini, suatu isu kebijakan dapat tersebar di media sosial dan menjadi topik umum yang dibahas oleh para pengguna internet; atau kini disebut sebagai *netizen* atau warganet. Media sosial seperti Twitter misalnya, telah digunakan oleh banyak pengguna dan menjadi piranti media sosial terbesar kedua setelah Facebook (Bruns, 2011). Bahkan pengguna Twitter di Indonesia per Januari 2019 mencapai enam juta pengguna (We are social, 2019). Tavoichi et. Al. (2020) menambahkan bahwa media sosial Twitter sangat bermanfaat untuk mengamati perkembangan opini publik tentang suatu isu, termasuk isu tentang isu kesehatan dan isu vaksinasi.

Fitur yang interaktif, seperti fitur tagar (#) dalam tweet, adalah favorit pengguna. Tagar (*hashtag*) dalam unggahan Twitter berperan mengklasifikasikan dan mengelompokkan setiap *tweet* yang membahas topik yang sama. Kemudian topik tertentu akan cepat menyebar ketika warganet mulai mengunggah menggunakan tagar di Twitter. Dan pada saat yang sama warganet lain dengan mudah mencari dan menemukan topik yang ingin mereka ikuti dengan menambahkan tagar

sebelum kata kunci tertentu (Xiao, Noro, dan Tokuda, 2012; Muda, 2015).

Pada 6 Mei 2020, isu publik di Indonesia dan mungkin dunia adalah tentang wabah Coronavirus Disease 2019, yang juga dikenal dengan CoVID-19. Beberapa berpendapat bahwa wabah ini, yang juga memengaruhi sistem pernapasan manusia, berasal dari Wuhan, China. Media menyampaikan bahwa infeksi pertama di Wuhan terjadi pada sekitar November atau Desember 2019. Lalu, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan bahwa China melaporkan bukti pertama CoVID-19 pada 31 Desember 2019 (WHO Statement, 2020). Sayangnya, tiga bulan kemudian, setelah infeksi pertama Wuhan, Pemerintah Indonesia mengumumkan terjadinya kasus pertama CoVID-19 di Jakarta. Kasus pertama ini disebut-sebut terbawa oleh dua Warga Negara Indonesia (WNI) yang baru saja melakukan kontak langsung dengan warga negara Malaysia-Jepang saat tinggal di Indonesia (Nuraini, 2020). Insiden ini menjadi dasar awal untuk melakukan pelacakan beberapa orang yang mungkin berhubungan dekat dengan mereka. Hingga kemudian, cakupan pelacakan menjadi lebih luas hingga menjadi pembatasan pergerakan dan kegiatan masyarakat dalam skala nasional.

Lalu berdasarkan data WHO, yang diperbarui pada 8 Mei 2020, mengumumkan bahwa kasus terkonfirmasi CoVID-19 di seluruh dunia mencapai 3.767.744, termasuk 259.593 kematian. Termasuk di dalamnya, Indonesia mengumumkan 13.112 kasus terkonfirmasi, 943 kematian, dan 2.494 kasus kesembuhan

(Satgas Nasional Covid-19, 2020). Oleh karena itu, Satgas Nasional CoVID-19 bergerak dan mendesak pemerintah untuk mengendalikan peningkatan CoVID-19 dengan menggunakan langkah-langkah yang tepat dan efektif di antaranya melalui Perpres Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) yang dikelola oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). Menindaklanjuti keputusan tersebut, Pemerintah Indonesia mengeluarkan Keputusan Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).

Co-VID-19 berdampak besar pada keberlangsungan politik, ekonomi, sosial, budaya, keamanan dan pertahanan, serta kesejahteraan nasional, sehingga Pemerintah Indonesia menjalankan PSBB di seluruh Indonesia untuk mengendalikan dan membatasi aktivitas dan pergerakan masyarakat di daerah yang terinfeksi serta untuk menekan *positivity rate*. Pembatasan ini meliputi pembatasan kegiatan sekolah, kantor, keagamaan, dan pelayanan publik. Namun, pelaksanaan kebijakan ini menimbulkan beragam reaksi. Hanoatubun (2020) memberikan gambaran bahwa penerapan PSBB dapat mengakibatkan melambatnya pertumbuhan ekonomi, tingginya persaingan bertahan hidup, dan mengakibatkan keuangan keluarga menjadi tidak stabil.

Pada sektor pendidikan, kebijakan PSBB berdampak mulai dari tingkat Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi (Dewi, 2020; Pratiwi, 2020). Di Sekolah Dasar, kegiatan belajar di

rumah tampaknya sudah dapat diterima karena mampu menciptakan kolaborasi yang baik antara siswa, guru, dan orang tua. Keunggulan sistem pembelajaran di rumah rupanya dirasakan juga di negara-negara di seluruh dunia, sehingga mereka semakin terinspirasi untuk melakukan pembelajaran jarak jauh. Namun, praktik di Indonesia masih harus menghadapi beberapa tantangan. Tantangan tersebut antara lain koneksi internet yang tidak stabil serta minimnya peralatan dan gawai yang memadai untuk pembelajaran dalam jaringan (daring). Singkatnya, Mas'udi & Winanti (2020) menekankan bahwa CoVID-19 telah berdampak pada pengelolaan sistem pembelajaran dan pendidikan, berdampak pada aktifitas industri transportasi dan farmasi, serta berdampak pada aktifitas sosial masyarakat. Pandemi CoVID-19 juga secara signifikan berdampak pada perlunya revitalisasi proses komunikasi publik pemerintah (Putra, 2022).

Diskusi tentang PSBB selama CoVID-19 juga terjadi di media sosial Twitter dan digaungkan oleh berbagai akun. Bradley (2009) menyebutkan bahwa akun pengguna di media sosial ini dapat berupa individu, tokoh masyarakat, organisasi, media, hingga lembaga pemerintah. Dan mereka dapat, dengan beberapa cara, membangun dan menggerakkan partisipasi warga dan kemudian menuntun mereka untuk bertindak terhadap isu-isu tertentu (Henderson & Bowley in Motion, Heath, & Leitch, 2016). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan dan mendeksripsikan jejaring opini publik tentang PSBB di Twitter dan untuk

mengidentifikasi aktor-aktor utama dalam isu PSBB di Indonesia.

Kerangka Pemikiran

Opini Publik dan Muatannya

Catatan jejak penelitian opini publik selalu menarik dan menantang pada setiap masa. Opini publik tidak dapat dipahami secara harfiah sebagai pendapat dari publik semata karena opini publik bersifat membawa dan merepresentasikan budaya tertentu dari suatu bangsa. Hucker (2020) berpendapat bahwa jika definisi opini publik didasarkan pada waktu tertentu saja, itu berarti opini tersebut hanya dapat diterapkan pada agenda tertentu juga. Pada 1919, opini publik digunakan oleh politisi di Paris untuk menciptakan suatu suara sebagai kekuatan baru untuk menyampaikan niat baik dan menunjukkan diplomasi yang baik guna menghindari perang di masa depan. Lalu pada 1930, kekuatan opini publik berkontribusi pada demokrasi dan diplomasi Prancis. Hucker juga menyebutkan bahwa pada 1970-an telah hadir televisi yang mengungguli fungsi surat kabar saat itu. Masa ini menandakan bahwa televisi menjadi media yang mapan bagi para politisi dan diplomat untuk menceritakan kisah dan niat mereka dengan jelas. Hal ini terjadi dalam pelaksanaan pemilu Vietnam yang memanfaatkan televisi untuk memengaruhi opini masyarakat baik di lingkup nasional maupun internasional.

Sirin, Valentino, & Villalobos (2021) dalam suatu waktu mencoba menantang opini publik dengan empati kelompok. Dalam riset

mereka, terutama tentang diskusi empati kelompok selama era Donald Trump, mereka berpendapat bahwa empati kelompok terkait erat dengan opini publik dan dapat membentuk opini di semua sektor masyarakat. Di era Trump, yang dikenal dengan polarisasi, gerakan, dan kritiknya, serta dikenal karena ancamannya terhadap minoritas, empati kelompok justru memberikan kesempatan bagi orang-orang untuk membangun koalisi, organisasi, dan oposisi politik untuk melawan opini publik yang dibangun oleh pemerintahan Trump. Singkatnya, mereka menyarankan bahwa empati kelompok dapat memainkan peran penting dalam memobilisasi pikiran dan gerakan massa.

Serupa dengan empati kelompok yang memiliki identitas menyukai atau tidak menyukai isu tertentu, terdapat entitas golongan yang dapat memandu massa untuk memahami isu-isu kompleks terkait kepentingan politik. Anderson & Turgeon (2023) menambahkan bahwa golongan ini harus diperhatikan sebagai sarana untuk menghubungkan identitas seseorang dengan kondisi psikologis masyarakat karena golongan ini dapat membangun dan membentuk opini publik.

Putaran Isu di Media Sosial

Penelitian isu politik di media sosial Twitter telah dilakukan oleh Juditha (2014), khususnya terkait isu Polri versus KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) dalam percakapan Twitter. Dalam risetnya ditemukan dua tagar

dominan, #saveKPK dan #saveIndonesia, yang menyiratkan bahwa warganet berada di pihak KPK. Lalu pada tahun yang sama, terdapat studi media sosial, Twitter, oleh Ardha (2014) yang mencatat bahwa aktor politik sekarang cenderung sadar akan kekuatan media sosial untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Ardha menemukan adanya interaksi yang dimaksudkan untuk bersaing untuk kampanye politik 2014. Di antara aktor politik yang muncul dalam media sosial saat itu, Ridwan Kamil, calon gubernur terpilih Provinsi Jawa Barat, juga berkompetisi dalam kampanye (Wulansari, 2014). Dan Ridwan Kamil secara aktif terlibat dengan para pengikutnya di Twitter, termasuk dalam menangani masalah transparansi jalannya pemerintahan, masalah lingkungan, masalah kesehatan, dan masalah budaya.

