

Analisa Jejaring Sosial dan Retorika Deliberatif

Galih Chandra

Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia
Jl. Salemba Raya No. 4, Gedung IASTH Lt.6, Kampus UI Salemba, Jakarta Pusat 10430
E-mail: galih.chandra@ui.ac.id

Received: June 2023; Accepted: September 2023; Published: November 2023

Abstract

The aim of this research is to examine the phenomenon of deliberative rhetoric using the hashtag #SepakatDamai on Twitter to motivate the public. After the tragedy of riots between football supporters at the Kanjuruhan Stadium, it succeeded in triggering public attention and became a trending topic on Twitter. Many football supporters and the general public take an active role in voicing peace to reduce fighting. Through the hashtag #SepakatDamai, the public is persuaded to get involved in carrying out peace agreement actions so that, in the future, there will no longer be any hostility between football supporters. In the end, tweets from actors involved in peaceful demonstrations form social network patterns that can be utilized in deliberative rhetorical actions. The hashtag #SepakatDamai plays a role in mobilizing public opinion support for the peace agreement between football supporters. This discussion emerged spontaneously on Twitter and was widely discussed until it became a trending Twitter topic. This research uses the Social Network Analysis (SNA) method and then connects it with the Digital Movement of Opinion and Rhetoric Theory. This research stage began by determining the most dominant actor in the hashtag #SepakatDamai. After that, the researcher carried out an analysis of the posts made by that actor to determine the rhetorical phenomenon. The results of this research found that the hashtag #SepakatDamai succeeded in mobilizing public opinion about the football supporters' peace agreement. The most dominant actor is @mafiawasit, with a network structure value of degree 1.471, closeness 1.0, betweenness 0.000238, and eigenvector 1.0. The @mafiawasit account carries out deliberative rhetoric for the public by showing the facts that have occurred regarding the peace agreement between football supporters through posts on Twitter and retweeting similar posts so that the public follows the peaceful demonstration.

Keyword: Social Network Analysis (SNA); Deliberative Rhetoric; Twitter.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji fenomena retorika deliberatif pada tagar #SepakatDamai di twitter dalam memotivasi publik. Pasca tragedi kerusuhan antar supporter sepakbola di Stadion Kanjuruhan berhasil memicu perhatian publik dan menjadi trending topic di twitter. Banyak dari para supporter sepakbola dan masyarakat umum ikut berperan aktif dalam menyuarakan perdamaian untuk meredam pertengkaran. Melalui tagar #SepakatDamai publik dipersuasi untuk ikut terlibat melakukan aksi kesepakatan damai sehingga pada masa yang akan datang sudah tidak ada lagi permusuhan antar supporter sepakbola. Pada akhirnya tweet dari para aktor yang terlibat aksi damai ini membentuk pola jaringan sosial yang dapat dimanfaatkan dalam aksi retorika deliberatif. Tagar #SepakatDamai berperan dalam mobilisasi dukungan opini publik terhadap kesepakatan damai antar supporter sepakbola. Perbincangan tersebut muncul secara spontan di twitter dan ramai dibicarakan hingga menjadi trending topic twitter. Penelitian ini menggunakan metode Social Network Analysis (SNA) kemudian menghubungkannya dengan teori Digital Movement of Opinion dan Retorika. Tahapan penelitian ini dimulai dengan menentukan aktor yang paling dominan dalam tagar #SepakatDamai, setelah itu peneliti melakukan analisis pada postingan yang dilakukan oleh aktor tersebut untuk mengetahui fenomena retorika. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa tagar #SepakatDamai berhasil memobilisasi opini publik tentang kesepakatan damai supporter sepakbola. Aktor yang paling dominan adalah @mafiawasit dengan struktur jaringan nilai Degree 1.471, Closeness 1.0, Betweenness 0.000238 dan Eigenvector 1.0. Akun @mafiawasit melakukan retorika deliberatif ke publik dengan cara menunjukkan fakta yang telah terjadi tentang kesepakatan damai antar supporter sepakbola melalui postingannya di twitter dan melakukan retweet bentuk postingan yang serupa agar publik mengikuti aksi damai tersebut.

Kata Kunci: Social Network Analysis (SNA); Retorika Deliberatif; Twitter.

doi: <https://dx.doi.org/10.51544/jlmi.v7i2.4556>

© 2023 Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi. This is an open access article under the CC BY-SA license

Website: <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI>
<http://e-journal.sari-mutiara.ac.id>

PENDAHULUAN

Indonesia belakangan ini diramaikan oleh aksi para suporter bola untuk sepakat damai. Mereka berkumpul menjadi satu di Stadion Mandala Krida Yogyakarta mendeklarasikan dirinya untuk berdamai selamanya, mengubur semua dendam dimasa silam dan menyudahi segala macam permusuhan (Sadheli, 2022). Mereka memulai kesepakatan damai dengan melaksanakan shalat gaib, doa bersama dan dilanjutkan dengan menyalakan lilin dan cahaya secara bersama sebagai simbol perdamaian (Zuraya, 2022). Para suporter bola ini diantaranya adalah Brajamusti dan The Maident (Yogyakarta), Paserbumi (Bantul), Slemania dan BCS (Sleman), Pasoepati, Ultras, dan GK Sember Nyawa (Solo), Panser Biru dan Snex (Semarang), Aremania (Malang), Bonek (Surabaya), The Jakmania (Jakarta), serta Bobotoh dan Viking (Bandung). Fenomena ini merupakan sebuah bentuk solidaritas antar supporter pasca kerusuhan agar tidak ada lagi kerusuhan yang terjadi seperti tragedi Stadion Kanjuruhan tanggal 1 Oktober 2022 silam (Zuraya, 2022).