Media sosial untuk kampanye tampaknya penting dalam menyebarkan kepentingan politik (Gainous & Wagner, 2014). Seperti yang disebutkan Bennett dalam Gainous & Wagner (2014), salah satu alasannya adalah bahwa sistem komunikasi informasi saat ini bekerja melalui pengetahuan setiap orang dan cara setiap orang memahami fakta. Dengan kata lain, media sosial kini digunakan oleh para aktor politik untuk menyebarkan pendapat mereka dan membentuk persepsi masyarakat (Larsson & Moe dalam Ausserhofer & Maireder, 2013). Tentu, ini menjadi peluang untuk memanfaatkan media sosial dalam memanipulasi informasi politik. Akibatnya, berbagai strategi yang digunakan untuk menyampaikan informasi akan menghasilkan perilaku politik orang yang berbeda. Gainous &

Wagner (2014) kembali menyoroti bahwa orang cenderung mengikuti informasi yang mereka sukai. Dengan demikian, akan menimbulkan perbedaan informasi yang diperoleh oleh setiap pengguna media sosial. Dan Twitter berperan sebagai sumber informasi dan alat untuk berinteraksi dengan orang lain tanpa pertemuan fisik. Dalam Ausserhofer & Maireder (2013), Ito menambahkan bahwa interaksi ini dapat berupa hubungan *bottom-up*, *top-down*, dan hubungan sejajar.

Ketika hubungan tersebut terjadi, maka akan terdapat masalah yang kemudian diolah media online yang menggunakan Twitter untuk merumuskan kembali masalah tersebut dengan memasukkan opini dan komentar seseorang (Ausserhofer & Maireder, 2013). Dengan aliran informasi ini, dapat dikatakan bahwa pengguna Twitter tahu siapa yang mereka dukung (*selective exposure*) dan pada saat bersamaan politisi juga tahu siapa yang akan mereka targetkan. Oleh karena itu, Bekafigo & McBride (2013) mempertanyakan waktu kehadiran aktor politik yang sebenarnya. Seperti yang telah ditemukan dalam penelitian, masyarakat modern memiliki kesempatan untuk mengakses informasi tentang preferensi politik mereka, kemudian mereka juga memiliki akses untuk menyebarkannya secara luas menggunakan Twitter.

Aktor dan Intensinya

Pada 2010, Gainous & Wagner (2014) meneliti informasi politik melalui Twitter selama enam bulan kampanye politik di Amerika.

Mereka menemukan bahwa setengah dari politisi memiliki akun Twitter, dan hanya 45% diantaranya jarang menggunakan Twitter. Mereka memperhatikan temuan unik yaitu bahwa politisi yang aktif menggunakan Twitter untuk menyerang lawan mereka justru tampak kurang efektif dalam perolehan suara saat pemilihan. Oleh karena itu, Gainous & Wagner (2014) menawarkan strategi memanfaatkan Twitter untuk kampanye politik, termasuk menggunakan tautan ke informasi relevan dan menggunakan tagar untuk menggaungkan suatu isu.

Dalam Calderaro (2014), Chadwick juga mencatat setidaknya terdapat tiga poin penting dalam menggunakan media sosial untuk kepentingan politik; (1) Akan semakin banyak persaingan partai, termasuk dari pihak-pihak yang relatif baru dan terpinggirkan. (2) Media sosial akan menyebarkan kekuatan masyarakat sehingga akan muncul aktifitas akar rumput yang dapat memengaruhi politisi dan kandidat. Interaksi politisi dengan pengikutnya akan menciptakan strategi yang lebih baik untuk menanggapi tuntutan dan harapan para pengikut mereka. Melalui keterlibatan yang kuat ini, mereka akan dapat memulai gerakan, aksi kolektif, jaringan interaksi informal, solidaritas bersama dari berbagai pemangku kepentingan, dan menciptakan demonstrasi tentang isu-isu tertentu (Della Porta & Diani dalam Rosa, 2014; Taman, 2013; Romero, 2014; Aziz, 2022). Terakhir, (3) institusi politik harus beradaptasi dengan era teknologi informasi saat ini karena potensi kreatif media sosial dalam menghasilkan kampanye tergolong cukup

menjanjikan. Namun, Romejin (2020) menegaskan bahwa partai-partai tersebut akan berhasil ketika mereka memiliki kedudukan khusus dalam pemerintahan.

Menerapkan *generator* nama sosiologis, salah satu kunci Analisis Jaringan Sosial (SNA), beberapa aktor yang terkait dengan diskusi tentang suatu isu akan terlihat. Mereka dapat dipetakan ke dalam aktor sebagai kolaborator dan sebagai jaringan eksternal. Dalam SNA, para aktor disebut *node*, dan hubungannya diberi nama *link* atau *edges* (van Dijk, 2006). Aktor dan hubungannya dalam suatu jaringan memiliki nilai relasional khusus dalam komunikasi media sosial, seperti derajat sentralitas, sentralitas kedekatan, sentralitas keperantaraan, dan sentralitas *eigenvektor* (Monge and Contractor in Zwijze-Koning & deJong, 2015; Marsden, 2005). Wasserman & Faust (1994) menekankan bahwa nilai-nilai ini dapat menunjukkan aktor tertentu dalam jaringan, memetakan hubungan para aktor, dan memetakan hubungannya (*dyad*, *triad*, subkelompok, dan kelompok).

Metode Penelitian

Dalam jejaring sosial, informasi dapat mengalir melalui beberapa sumber dan aktor yang kemungkinan mereka saling memiliki hubungan dalam hal tertentu (van Dijk, 2006). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur sentralitas aktor yang muncul pada 6 Mei 2020 di Twitter. Tahap pertama, *data mining* dilakukan pada cuitan (*tweet*) yang berisi 'psbb' dan '#psbb' dalam

bahasa Indonesia menggunakan piranti lunak RStudio. Penggalan data menghasilkan 5000 *tweet* yang berisi istilah 'psbb' dan '#psbb'. Dalam data ini, aktor dan hubungannya membangun nilai-nilai tingkat sentralitas seperti sentralitas kedekatan (*Closeness Centrality*), sentralitas keperantaraan (*Betweenness Centrality*), dan sentralitas keunikan (*Eigenvector Centrality*) (Monge dan Kontraktor dalam Zwijze-Koning & deJong, 2015; Marsden, 2005). Seperti yang dikemukakan oleh Wasserman & Faust (1994), aktor dan hubungannya akan membangun hubungan unik yang dapat berupa *dyad*, *triad*, subkelompok, dan hubungan kelompok. Kemudian, data tersebut diolah dan diilustrasikan menggunakan piranti lunak Gephi untuk menggambarkan relasi mereka ke dalam peta sosiogram. Akhirnya, sosiogram ditafsirkan menggunakan metode Analisis Jaringan Sosial (*Social Network Analysis*) untuk menemukan para aktor utama, nilai sentralitas seluruh jaringan, dan menemukan nilai sentralitas jaringan inti.

Hasil dan Pembahasan Aktor dalam Isu PSBB

Penelitian ini memperoleh sekitar 5.000 cuitan Twitter yang menggunakan tagar #psbb dan kata kunci 'psbb'. Data tersebut kemudian diolah untuk mengklasifikasikan *user* menjadi personal *user*, group atau komunitas, dan media *online*. Temuan pertama adalah aktor yang paling dominan muncul dalam isu PSBB di Twitter adalah tokoh *entertainer* dengan nama

pengguna 'fiersa besari'. Kemudian, diperoleh sejumlah lima isu yang paling sering muncul pada isu PSBB di Indonesia; (1) Fiersa Besari yang mencuitkan PSBB menjadi Pembatasan Sosial Berujung Bubar. (2) Lisa Amartatara menceritakan tentang seorang dokter yang merawat pasien Covid-19. (3) Yunarto Wijaya menegaskan bahwa Presiden Joko Widodo (Jokowi) harus yakin dengan *rapid test* yang masif untuk mengendalikan pergerakan masyarakat. (4) Kementerian Perhubungan bertanggung jawab dalam membuat kebijakan tentang pergerakan masyarakat selama Covid-19. Dan (5) pemerintah dituntut untuk terus memantau pergerakan masyarakat di kampung halamannya.



Gambar 1. *Tweet* @fiersabesari tentang PSBB.

Tabel 1
Kata yang Muncul Paling Sering di Twitter menggunakan 'psbb' dan #psbb

Daftar Kata	Frekuensi
PSBB	4,181
Gak	776
Pembatasan	469
Sosial	461
COVID	444
Kalo	401
Mudik	382
Berujung	344
Fiersabesari	343
Bubaran	341

Sumber: *Tweet mining* menggunakan kata kunci 'psbb' dan '#psbb' di Twitter dalam bahasa Indonesia pada 6 Mei 2020 menggunakan Rstudio.



Gambar 2. *Word Cloud* 'psbb' dan '#psbb' di Twitter dalam bahasa Indonesia diakses pada 6 Mei 2020 menggunakan Rstudio, min.freq= 100, max.word= 200.

Selanjutnya, jika data dikelompokkan menggunakan jumlah frasa dikelompokkan berdasarkan empat atau lebih kata; ditemukan hasil menarik lainnya. Seperti “Kurva Covid Mardani Alisera sulit dikurangi” dan “Pekerja Asing Cina Memecat Pekerja Pribumi”. Dari temuan-temuan tersebut, muncul pengguna Twitter sebagai individu seperti Fiersa Besari, tokoh politik seperti Presiden Jokowi, Direktur Eksekutif Charta Politik Indonesia Yunarto Wijaya, Anggota DPR dari Fraksi PKS Mardani Ali Sera, dan Lisa Amartatara yang masih belum teridentifikasi afliasinya.

Temuan tersebut lalu dapat diolah agar lebih mudah dipahami dengan menjadikannya dalam bentuk peta jaringan. Di antara 5.000 *tweet* selama pada 6 Mei 2020, terdapat sekitar 4480 pengguna aktif (*Node*) yang memiliki 4760 hubungan (*Edges*) dengan aktor atau pengguna *Twitter* lain. Statistik jaringan menunjukkan karakteristik jaringan seperti (1) nilai modularitas 0,864, (2) membentuk 393 sub-komunitas dalam jaringan, (3) nilai diameter jaringan 13, dan (4) nilai kepadatan grafis 0,000. Grafik kepadatan yang rendah menandakan bahwa jaringan komunikasi PSBB yang muncul berasal dari banyak pengguna, namun pengguna tersebut kurang terkoneksi satu sama lain. Seperti terlihat pada Gambar 2, beberapa aktor tampak dominan dalam isu PSBB. Kemunculan mereka pada isu PSBB di Twitter cukup membuktikan bahwa mereka memiliki tingkat sentralitas yang tinggi. Dengan kata lain, mereka mungkin memiliki lebih banyak pengikut daripada yang lain. Akibatnya, ketika aktor-aktor ini mempublikasikan cuitan

tertentu, pengikut akan merespons dengan berkomentar dan *me-retweet* atau membagikan postingan di linimasa Twitter mereka.