Sepakat damai antar suporter sepakbola Indonesia ini memicu publik untuk saling memperbincangkan di media sosial salah satunya *twitter*. Cuitan bertemakan sepakat damai antar suporter bola berkumpul menjadi satu dalam sebuah tagar sepakat damai (#SepakatDamai). #SepakatDamai merupakan bentuk kampanye dari para suporter dalam dunia digital dalam rangka mendukung gerakan kesepakatan damai antar suporter. Kampanye digital melalui sarana tagar sudah sangat sering dilakukan karena dianggap memiliki ruang yang bebas tanpa adanya intervensi dari berbagai pihak (Barisione and Ceron 2017). Selain itu, tagar memiliki kemampuan untuk dapat melihat pesan emosional, narasi yang imajinatif dan memiliki bingkai yang terang dalam lingkup digital (Eriyanto 2020). Tagar yang selalu digunakan dalam sebuah postingan akan menciptakan sebuah kelompok dan akan membesar menjadi sebuah komunitas, para pengguna yang bertemu dalam sebuah tagar yang sama akan dapat saling berinteraksi dan berdiskusi dalam topik yang sama. Tagar berfungsi sebagai operator dari beragam opini publik yang diartikulasikan yang terwujud dalam kumpulan *tweet*, algoritma, dan kritik (Berg, König, and Koster 2020).

Twitter merupakan *micro blogging* yang cocok untuk dijadikan sebagai tempat berkumpul di dunia maya dengan fitur *thread* dan *trending*. *Twitter* juga dapat digunakan pada berbagai tujuan salah satunya sebagai sumber data yang dapat digunakan untuk analisis sentimen, seperti melacak wacana publik tentang pandemi Covid-19 (Chen, Lerman, and Ferrara 2020). Opini yang disampaikan biasanya merupakan reaksi yang spontan dan emosional dan dapat berupa opini positif maupun negatif. Oleh karena itu pada setiap pengguna *Twitter* memiliki peluang untuk menjadi aktor dalam menyebarkan sebuah informasi maupun berita mengenai kesepakatan damai antar suporter sepakbola Indonesia melalui #SepakatDamai. Interaksi yang terjadi antar pengguna dalam #SepakatDamai secara alami membentuk sebuah pola jaringan yang saling terhubung dan kemudian melahirkan aktor yang paling berpengaruh dalam #SepakatDamai.

Tagar tersebut muncul dengan membawa pesan tersendiri untuk mengkampanyekan suatu gerakan sosial atau karena ada pengaruh dari sebuah dorongan tren yang kemudian menjadi sentimen di sosial media dalam hal ini *Twitter*. Akan selalu ada aktor utama atau paling dominan dalam topik komunikasinya yang kemudian membesar dan membentuk jaringan komunikasi. Aktivitas dalam ruang digital kini menjadi sangat aktif layaknya dunia nyata seiring dengan kemajuan jaman. Untuk melihat aktivitas dalam sebuah struktur jaringan diperlukan sebuah analisis jaringan yang dikenal dengan *Social Network Analysis* (SNA).

Social Network Analysis (SNA) sangat membantu dalam menganalisis sebuah hubungan jaringan sosial, mengidentifikasi pemetaan dan mengukur alur interaksi. Hubungan jaringan sosial dalam SNA digambarkan dalam bentuk nodes atau *vertices*, *nodes* melambangkan aktor atau *user* dalam jaringan, *ties* disebut *edges*/tepi sedangkan *links* atau koneksi melambangkan hubungan antar aktor. SNA merupakan ilmu yang mempelajari hubungan manusia dalam konteks jaringan sosial

yang memanfaatkan teori graf. Dalam SNA dapat terlihat hubungan pada jaringan aktor, sehingga aktor terhubung dengan siapa saja dapat terlihat jaringannya, selain itu SNA juga mampu mengukur seberapa kuat hubungan aktor, pola hubungan aktor, seberapa dekat hubungan dengan aktor, siapa yang menjadi penghubung antar aktor dan seberapa penting orang yang mempunyai jaringan aktor. SNA pada umumnya dimanfaatkan sebagai sebuah metode yang mampu menyajikan ilustrasi visualisasi hubungan dalam jaringan melalui *node* dan *links* sebagai relasi atau hubungan antar aktor (Eriyanto 2021)