Gambar 3. Jaringan isu PSBB di Twitter diambil dari 4480 Node dengan 4760 Edges menggunakan Gephi, *partition= Degree*.

Nilai Sentralitas Para Aktor

Temuan penelitian ini menarik lantaran aktor *entertainer* dan musisi yang justru dominan dalam isu PSBB di Twitter. Ketika para pengguna lain menunjukkan rasa empati dan belasungkawa atas PSBB, aktor ini justru menunjukkan candaan terhadap PSBB menjadi Pembatasan Sosial Berujung Bubaran. Padahal isu penting lain yang terjadi selama PSBB adalah pembatasan izin bagi setiap orang untuk pergi ke kampung halaman mereka untuk menurunkan tingkat penyebaran Covid-19. Mereka yang mengkritik PSBB ini prihatin dengan ambiguitas pemerintah dalam menjalankan kebijakan apa pun terkait PSBB.

Meskipun, pada akhirnya mereka menjadi lebih sadar untuk tidak pergi ke mana pun sampai *rapid test* masif dilakukan secara nasional.

Kesadaran masyarakat terhadap isu PSBB juga muncul melalui aktivitas mereka di Twitter, terutama melalui kecenderungan mereka untuk menjadi aktor sentral dalam membahas isu tersebut. Di antara *tweet* tersebut, terdapat sepuluh pengguna teratas yang memiliki tingkat sentralitas tinggi. Di antara sepuluh pengguna dengan sentralitas tertinggi terdapat @detikcom, @CNNIndonesia, dan @Yunartowijaya yang paling aktif mencuitkan tentang PSBB. Tujuh aktor pengguna lainnya yaitu @jokowi, @detikfinance, @aniesbaswedan, @kompascom, @TirtoID, @infobdg, dan @sbyfess. Menariknya, beberapa dari tujuh aktor tersebut adalah pengguna seperti media daring. Data ini menunjukkan kepada kita bahwa semua pengguna media sosial dapat secara langsung memberikan pendapat kepada mereka yang sulit dijangkau dalam kehidupan nyata. Dan media juga berperan dalam menginisiasi dan memberikan ruang diskusi mengenai isu PSBB selama pandemi Covid-19.

Tabel 2
Sepuluh Pengguna dengan Sentralitas Tertinggi

Akun Pengguna	Degree Centrality	In-Degree Centrality	Out-Degree Centrality
@FiersaBesari	336	5	331
@Yunartowijaya	238	13	225
@LisaAmartatara3	225	10	215
@makibao_indo	117	0	117
@MardaniAliSera	101	6	95
@marlina_idha	75	3	72
@detikcom	68	37	31
@negativisme	67	1	66
@Ainurozi	66	0	66
@CNNIndonesia	65	34	31

Sumber: Tingkat Sentralitas diproses menggunakan piranti lunak Gephi.

Dalam jaringan, akun @FiersaBesari, yang memiliki tingkat sentralitas tertinggi, menjadi aktor favorit yang paling sering diakses melalui *retweet*. Kemudian pada posisi berikutnya terdapat akun @yunartowijaya, @LisaAmartatara3, @makibao_indo, @MardaniAliSera, @marlina_idha, @negativisme, dan @ainurozi. Atribut pada masing-masing akun tersebut adalah (1) Fiersa Besari adalah seorang entertainer dan musisi, (2) Yunarto Wijaya adalah Direktur Charta Politika dan salah satu lembaga yang memenangkan pencalonan nama Joko Widodo saat *quick count* pilpres 2019 di Indonesia, (3) LisaAmartatara3 dan marlina_idha cenderung terkait dengan Partai Gerindra khususnya dengan tokoh Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno saat pilpres Indonesia 2019, (4) Makibao_indo dan negativisme cenderung sering mengkritik pemerintah, (5) Mardani Ali

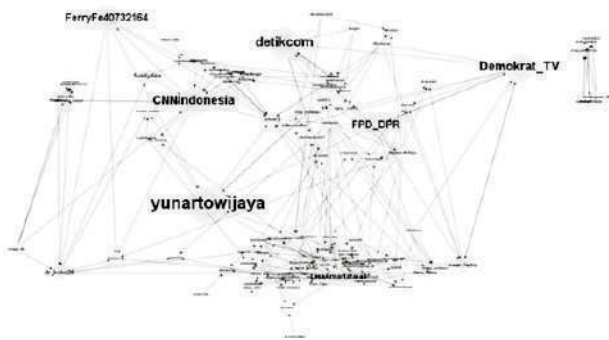
Sera adalah anggota DPR dari fraksi PKS, dan (6) Ainunrozi cenderung aktif sebagai pengguna biasa. Dengan demikian, kemunculan aktor-aktor tersebut menjelaskan bahwa dalam isu tentang PSBB terdapat setidaknya dua fraksi yang cukup aktif dalam memberikan opini yaitu Fraksi PKS dan Fraksi Gerindra.

Di sisi lain, jika diamati berdasarkan tingkat keperantaraan (*betweenness centrality*) diperoleh bahwa akun @yunartowijaya, @CNNIndonesia, @Democrat_TV, @FPD_DPR, @FerryFe40732164, dan @detikcom cenderung menjembatani dan menjadi sumber dan pemantik diskusi mengenai isu PSBB di Twitter. Pada tingkat ini, muncul dua media berita *online* seperti CNN Indonesia dan detikcom yang menjadi rujukan informasi warganet. Pada saat yang sama, terdapat juga aktor yang terafiliasi dengan dengan fraksi Demokrat yaitu @Democrat_TV. Akun ini secara berkala menyematkan cuitan tentang pencapaian Susilo Bambang Yudhoyono selama masa kepemimpinannya pada 2004-2014. Fraksi yang sama, melalui akun @FPD_DPR atau Fraksi Partai Demokrat DPR RI ternyata turut berpartisipasi positif dalam merespon Covid-19 dengan aksi solidaritas dan berbagi sumbangan dari tokoh fraksi Edhie Baskoro Yudhoyono.

Analisis Jaringan Isu PSBB di Twitter

Diskusi pada pembahasan sebelumnya menunjukkan bahwa pengguna dengan nilai sentralitas tinggi akan muncul sebagai aktor dominan dalam suatu isu di Twitter. Namun, jika dipersempit lagi untuk mendapatkan aktor yang

paling berpengaruh dan yang paling kuat dalam menjadi mediator tentang isu PSBB diperoleh tujuh aktor utama, yaitu @Yunartowijaya, @detikcom, @Demokrat_TV, @CNNIndonesia, @FerryFe40732164, @FPD_DPR, dan @LisaAmartatara3. Ketujuh aktor tersebut masing-masing dapat dikategorikan dalam aktor berupa individu, aktor berupa organisasi, dan aktor berupa media berita daring.



Gambar 4. Jaringan Inti Isu PSBB diolah menggunakan Gephi, k-cores= 2 method, 876 Nodes, 1503 Edges, partition = Betweenness Centrality.

Dalam nalar politik, mereka yang memiliki kekuasaan akan dan dapat membawa serta isu-isu tertentu dan memberikan pendapat mereka melalui kritik, balasan, dan unggahan cuitan (*tweet*) mereka. Tokoh yang merupakan Direktur Eksekutif Charta Politika tersebut menjadi aktor paling berpengaruh dalam isu PSBB. Temuan ini cenderung tidak mengherankan mengingat rekam jeaknya dalam keterlibatan proaktifnya pada pemilihan presiden tahun 2019. Selain itu, media berita @detikcom dan @CNNIndonesia ternyata menjadi mediator dalam isu PSBB. Namun, kecenderungan poros media tersebut relatif

berbeda. Akun @detikcom tampaknya menjadi rujukan informasi oleh @FPD_DPR dan @Demokrat_TV, sedangkan @CNNIndonesia cenderung menjadi sumber bagi @Yunartowijaya dan @FerryFe40732164.

Fenomena dalam temuan tersebut menguatkan kembali catatan McQuail (2010) bahwa setiap orang memiliki preferensi tentang media yang sesuai dengan harapan mereka. Dalam hal ini, fenomena yang terjadi di media sosial adalah bahwa jumlah pengikut cenderung dapat memengaruhi keputusan warganet dalam pemilihan media melalui proses *selective exposure* masing-masing, sehingga akan menciptakan keberagaman respon atas isu tertentu. Nilai keberagaman ini adalah salah satu sisi positif kehadiran media sosial karena memungkinkan terjadinya gerakan sosial yang berasal dari suara-suara minoritas dan terpinggirkan di kehidupan nyata. Selain itu, secara khusus, bagi media daring yang juga bermain di media sosial, media menjadi lebih diperhatikan oleh beberapa entitas seperti institusi pemerintahan, publik, dan lembaga sosial.

Tabel 3
Cuitan (*tweet*) Aktor Utama pada Isu PSBB

Akun Pengguna	Cuitan (<i>Tweet</i>)
<p>@yunartowijaya (Total 56,8 ribu tweet)</p>	<p>Yunarto Wijaya @yunartowijaya · May 6, 2020 Pak @jokowi kalo anda ingin mulai relaksasi awal juni, pastikan dulu keberhasilan PSBB melalui test yg sudah massal, gak setengah2 gini.. Ini yang ada jelang masa puncak mudik transportasi malah dibuka.. Logikanya gak nyambung blazzz...</p>
<p>@detikcom (1,6 juta tweet secara total)</p>	<p>detikcom @detikcom · May 6, 2020 Wali Kota Bandung Oded M Danial mengklaim Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dua pekan terakhir berhasil. Risiko penyebaran Corona bisa ditekan. #Bandung #PSBB news.detik.com/berita-jawa-ba...</p>
<p>@Demokrat_TV (157 ribu tweet secara total)</p>	<p>Demokrat TV @Demokrat_TV · May 6, 2020 Anggota @FPD_DPR @irwan_fecho mengkritik kebijakan pemerintah pusat yg akan merelaksasi PSBB. Sebab 2 bulan ke depan adalah puncak Covid-19. Keliru besar jika PSBB dilonggarkan di tengah upaya luar biasa pemerintah daerah menangani pandemi Covid-19. #LawanCovid19</p>
<p>@CNNIndonesia (407 ribu tweet secara total)</p>	<p>CNN Indonesia @CNNIndonesia · May 6, 2020 PKS Kritik Menko Polhukam-Menhub soal Relaksasi PSBB Corona cnnindonesia.com/nasional/20200...</p>
<p>@FerryFe40732164 (14 ribu tweet secara total)</p>	<p>slass @FerryFe40732164 Toko yg bukan sembako banyak buka... Bengkel Honda dan Yamaha buka rame sekali... Psbb Jakarta Gagal total.... @aniesbaswedan Translate Tweet 4:35 PM · May 6, 2020</p>
<p>@FPD_DPR (8.151 cuitan secara total)</p>	<p>Fraksi Partai Demokrat DPR-RI @FPD_DPR · May 6, 2020 Saat Raker dgn Menhub, anggota @DPR_RI Fraksi @PDemokrat @irwan_fecho kritik pemerintah pusat yang akan merelaksasi PSBB. 2 Bulan ke depan adlh puncak Covid-19. Keliru besar jika PSBB dilonggarkan ditengah upaya luar biasa pemerintah daerah menangani penyebaran pandemi covid-19.</p>

Sumber: Cuitan (*tweet*) pengguna Twitter pada 6 Mei 2020.

Seib (2012) juga menambahkan bahwa partisipasi entitas tersebut akan semakin meningkatkan keaktifan untuk melaporkan peristiwa, mengekspos dan menyampaikan kritik, mengungkapkan pendapat, memobilisasi gerakan massa, memantau pemilihan umum, dan pada akhirnya dapat memperkuat suara masyarakat sipil. Dalam masyarakat informasi saat ini, internet berperan sebagai alat komunikasi tanpa batas, termasuk melalui media sosial Twitter. Pada isu PSBB di Twitter, temuan aktor yang muncul dominan adalah @FiersaBesari, @yunartowijaya, @LisaAmartatara3, @makibao_indo, @MardaniAliSera, @marlina_idha, @detikcom, @negativisme, @ainunrozi, dan @CNNIndonesia. Meskipun kemunculan mereka mungkin tampak sangat besar terhadap isu PSBB, beberapa dari mereka ternyata kurang berfungsi dalam menjembatani isu PSBB. Sebagai contoh, cuitan Fiersa Besari, yang justru menyebut PSBB sebagai Pembatasan Sosial Berujung Bubar ketimbang menyampaikan hal tersebut dalam suasana kondisi krisis.

Namun, setelah melihat lebih dalam ke jaringan yang terbentuk, aktor pengguna Twitter yang menjadi inti dalam jaringan komunikasi terkait PSBB di Twitter adalah @Yunartowijaya, @detikcom, @Demokrat_TV, @CNNIndonesia, @FerryFe40732164, @FPD_DPR, dan @LisaAmartatara3. Kemunculan aktor tersebut, menurut Romejin (2020) tidak lepas dari kemudahan media sosial untuk membaaur dan mendukung suara serta opini yang mengkritik suatu kebijakan tentang isu-isu tertentu. Dan ini cenderung menjadi

peluang bagi Fraksi Demokrat untuk secara aktif merespon dan mengkritik pernyataan pemerintah terkait kebijakan PSBB. Selain itu, juga terdapat fraksi lain yang secara liris turut berpartisipasi dalam pembahasan tentang PSBB, seperti Mardani Ali Sera dari fraksi PKS. Tampaknya pilihan untuk berpartisipasi secara liris juga dilakukan oleh beberapa akun media berita daring, seperti @tribunnews, @jawapos, @liputan6dotcom, @kompascom, @Metro_TV, @Republikaonline, @kumparan, @e100ss, @BeritaSatu, dan @tirtoid serta beberapa akun hubungan masyarakat pemerintah daerah, seperti @Humasjabar, @Pemkotbekasi, dan @PemkotMalang. Temuan akun pemerintah daerah ini akan menjadi lebih menarik untuk menjadi kajian-kajian selanjutnya terkait dengan suara pemerintah daerah dalam menanggapi isu nasional di Indonesia.

Kesimpulan

Pada 6 Mei 2020, jaringan isu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), di Twitter merepresentasikan bahwa isu ini dominan diramaikan oleh cuitan @FiersaBesari. Namun, dalam jaringan inti akun yang paling berpengaruh adalah @Yunartowijaya, @detikcom, @Demokrat_TV, @CNNIndonesia, @FerryFe40732164, @FPD_DPR, dan @LisaAmartatara3. Kemunculan akun tersebut dalam isu PSBB juga mendukung studi bahwa beberapa pengguna Twitter saat ini telah memahami cara menggunakan media sosial dan mampu memobilisasi isu terkait PSBB, seperti yang ditemukan pada akun @Demokrat_TV dan

@FPD_DPR. Penelitian ini juga menemukan bahwa dalam jaringan inti terkait PSBB terdapat akun media sosial pemerintah daerah meskipun relatif kecil dalam menyoroti PSBB. Dengan demikian, menjawab tujuan penelitian, isu PSBB ternyata menarik partisipasi banyak aktor, terutama mereka yang memiliki posisi tawar tertentu dalam pemerintahan. Dan hal menarik berikutnya adalah cara sebuah isu darurat nasional menjadi bahan candaan dan bahwa beberapa partai oposisi cenderung mendukung opini warganet yang tidak setuju dengan kebijakan PSBB tersebut.

Daftar Pustaka

- Anderson, D. C., & Turgeon, M. (2023). *Comparative Public Opinion*. New York: Routledge.
- Angdhiri, R. P. (2020, April 11). *Challenges of home learning during a pandemic through the eyes of a student*. Retrieved from The Jakarta Post : <https://www.thejakartapost.com/life/2020/04/11/challenges-of-home-learning-during-a-pandemic-through-the-eyes-of-a-student.html>.
- Ardha, B. (2014). Social media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 105-120. <http://dx.doi.org/10.22441/jvk.v13i1.383>.
- Ausserhofer, J., & Maireder, A. (2013). National politics on Twitter: Structures and topics of a networked public sphere. *Information, Communication & Society*, 291-314. DOI: 10.1080/1369118X.2012.756050.
- Aziz, Abdul. (2022). Strengthening data-driven policy communication on Indonesia Economic Recovery Program of Covid-19 in the digital landscape. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 3(2). 128-143. DOI: <https://doi.org/10.22146/jmki.70426>.
- Bekafigo, M. A., & McBride, A. (2013). Who tweets about politics? Political participation of Twitter users during the 2011 gubernatorial elections. *Social Science Computer Review*, 625-643. <https://doi.org/10.1177/0894439313490405>.
- Bruns, A. (2011). How long is a Tweet? Mapping dynamic conversation networks on Twitter using Gawk and Gephi. *Information, Communication & Society*, 1323-1351. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.635214>.
- Calderaro, A. (2014). Internet Politics Beyond the Digital Divide: A Comparative Perspective on Political Parties Online Across Political Systems. In B. Pařtrut, & M. Pařtrut, *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media* (pp. 3-18). Switzerland: Springer International Publishing.
- Dewi, W. A. (2020). Dampak Covid-19 terhadap implementasi pembelajaran daring di Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 55-61. doi: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i1.89>.
- Gainous, J., & Wagner, K. M. (2014). *Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*. New York: Oxford University Press.

- Government Regulation of The Republic of Indonesia Number 21 the Year 2020 Concerning Nation-Wide Social Distancing (PSBB) to Reduce Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns Journal*, 146-153. Retrieved from <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsyouns/article/view/423>.
- Hucker, D. (2020). *Public Opinion and Twentieth-Century Diplomacy: A Global Perspective*. London: Bloomsbury Academic.
- Juditha, C. (2014). Opini publik terhadap kasus "KPK Lawan Polisi" dalam media sosial Twitter. *Jurnal Pekommas*, 61-70. DOI: 10.30818/jpkm.2014.1170201.
- Jungher, A. (2015). *Analyzing Political Communication with Digital Trace Data: The Role of Twitter Messages in Social Science Research*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Jungherr, A., Schoen, H., & Jürgens, P. (2016). The mediation of politics through Twitter: An analysis of messages posted during the campaign for the German Federal Election 2013. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 50 - 68 . doi:10.1111/jcc4.12143.
- Marsden, P. V. (2005). Recent Developments in Network Measurement. In P. J. Carrington, J. Scott, & S. Wasserman, *Models and Methods in Social Network Analysis* (pp. 8-30). Cambridge: Cambridge University Press.
- Mas'udi, W., & Winanti, P. S. (2020). *Tata Kelola Penanganan Covid-19 di Indonesia: Kajian Awal*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory 6th edition*. London: SAGE Publications Ltd.
- National Special Force for Covid-19. (2020, May 8). *Pasien Sembuh COVID-19 Naik Jadi 2.494, Kasus Meninggal 943 Orang*. Retrieved from covid19.go.id : <https://covid19.go.id/p/berita/pasien-sembuh-covid-19-naik-jadi-2494-kasus-meninggal-943-orang>.
- Nuraini, R. (2020, March 2). *Kasus Covid-19 Pertama, Masyarakat Jangan Panik*. Retrieved from [Indonesia.go.id](https://indonesia.go.id): <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik>.
- Park, C. S. (2013). Does Twitter motivate involvement in politics? Tweeting, opinion leadership, and political engagement. *Computers in Human Behavior*, 1641-1648. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.044>.
- Pratiwi, E. W. (2020). Dampak Covid-19 terhadap kegiatan pembelajaran online di sebuah perguruan tinggi kristen di Indonesia. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 1-8. DOI: doi.org/10.21009/PIP.341.1.
- Presidential Regulation of The Republic of Indonesia Number 7 the Year 2020 Concerning Task Force to Reduce Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).
- Putra, V. C. H., (2022). Komunikasi Getok Tular : Revitalisasi Komunikasi dalam penanganan pandemi covid-19 (Komunikasi penanganan pandemi covid-19 dengan pendekatan

- Cultural Studies Stuart Hall). *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 144-154. DOI 10.22146/jmki.70442.
- Romejin, J. (2020). Do political parties listen to the(ir) public? Public opinion-party linkage on specific policy issues. *Party Politics*, 426-436.
- Romero, L. D. (2014). On the Web and Contemporary Social Movements: An Introduction. In B. Pařrut, & M. Pařrut, *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media* (pp. 19-34). Switzerland: Springer International Publishing.
- Rosa, A. L. (2014). Social Media and Social Movements Around the World: Lessons and Theoretical Approaches. In B. Pařrut, & M. Pařrut, *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media* (pp. 35-48). Switzerland: Springer International Publishing.
- Seib, P. (2012). *Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*. New York: Palgrave Macmillan.
- Sirin, C. V., Valentino, N. A., & Villalobos, J. D. (2021). *Seeing Us in Them: Social Divisions and the Politics of Group Emphaty*. Cambridge: Cambridge University Press.
- van Dijk, J. A. (2006). *The Network Society: Social Aspects of New Media 2nd ed*. London: Sage Publications.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. New York: Cambridge University Press.
- We are social. (2019, March 7). *Lipsus Internet* 2019. Retrieved from Websindo.com: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>.
- WHO Statement. (2020, April 27). *WHO Timeline - COVID-19*. Retrieved from WHO: <https://www.who.int/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19>.
- Wulansari, I. (2014). Artikulasi komunikasi politik Ridwan Kamil dalam media sosial Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20-40. DOI: <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v6i2.413>.
- Xiao, F., Noro, T., & Tokuda, T. (2012). News-Topic Oriented Hashtag Recommendation in Twitter Based on Characteristic Co-occurrence Word Detection. In M. Brambilla, T. Tokuda, & R. Tolksdorf, *Web Engineering: 12th International Conference, ICWE 2012 Proceedings* (pp. 16-30). Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Zwijze-Koning, K. H., & deJong, M. D. (2015). Network analysis as a communication audit instrument: Uncovering communicative strengths and weaknesses within organizations. *Journal of Business and Technical Communication*, 36-60. DOI: 10.1177/1050651914535931.

Komunikasi Antarbudaya dalam Konflik di Media Sosial (Analisis Isi Konflik Overstay Kristen Gray di Twitter)

Dimas Satriawan Lambang Wicaksono	Mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada email: -
Farah Fattatin Fauziah	Mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada email: -
Ulima Nabila Adinta	Mahasiswa Ilmu Antropologi Budaya, Universitas Gadjah Mada email: -
Lidwina Mutia Sadasri	Dosen Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada email: lidwina.mutia@ugm.ac.id

ABSTRAK

Social media has become a place for various limitless interactions, including conflict interaction. This research is intended to discover the face management of individuals with different cultural backgrounds in intercultural conflict situations on social media. One of the issues that can be studied using the concept of face negotiation theory is the case of Kristen Gray's overstay, which was discussed for several days on Twitter. Therefore, three research questions emerge: (1) how is face management between Indonesian citizens and Black Americans in the intercultural conflict "Kristen Gray" on Twitter in the period of January 17-20, 2021? (2) when compared to Ting-Toomey's assumption, is there any change in face management in Indonesian and Black American individuals? (3) why did face management changes occur? Content Analysis is used as a primary method. There are several findings in this research: individualistic face management is shown by both conflicting actors, shifting in Indonesian's netizen face management that analyzed using the role of social media, and absence of Black's face management shifting is analyzed using community perspective.

Keywords: *intercultural, conflict, Twitter, face negotiation.*

PENDAHULUAN

Media sosial seharusnya hadir sebagai ruang interaksi yang bebas dan tanpa sekat. Namun demikian, yang terjadi justru ruang tersebut semakin mencekam, menjadi ruang saling mencela, dan menghina satu sama lain. Liu (2019) mengatakan bahwa kehadiran media sosial menjadi ruang virtual baru bagi para penggunanya dalam melakukan interaksi sosial. Media sosial memanfaatkan internet untuk menyediakan tempat yang menghubungkan pengguna ke ruang virtual. Sekat tak lagi

menjadi penghalang, dan manusia bisa terhubung secara global hingga tercipta komunikasi antarbudaya. Keberadaan komunitas virtual menunjukkan bahwa internet bukan hanya media akses informasi, tetapi juga ruang untuk menjangkau orang lain, berbicara, bertukar pendapat, dan membangun suatu hubungan (Sproull & Faraj, 1997).

Salah satu isu yang bisa dikaji menggunakan konsep komunikasi antarbudaya di media sosial adalah kasus Kristen Gray. Kasus

ini bermula saat Kristen membuat utas untuk mengajak Warga Negara Asing (WNA) hidup di Bali (Kumparan, 2021). Kristen menulis *e-book* tentang bagaimana cara Kristen dan pasangannya, Saundra Michelle Alexander, bisa hidup di Bali. Akan tetapi, cuitan tersebut mengindikasikan bahwa Kristen dan Saundra tinggal di Bali dengan cara ilegal. Dalam utas tersebut, mereka mengatakan bahwa mereka tidak membayar pajak karena tidak menghasilkan uang dalam mata uang rupiah, tetapi dolar. Tagar #bali sempat trending di Twitter pada 17-18 Januari 2021 yang berisi tentang opini-opini pengguna Twitter tentang kasus Kristen Gray (Prayitno, 2021).

Utas ini memicu konflik di antara warganet Indonesia dan warganet *Black-American*. Konflik ini merupakan konflik antarbudaya yang melibatkan perasaan pengumpulan atau frustrasi emosional, baik secara implisit maupun eksplisit di antara dua pihak yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda dengan penyebab nilai-nilai, norma, orientasi wajah, tujuan, sumber daya, proses dan atau hasil dalam situasi komunikasi (Ting-Toomey & Chung, 2012). Konflik ini direfleksikan oleh argumen dalam cuitan-cuitan dan utas oleh warganet Indonesia dan *Black-American* di Twitter.

Warganet Indonesia berargumen bahwa Kristen Gray melanggar beberapa hal, yaitu pelanggaran protokol kesehatan karena mengajak perpindahan massa di tengah pandemi, penawaran eksploitasi sistem visa turis, dan menyebar misinformasi mengenai Bali merupakan tempat yang *queer-friendly*—ramah

bagi minoritas yang mereferensikan komunitas Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender, dan *Queer* (LGBTQ) (Kumparan, 2021). Selain itu, isu-isu gentrifikasi, yaitu proses masuknya penduduk yang mengakibatkan perubahan ekonomi di daerah Bali juga digaungkan oleh warganet Indonesia (Rentjoko, 2021). Di titik ini, warganet Indonesia ingin mempertahankan Indonesia, yang dalam konteks ini adalah Bali, agar tidak dieksploitasi.

Di sisi lain, terdapat *Black-American* yang membela Kristen Gray. Argumen yang diluncurkan adalah mengenai isu *anti-blackness*. Tariq Nasheed, seorang jurnalis *Black-American* pendukung Kristen Gray, mengatakan bahwa dia sudah pernah pergi ke Bali dan orang-orang Bali tidak memiliki masalah dengan pengunjung berwarna kulit putih. Tariq juga menyematkan tautan artikel tentang isu mahasiswa Papua di Surabaya pada tahun 2019 untuk memvalidasi argumennya. Di titik ini, diasumsikan bahwa Tariq Nasheed dan *Black-American* pendukung Kristen Gray lain menjunjung *black solidarity*, yaitu kampanye kepada *Black-American* untuk menjadi agen perubahan sosial yang lebih menyatu (Shelby, 2002). *Black solidarity* sendiri merupakan usaha untuk membebaskan *black*, sebutan bagi orang-orang berkulit hitam, dari opresi, dan dukungan terhadap Kristen Gray serta pengangkatan isu Papua merupakan refleksi dari kampanye *black solidarity*.

Dalam konflik ini, pihak-pihak yang berkonflik menunjukkan wajah mereka di media sosial. Wajah di sini merupakan citra diri seseorang atau pihak yang ditampilkan dalam

pertemuan dan interaksi sosial. Menurut Goffman (1967), wajah bukanlah citra diri yang melekat di dalam individu, tetapi wajah merupakan citra yang dibentuk, dipertahankan, diperkuat, dinegosiasikan, rusak ataupun hilang. Cara individu untuk mengelola wajah sebagai citra disebut sebagai *facework*. Dalam konteks konflik, Ting-Toomey mencetuskan *Face Negotiation Theory* (FNT) untuk menjelaskan bagaimana seseorang menunjukkan dan mengelola wajah dalam keadaan konflik. Pengelolaan wajah dipengaruhi oleh latar belakang budaya. Ting-Toomey mengungkapkan setidaknya pengelolaan wajah dipengaruhi oleh dimensi kultural individualisme dan kolektivisme (West & Turner, 2010). Indonesia, dalam riset Hofstede (2011) memiliki nilai kolektivisme yang terhitung tinggi, sedangkan Amerika Serikat memiliki nilai individualisme yang tinggi (West & Turner, 2010).

Ting-Toomey mempercayai bahwa konflik terjadi antara kedua pihak yang memiliki dimensi kultural yang berbeda. Asumsi awal dari riset ini menilai bahwa *Black American* memiliki dimensi kultural yang berbeda dengan individualisme Amerika. Hal ini disebabkan adanya *black solidarity* yang membuat *Black American* menganut nilai-nilai kolektivisme di antara sesama *Black American*. Riset analisis isu *overstay* Kristen Gray dari perspektif FNT pada periode 17-20 Januari 2021 di Twitter penting untuk dilakukan karena keberadaan media sosial memungkinkan interaksi antar pengguna dari berbagai latar belakang budaya dan membangun relasi, baik yang memiliki tendensi

positif maupun negatif (Liu, 2019). Kekayaan kiriman Twitter yang berasal dari penggunaan tagar memungkinkan siapapun untuk melacak akar masalah serta individu yang berkelindan di dalamnya (Davis, 2014). Komunikasi antarbudaya yang terjadi di platform Twitter ini menjadi dasar peneliti dalam menelisik konflik ini melalui pemikiran Ting-Toomey dengan hipotesis awal bahwa konflik terjadi jika melibatkan pihak yang memiliki dimensi kultural yang berbanding terbalik.

Dukungan hipotesis Ting-Toomey sekaligus menjadi pijakan salah satu riset di bidang komunikasi yang mengintegrasikan kasus antarbudaya di media sosial dan perspektif FNT sebagai teori analisis. Riset ini juga memiliki kebaruan kasus berupa konflik yang dipicu kondisi pandemi Covid-19. Riset terdahulu mengenai pengelolaan wajah sejauh yang diketahui, belum mengandung integrasi kasus dan teori. Salah satu contohnya adalah riset Merolla *et. al.* (2019) yang meneliti tentang pengelolaan wajah antara warga Amerika Serikat dan China dalam konteks permintaan maaf, rekonsiliasi, dan balas dendam. Riset Merolla meneliti perbedaan pengelolaan wajah tanpa adanya kasus spesifik dan memberikan gambaran tentang situasi konflik antarbudaya di media sosial. Gambaran ini dapat digunakan sebagai basis kesadaran bahwa orang-orang yang berlatar belakang budaya berbeda memiliki pengelolaan wajah yang berbeda. Dengan adanya kesadaran, harmonisasi antarbudaya di media sosial dapat terjaga.

Selain itu, lingkungan digital sekarang telah terintegrasi dengan kehidupan sosial

masyarakat. Konflik yang terjadi di media sosial tidak lagi hanya dapat dimaknai sebagai konflik pribadi. Konflik dalam tingkatan relasi yang lain juga dapat dengan mudah ditemukan di media sosial, seperti komunitas, organisasi, bahkan level yang lebih luas, yakni konflik antar negara. Pada riset ini, secara spesifik menunjukkan satu kasus dimana konflik di media sosial telah masuk ke ranah hubungan antarnegara, yaitu Indonesia dan Amerika Serikat. Riset ini berfungsi sebagai pemetaan manajemen wajah yang berguna sebagai masukan terhadap cara pemerintah atau *stakeholder* lain menyelesaikan konflik dengan berbagai macam wajah.

Maka dari itu, riset ini bertujuan menganalisis pengelolaan wajah antara warganet Indonesia dan *Black American* dalam konflik antarbudaya “Kristen Gray dengan berangkat dari tiga pertanyaan, yaitu (1) Bagaimana pengelolaan wajah antara warganet Indonesia dan *Black American*, dalam konflik antarbudaya “Kristen Gray” di Twitter pada periode 17-20 Januari 2021? (2) Jika dibandingkan dengan asumsi Ting-Toomey, apakah terjadi perubahan pengelolaan wajah pada individu Indonesia dan *Black American*? dan (3) Mengapa perubahan pengelolaan wajah dapat terjadi?

Metode Penelitian

Riset ini dilakukan dengan menggunakan analisis isi. Analisis isi digunakan dalam studi tentang komunikasi manusia yang direkam jejaknya di dunia digital (Sadasri, 2020). Analisis isi oleh Babbie (2007) dinyatakan

sebagai seperangkat metode untuk menganalisis konten simbolik komunikasi. Ide dasarnya adalah untuk mengurangi ruang lingkup komunikasi secara keseluruhan menjadi sekelompok kategori yang mewakili beberapa karakteristik minat studi. Metode ini digunakan untuk memeriksa berbagai hal dari fenomena Kristen Gray dengan menganalisis bentuk-bentuk komunikasi digital dalam Twitter yang menimbulkan konflik antar identitas.

Data yang mendukung riset ini adalah 1.451 cuitan Twitter, yang mencakup 1.053 cuitan dari warganet Indonesia, 53 cuitan dari warganet *African American*, serta 14 cuitan dari warganet *Others* (lain-lain). Terdapat 1.120 cuitan yang berhasil diidentifikasi, dan 331 data lainnya tidak dapat diidentifikasi karena konten cuitan tidak berbahasa Inggris atau Indonesia, konten cuitan merupakan konten *spam*, media, dan tidak berhubungan dengan konflik. Data ini didapatkan dari Indonesia Indicator (i2) sebagai penyedia jasa *data mining*. Dalam melakukan analisis isi, peneliti menggunakan perangkat lunak QDA Miner untuk mengolah data cuitan Twitter. Dalam riset ini, QDA Miner digunakan untuk menyimpan semua dokumen dalam bentuk foto, baik tunggal maupun serial, skema pengkodean, kode, dan catatan di satu set file yang disebut 'proyek'. Alat analisis pada QDA Miner yang digunakan dalam riset ini adalah *coding frequency*, *distribution of codes*, dan *co-occurrence link*.

Pada analisis data tahap pertama, dilakukan identifikasi kategori konten yang akan dikodekan dengan memetakan konten yang ada selama dua minggu berdasarkan FNT dari Ting-

Toomey. Pertama, *Self-construal* yang diartikan sejauh mana individu menganggap dirinya independen atau bagian dari suatu kelompok. Dalam *self-construal* terdapat dua konsep, yaitu independen (terlepas dari identitas grup) dan interdependen (menganggap dirinya tergabung dalam grup). Independen memiliki kecenderungan ke budaya individualis, sedangkan interdependen memiliki kecenderungan ke budaya kolektivis. Kedua, *Face concern* yang dimaknai sebagai fokus seseorang dalam memberi perhatian kepada wajahnya (*self-face*) sendiri atau melindungi wajah orang lain (*other face*). Ketiga, dalam manajemen konflik, terdapat beberapa respon berbeda yang mungkin akan dilakukan oleh individu: *avoiding*/menanggapi konflik dengan menarik diri dari diskusi terbuka, *obliging*/mengakomodasi atau mengalah pada keinginan orang lain, *compromising*/melakukan negosiasi dan mencari jalan tengah, *dominating*/menggunakan otoritas untuk membuat keputusan dan memenangkan, dan *integrating*/berdiskusi dan berkolaborasi untuk menemukan solusi, *third party help*/meminta bantuan pihak ketiga untuk menemukan solusi, *passive aggressive*/ menyelesaikan konflik dengan menyindir atau merasa pihak lain bersalah secara tidak langsung, *emotional expression*/ menyelesaikan konflik dengan menunjukkan emosi (Griffin, 2011).

Setiap manajemen konflik memiliki kecenderungan dengan asumsi seperti gambar berikut:

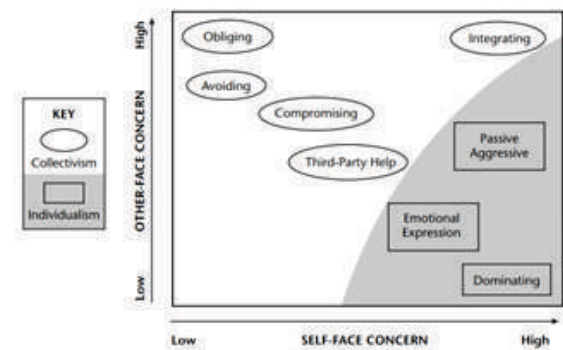


FIGURE 32-2 A Cultural Map of Eight Conflict-Management Styles
Adapted from Stella Ting-Toomey and John Oetzel, *Managing Intercultural Conflict Effectively*

Gambar 1.1 Peta Manajemen Konflik

Populasi cuitan tersebut dipersempit dengan menghapus konten *retweet* karena tidak merepresentasikan argumen. Dari hasil penjarangan data dari bantuan perangkat lunak, terdapat 1.452 cuitan Twitter yang dianalisis oleh dua *coders*. *Coders* independen yang memetakan data memiliki latar belakang ilmu komunikasi untuk memperkuat sensitivitas *coders* terhadap data yang di-coding. *Coders* dilatih menggunakan alat perekam, dan *coders* tidak terhubung untuk mencegah diskusi tentang proses coding. Reliabilitas antar-coder diuji dengan menggunakan *intercoder agreement* pada QDA Miner 5 menggunakan kriteria kesepakatan ada atau tidak adanya kasus, menggunakan statistik alpha Krippendorff. Hasil riset menunjukkan bahwa secara kumulatif 0.7 pada keandalan *intercoder*.

Hasil dan Pembahasan Pengelolaan Wajah Antara Warganet Indonesia dan *Black American*

Dalam kategori *self construal*, terdapat 637 cuitan yang diidentifikasi sebagai

independen dan 485 cuitan yang diidentifikasi sebagai interdependen. Dalam kategori *face concern*, terdapat 740 cuitan yang mementingkan wajah pribadi (*self-face*) dan 375 cuitan yang mementingkan wajah pihak lain (*others face*). Dalam kategori manajemen konflik, *dominating* menjadi manajemen konflik yang paling banyak dilakukan. Urutan manajemen konflik sebagai berikut: *dominating* sebanyak 374 cuitan, *integrating* sebanyak 268 cuitan, *passive aggressive* sebanyak 258 cuitan, *compromising* sebanyak 119 cuitan, *third party help* sebanyak 87 cuitan, *emotional expression* sebanyak 41 cuitan, *obliging* sebanyak 31 cuitan, dan *avoiding* sebanyak 22 cuitan.

	Count	% Codes	Cases	% Cases
Kebangsaan				
• Indonesia	1053	23.1%	1053	72.6%
• Others	14	0.3%	14	1.0%
• Others (Probably Black)	53	1.2%	53	3.7%
Self Construal				
• Independen	638	14.0%	637	43.9%
• Interdependen	485	10.6%	485	33.4%
Face Concern				
• Self Face	740	16.2%	740	51.0%
• Others Face	375	8.2%	375	25.8%
Conflict Management				
• Avoiding	22	0.5%	22	1.5%
• Obliging	31	0.7%	31	2.1%
• Dominating	374	8.2%	374	25.8%
• Compromising	119	2.6%	119	8.2%
• Emotional Expression	41	0.9%	41	2.8%
• Integrating	268	5.9%	268	18.5%
• Passive Agressive	258	5.7%	258	17.8%
• Third-Party Help	87	1.9%	87	6.0%

Gambar 1.2. Persebaran Kategorisasi

Lebih lanjutnya, *self construal*, *face concern*, dan manajemen konflik akan dikategorisasikan per-kebangsaan. Warganet Indonesia memiliki kecenderungan menganut *self construal* independen. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kategori independen sebanyak 594 cuitan, sedangkan interdependen sebanyak 458

cuitan. Selain itu, warganet Indonesia juga lebih mementingkan wajah pribadi, daripada wajah pihak lain. Hal ini dapat dilihat dari jumlah cuitan bernada *self-face* sebanyak 684 cuitan, sedangkan *others face* sebanyak 362 cuitan. Warganet Indonesia juga mayoritas memanajemen konflik menggunakan *dominating* dengan indikator 323 cuitan bernada *dominating*. Selanjutnya, terdapat *integrating* sebanyak 260 cuitan, *compromising* sebanyak 115 cuitan, *third party help* sebanyak 87 cuitan, *emotional expression* sebanyak 40 cuitan, *obliging* sebanyak 30 cuitan, dan *avoiding* sebanyak 21 cuitan.

Warganet *Black* memiliki kecenderungan menganut *self construal* independen dengan 28 cuitan, sedangkan interdependen sebanyak 25 cuitan. Warganet *Black* juga cenderung melindungi wajahnya sendiri dengan cuitan bernada *self face* sejumlah 46 cuitan dan 6 cuitan bernada *others face*. *Dominating* merupakan manajemen konflik mayoritas yang digunakan oleh *Black*, yaitu sebanyak 42 cuitan. Selanjutnya, terdapat *passive aggressive* sebanyak 9 cuitan, *compromising* sebanyak 4 cuitan, dan *third party help*, *avoiding*, dan *obliging* sebanyak 1 cuitan.

Warganet *Others* memiliki kecenderungan menganut *self construal* independen dengan 13 cuitan, sedangkan interdependen sebanyak 1 cuitan. Warganet *Black* juga cenderung melindungi wajahnya sendiri dengan cuitan bernada *self face* sejumlah 8 cuitan dan 6 cuitan bernada *others face*. *Dominating* merupakan manajemen

konflik mayoritas yang digunakan oleh *Others*, yaitu sebanyak 8 cuitan. Selanjutnya, terdapat *passive aggressive* sebanyak 5 cuitan. Riset ini belum menemukan identifikasi manajemen konflik lain, selain *dominating* dan *passive aggressive*. Dari data yang tersaji, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat tren kecenderungan identitas warganet, baik Indonesia, *Black*, dan *Others* sebagai penganut manajemen wajah individualistik.

Pergeseran Pengelolaan Wajah

Pada asumsi awal, Ting-Toomey mencantumkan bahwa kecenderungan tipe manajemen wajah akan berdasar pada latar belakang budaya. Sebagai contoh, China memiliki latar belakang budaya kolektivistis, sedangkan Amerika memiliki latar belakang budaya individualis. Masyarakat yang tinggal di China cenderung akan menganut nilai-nilai kolektivistis sehingga ia akan menyelesaikan konflik dengan metode dan orientasi mempertahankan harmoni sosial. Masyarakat yang tinggal di Amerika, dengan premis yang sama, akan menganut nilai-nilai individualis. Latar belakang budaya lingkungan tempat tinggal menjadi prediktor kecenderungan konsep diri bagi individu (Ting-Toomey & Chung, 2012). Menurut Ting-Toomey (2012), semakin individu memegang konsep diri (*self construal*) independen, ia akan cenderung memperhatikan wajahnya sendiri (*self-face*), menggunakan logika linear, dan *low-context approach* dalam menyelesaikan konflik. Begitu juga sebaliknya, semakin individu memegang konsep diri

interdependen, ia akan cenderung memperhatikan wajah pihak lain (*other-face*) dan wajah sesama (*mutual face*), menggunakan logika memutar, dan *high-context approach* dalam menyelesaikan konflik. Beberapa riset sebelumnya menemukan bahwa individu dari negara-negara berlatar belakang individualis cenderung menggunakan manajemen konflik *self-defensive*, *dominating*, dan *competitive*. Sebaliknya, individu dari negara-negara berlatar belakang kolektivistis cenderung menggunakan manajemen konflik *integrative*, *compromising*, *obliging*, dan *avoiding*.

Menariknya, temuan riset tidak menunjukkan hasil yang sama. Temuan ini mengindikasikan adanya pergeseran yang terjadi dalam manajemen wajah oleh pengguna media sosial di Indonesia. Warganet Indonesia, dalam konflik di Twitter, menunjukkan kecenderungan konsep diri independen, mempertahankan *self-face*, dan menganut manajemen konflik *dominating*. Temuan ini berbeda dari asumsi Ting-Toomey yang mengatakan bahwa latar belakang budaya menjadi prediktor kecenderungan manajemen wajah. Temuan ini juga sejalan dengan hasil riset Microsoft (2021) mengenai *civility, safety & interaction online* di Indonesia dan Amerika Serikat. Aksi paling umum yang diambil oleh pengguna media sosial di kedua negara ialah “*I stood up for myself*” atau berdiri sendiri (independen). Walaupun begitu, ragam kolektivistik tetap terlihat dari sebagian warganet. Hal ini terlihat dari konsep diri interdependen (458) yang jumlahnya hampir menyamai independen (594) dan manajemen

konflik khas kolektivis (*integrating* dan *compromising*) yang berada pada urutan kedua dan ketiga.

Sementara itu, manajemen konflik dari *black* mengkonfirmasi temuan Ting-Toomey, yaitu *black* memiliki pola manajemen konflik yang terpengaruh dari budaya individualistik dan kolektivistik (Ting-Toomey & Chung, 2012). Individualistik terlihat dari konsep diri independen, *face-concern* berupa *self-face*, dan menggunakan manajemen konflik *dominating*. Kolektivistik terlihat dari *values* yang terkandung dalam argumen-argumen *Black* dalam konflik. Bukti lainnya adalah konsep diri interdependen teridentifikasi dengan jumlah yang hampir sama dengan independen. Selain itu, keberadaan *values* membuat *Black* cenderung memperlihatkan emosi (*emotionally engaged*) dalam berkonflik. Salah satu contoh cuitan *Black* bernada emosi:



Gambar 1.3. Salah satu contoh cuitan

Pergeseran, seperti pada temuan warganet Indonesia, bukanlah hal yang baru.

Pergeseran manajemen konflik juga ditemukan dalam riset Croucher *et. al* (2012) tentang strategi konflik di Thailand dan India yang berlatar belakang kolektivistik. Poin menarik dari riset ini adalah beberapa responden menunjukkan kecenderungan penggunaan strategi konflik berorientasi solusi (*solution-oriented style*), seperti *compromising* dan *integrating*. Temuan Croucher berbeda dengan temuan lampau milik Ting-Toomey (1985) dan Chau & Gudykunst (1987) yang hanya menunjukkan penggunaan strategi konflik non-konfrontasi, seperti *avoiding* dan *obliging*. Croucher menginterpretasikan temuannya dengan beberapa sudut pandang, tetapi semuanya memiliki inti yang sama, yaitu perubahan dinamika sosio-kultural dan ekonomi. Dalam konteks riset ini, peneliti melihat medium - media sosial - menjadi salah satu faktor yang menyebabkan dinamika pergeseran dan penetapan manajemen wajah dalam konflik.

Faktor Pergeseran Manajemen Wajah

Media sosial, seperti Twitter, memiliki sifat-sifat yang menjadikannya berbeda. Media sosial memungkingkan penggunaannya untuk bebas dan unik. Opini, konten, emosi, ide, dan pemikiran pengguna bebas disebar, sekaligus tanpa sensor (Gündüz, 2017). Kebebasan ini pun juga membuka gerbang-gerbang pembatas dalam interaksi konvensional, seperti pembatas geografis, kultur, dan pemikiran. Kebebasan ini menyebabkan pengguna memiliki berbagai kontrol, seperti kontrol untuk membuat profil

(akun) baik sesuai dengan identitas asli atau palsu, mempersonalisasi dan memproduksi konten, dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui fitur yang disediakan oleh media sosial (Hjorth & Hinton, 2013).

Kebebasan memungkinkan pengguna untuk terbebas dari norma-norma tempat tinggal pengguna (Gündüz, 2017). Terlebih lagi, fitur anonimitas memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan siapapun tanpa menunjukkan identitas aslinya. Di titik ini, pengguna mempunyai identitas lain di media sosial yang sepenuhnya berbeda dengan identitas yang dimilikinya di dunia nyata. Implikasi dari banyaknya kebebasan ini adalah sifat individu yang terlihat lebih ekspresif daripada di dunia nyata. Konsekuensi dari kebebasan berekspresi adalah pergeseran nilai-nilai yang dipercayai oleh individu sehingga konsep diri interdependen bergeser ke independen.

Selain kebebasan berekspresi, perubahan pola hubungan di media sosial juga menyumbang pergeseran manajemen wajah warganet Indonesia. Media sosial melemahkan intimasi dan kedekatan hubungan. Keterhubungan pengguna di media sosial membuat pengguna dapat berinteraksi tanpa membentuk hubungan yang intim. Pola jaringan, setidaknya di Twitter, terbentuk dari jaringan dengan "ikatan lemah". Ikatan lemah didefinisikan dengan interaksi antar pengguna yang tidak memiliki hubungan, seperti hubungan teman (Hjorth & Hinton, 2013). Definisi ini berbeda dengan ikatan kuat yang berarti interaksi antar individu yang memiliki

hubungan, Walaupun dinamakan lemah, ikatan ini membawa sebagian besar diskursus di Twitter. Pengguna Twitter berdiskusi isu dengan pengguna lain yang tidak dikenal di dunia nyata (Granovetter, 1973). Ikatan lemah ini juga diakomodasi oleh fitur-fitur di Twitter. Fitur tagar dan *trending* memungkinkan pengguna untuk melacak isu daripada melacak pengguna lain. Hubungan yang lemah ini membuat individu lebih berani dalam menyampaikan pendapat-pendapat yang dirasa menyinggung. Individu dapat berasumsi bahwa ia tidak akan bertemu dengan seseorang yang ia temui di media sosial. Maka dari itu, individu tidak memiliki atau minim keterikatan emosional dengan pengguna lain. Hal ini direfleksikan dari mayoritas manajemen konflik yang digunakan oleh semua pihak adalah *dominating* yang bersifat agresif.

Temuan ini juga mengimplikasikan bahwa terdapat pelunturan budaya kolektivis dalam manajemen wajah oleh warganet Indonesia. Hal ini dapat dijelaskan oleh nilai-nilai yang dibawa oleh kultur internet, yaitu multikulturalisme. Multikulturalisme mengubah persepsi lokal dan tradisional dari pengguna internet dengan menyajikan konten-konten yang bernilai global (Gündüz, 2017). Dengan banyaknya kultur yang tersebar di internet, pengguna dihadapkan pada pertanyaan: "Kultur mana yang harus diikuti?". Pada tahap ini, pengguna sedang mengalami pemosisian identitas kultural (*positioning cultural identity*) (Baltezarevic, et al, 2019). Implikasinya, pengguna, terutama warganet dari Indonesia, sedang melakukan rekonstruksi

dan pendefinisian ulang identitasnya dengan kultur internet (Kellner, 1992). Identitas telah menjadi permainan pilihan (*game of choice*) yang dipilih berdasarkan pilihan individu itu sendiri (Baltezarevic, *et al*, 2019). Dalam temuan ini dan temuan Microsoft, dapat disimpulkan bahwa mayoritas warganet Indonesia memilih identitas dengan konsep diri independen, perlindungan wajah *self-face*, dan manajemen konflik *dominating*. Temuan ini juga mengimplikasikan bahwa masih banyak warganet Indonesia yang memegang nilai-nilai kolektivis walaupun tidak mendominasi.

Di sisi lain, identitas *black* di media sosial merupakan salah satu identitas yang unik. Dalam temuan ini, individu *black* tidak mengalami pergeseran manajemen wajah. Temuan ini bisa dipahami bahwa *black* memiliki rasa solidaritas yang tinggi dikarenakan perasaan senasib (Ting-Toomey & Chung, 2012). Hasil dari solidaritas adalah komunitas berbasis warna kulit. Komunitas ini telah banyak produk budaya, salah satunya klaim *n-words* sebagai kata yang hanya boleh digunakan oleh komunitas *black* (O'Dea & Saucier, 2020). Solidaritas ini pun terbawa ke lingkungan internet, bahkan internet digunakan sebagai mempromosikan komunitas virtual *black*. Gerakan BLM (*Black Lives Matter*) menjadi salah satu kampanye yang diusung oleh komunitas virtual *black* melalui berbagai media sosial, khususnya Twitter. Solidaritas *black* juga pernah terlihat dalam kasus kekerasan George Floyd. Isu yang dibawa pun merefleksikan trauma *black*, yaitu isu opresi berdasarkan ras. Dengan kata lain, sebagai identitas, *black* telah membuat

komunitas yang mengakomodasi permasalahan *black* sebagai minoritas di segala penjurus tempat dengan memanfaatkan internet sebagai medium. Menurut Handajani (2021), *collective memory* dari *black* membuat komunitas kulit hitam semakin solid dan semakin peka terhadap isu-isu yang dihadapi oleh *black*. Maka dari itu, argumen-argumen yang dibawa oleh *black* dalam kasus Kristen Gray ini pun kebanyakan merelasikan isu ras dengan penolakan Kristen Gray oleh warganet Indonesia.

Kesimpulan

Riset ini mempertanyakan bagaimana pengelolaan wajah para aktor berkonflik di Twitter, lebih tepatnya pada isu Kristen Gray. Berdasarkan hasil olah data, konten-konten yang dianalisis menunjukkan kecenderungan semua pihak dalam menggunakan strategi manajemen wajah khas individualistik, yaitu konsep diri independen, *self face concern*, dan manajemen konflik *dominating*. Jika diukur dari riset manajemen wajah sebelumnya, terjadi pergeseran manajemen wajah warganet Indonesia dari manajemen khas kolektivistik ke individualistik. Di sisi lain, warganet *Black* tidak menunjukkan perubahan manajemen wajah yang signifikan.

Jika ditelaah melalui *framework* media sosial, dapat diketahui bahwa pengguna merasa lebih bebas dalam berekspresi di dalam lingkungan media sosial. Kebebasan ini menyebabkan berbagai dinamika penampilan wajah di media sosial, termasuk pergeseran manajemen wajah yang terjadi pada warganet

Indonesia. Kebebasan yang diberikan oleh media sosial membuat penggunanya lebih bebas dan ekspresif untuk berpendapat. Beberapa penyebabnya adalah anonimitas identitas dan kelonggaran hubungan di media sosial. Pengguna menjadi lebih berani untuk berpendapat walaupun menyinggung perasaan orang lain. Buktinya, manajemen konflik yang digunakan oleh semua pihak adalah *dominating* yang cenderung bersifat agresif.

Pergeseran manajemen wajah juga dapat dianalisis dari konsep identitas yang berakar dari ideologi. Ideologi multikulturalisme yang dibawa oleh internet membuat berbagai nilai budaya dari seluruh dunia bercampur di satu medium. Dalam keadaan ini, individu mengalami restrukturisasi dan pendefinisian ulang identitasnya berdasarkan pilihan kultur yang ingin ia percayai dari internet. Walaupun identitas mayoritas warganet Indonesia yang diidentifikasi telah bergeser ke ragam budaya individualistik, masih cukup banyak warganet Indonesia yang memegang ragam budaya kolektivistik. Akan tetapi, riset lanjutan perlu dilakukan untuk membuktikan analisis ini.

Di sisi lain, penetapan manajemen wajah dapat ditilik dari warganet *Black*. Dalam temuan ini, diketahui bahwa warganet *Black* tidak mengalami pergeseran manajemen wajah. analisis tentang solidaritas *Black* menjadi salah satunya. Komunitas yang dibangun dari kesamaan nasib dan dapat memberikan 'ruang aman' diasumsikan dapat menjadi basis mengapa individu dalam suatu budaya tidak mengalami identitas - yang nantinya berpengaruh pada pergeseran manajemen

wajah. Dalam konteks konflik Kristen Gray, isu-isu rasisme dan *anti-black* terus digaungkan. Isu rasisme merefleksikan kesamaan nasib yang menjadi basis komunitas *black* didirikan.

Dapat disimpulkan, terlepas dari latar belakang budaya, warganet cenderung memilih manajemen wajah khas individualistik dengan manajemen konflik *dominating* yang menunjukkan bahwa rasa menghargai perspektif-perspektif yang berbeda kurang terlihat di media sosial. Hal ini disebabkan *dominating* diasosiasikan dengan mengintimidasi dan ingin menang sendiri, tanpa memperhitungkan perspektif orang lain yang berbeda. Oleh karena itu, kepekaan perbedaan budaya dan manajemen pengelolaan wajah menjadi suatu hal yang sangat krusial pada komunikasi antarbudaya di media sosial.

Daftar Pustaka

- Babbie, E. 2007. *The practice of social research*. Edisi ke-11. Thomson Wadsworth. Belmont, CA.
- Baltezarevic, *et al.* 2019. The Impact of Virtual Communities on Cultural Identity. *Symposium*. 6(1): 7-22.
- Chau, E. G. & Gudykunst, W. B. (1987). Conflict Resolution Styles in Low and High Context Cultures. *Communication Research Reports*, 4, 32-37.
- Croucher *et. al.* 2012. Conflict Styles and High–Low Context Cultures: A Cross-Cultural Extension. *Communication Research Reports*. 29(1): 64-73.

- Davis, J.L. 2014. Triangulating the Self: Identity Processes in a Connected Era. *Symbolic Interaction*, 37(4): 500-523
- Goffman, E. 1967. ON FACE-WORK: An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction. *Psychiatry*. 18(3): 213-231.
- Granovetter, M. S. 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. 78(6): 1360-1380.
- Griffin, E. M. 2012. *A FIRST LOOK AT COMMUNICATION THEORY*. Edisi ke-8. Mc-GrawHill. New York.
- Gündüz, U. 2017. The Effect of Social Media on Identity Construction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 8 (5): 85-92.
- Handajani, S. 2021. Diwawancarai oleh Dimas et, al [Google Meet]. 11 Agustus
- Hjort, L. & Hinton, S. 2013. *Understanding Social Media*. SAGE Publications: London.
- Hofstede, G. 2011. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
- Kellner, Douglas. 1992. Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities. In Scott, Lash & Friedman, Jonathan, *Modernity and Identity*, Cambridge: Blackwell. pp. 141-177.
- Kumparan. 2021. *Ini Daftar Pelanggaran Kristen Gray Selama di Bali Hingga Akhirnya Dideportasi*. URL : <https://kumparan.com/kumparannews/ini-daftar-pelanggaran-kristen-gray-selama-di-bali-hingga-akhirnya-dideportasi-1v0vinSOC99>. Diakses tanggal 25 Januari 2021.
- Liu, Mingxing. 2019. Impact of social media on Intercultural Communication Competence of Chinese People living in Sweden. *Tesis*. KTH Royal Institute of Technology.
- Merolla, A. J., Zhang, S. & Sun, S,. 2013. Forgiveness in the United States and China: Antecedents, Consequences, and Communication Style Comparison. *Communication Research*, 40(5), 595-622.
- Microsoft. 2021. *Civility, safety & interaction online: Indonesia*. URL: Digital Civility Index & Our Challenge | Microsoft Online Safety. Diakses tanggal 10 Agustus 2021.
- O'Dea, C. J. & Saucier, Donald. A. 2020. Perceptions of Racial Slurs Used by Black Individuals Toward White Individuals: Derogation or Affiliation?. *Journals of Language and Social Psychology*. 39 (5-6): 678-700.
- Rentjoko, A., 2021. *Komik: Kasus Kristen Gray dan Gentrifikasi*. URL : <https://lokadata.id/artikel/komik-kasus-kristen-gray-dan-gentrifikasi>. Diakses tanggal 8 Maret 2021.
- Prayitno, N. A. 2021. *Berbagi Soal Pengalaman Hidup di Bali, Dua WNA Ini Dikecam Warganet*. URL : <https://www.popbela.com/lifestyle/news/niken-ari/berbagi-soal-pengalaman-hidup-di-bali-dua-wna-ini-dikecam-warganet/8>. Diakses tanggal 7 Februari 2021.
- Sadasri, L. M. 2020. Micro-celebrity

- participation and risk communication in Indonesia. *Pacific Journalism Review: Te Koakoa*, 26(2), 53-71.
- Shelby, T. 2002. Foundations of Black Solidarity: Collective Identity or Common Oppression?. *Ethics*, 112(2), 231-266.
- Sproull, L. & Faraj, S. 1997. Atheism, sex, and databases: The net as a social technology. In S. Kiesler (Ed.), *Culture of the Internet*, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. pp. 35-51.
- Ting-Toomey, S. 1985. Toward a theory of conflict and culture. In W. B. Gudykunst, L. P. Stewart & S. Ting-Toomey (Eds.), *Communication, culture, and organizational processes*, Beverly Hills, CA: Sage. pp. 71-86.
- Ting-Toomey, S. & Chung, L. C.,. 2012. *Intercultural Communication*. Edisi ke-2. Oxford University Press. Oxford.
- West, R. & Turner, L 2010. *Introducing Communication Theory Analysis and Application*. Edisi ke-4. McGraw Hill. London.