Pada konsep analisis jaringan, bagian yang paling utama adalah sentralitas (*centrality*). Sentralitas berguna untuk mengukur pentingnya posisi *nodes* dalam suatu jaringan. Pengukuran sentralitas dimanfaatkan dalam menentukan aktor yang paling memiliki peranan paling penting dan menonjol dalam jaringan. Hal tersebut dapat dilihat melalui pengukuran sentralitas jaringan. Sentralitas jaringan terbagi dalam empat *centrality* yaitu *degree centrality*, *betweenness centrality*, *closeness centrality*, dan *eigenvector centrality*. *Degree centrality* menentukan popularitas aktor dalam sebuah jaringan. Aktor dengan nilai *degree* tertinggi menunjukkan bahwa aktor tersebut mempunyai relasi yang banyak. Sentralitas kedekatan (*Closeness Centrality*) digunakan untuk menggambarkan seberapa dekat aktor dengan semua aktor lain di dalam jaringan. Posisi seorang aktor sebagai yang berperan sebagai perantara (*betweenness*) dari hubungan antar aktor dalam suatu jaringan disebut dengan *betweenness Centrality*. Sedangkan *Eigenvector* menggambarkan seberapa penting orang yang mempunyai jaringan dengan aktor (Eriyanto 2021).

Dalam konteks retorika, tagar #SepakatDamai pada dasarnya memiliki pesan tersendiri untuk mempengaruhi publik dalam hal ini secara khusus adalah para supporter bola. Dalam sebuah struktur jaringan, opini yang disampaikan para aktor cenderung menggunakan retweet dan mention daripada reply langsung kepada akun dominan (Tjahyana, 2020). Pesan persuasi tersebut merupakan ajakan untuk kembali bersatu menyudahi segala bentuk perselisihan dan menjaga perdamaian antar supporter sepakbola. Pesan damai ditujukan untuk *supporter* bola agar melakukan aksi nyata untuk menjaga perdamaian pada masa mendatang, sehingga tidak ada lagi korban dalam pertunjukan sepakbola. Aksi tersebut dikenal dengan istilah retorika deliberatif. Oleh karena itu menarik untuk diteliti mengenai retorika deliberatif pada tagar #SepakatDamai di twitter.

Retorika berkaitan dengan seni berbicara secara efektif, pada dasarnya retorika merupakan sebuah keterampilan berbicara didepan public (West and Turner 2017). Retorika telah muncul untuk pertama kalinya di Yunani sekitar abad ke-5 Sebelum Masehi kemudian retorika berkembang pada zaman Socrates, Plato, dan Aristoteles. Fungsi retorika pada saat itu untuk menyediakan pengetahuan dan bimbingan bagi pembicara, sehingga mereka lebih mudah mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam retorika pembicara pada hakikatnya didesak untuk menyampaikan sesuatu yang benar, karena hal tersebut menjadi kunci dalam mencapai tujuan dan fungsi retorika.

Retorika erat kaitannya dengan pandangan Aristoteles yang mempunyai tujuan persuasi. Dalam melakukan persuasi kepada orang harus selalu mempertimbangkan tiga alat utama retorika yaitu etika atau kredibilitas (*ethos*), logika (*logos*) dan emosi (*pathos*) (West and Turner 2017). Dalam perkembangannya, Retorika dibagi ke dalam tiga bagian yaitu retorika forensik (*forensic rhetoric*), retorika epideiktik (*epideictic rhetoric*) dan retorika deliberatif (*deliberative rhetoric*). Retorika forensik (*forensic rhetoric*) mengacu pada sebuah cara komunikator dalam membimbing audiens untuk merasa bersalah atau tidak bersalah. Retorika epideiktik (*epideictic rhetoric*) mengacu pada pujian atau penyalahan. sedangkan retorika deliberatif (*deliberative rhetoric*) mengacu pada penentuan aksi audien (West and Turner 2017).

Penelitian sebelumnya berjudul “Retorika Deliberatif Selebgram dalam Memotivasi Audiens Media Sosial (Konten “Level Up” di Akun Instagram Benakribo)” menunjukkan bagaimana Bena menggunakan kanon retorika dalam memotivasi audiensnya. Pada penelitian lainnya yaitu “Retorika Digital dan *Social Network Analysis* Generasi Milenial Tionghoa Melalui *Youtube*”, penelitiannya

menjabarkan bagaimana kompleksitas dalam komunikasi jaringan dan melihat bagaimana retorika digital yang dilakukan oleh generasi milenial Tionghoa. Hasil penelitiannya konten yang menggunakan retorika *deliberatif* terbukti berhasil menarik khalayak.

Meskipun demikian, pada penelitian mengenai retorika *deliberatif* dengan menggunakan media sosial *twitter* oleh aktor dominan yang ditemukan dengan menggunakan analisis jaringan (*social network analysis*) masih belum banyak dilakukan. Oleh karena itu pada penelitian ini akan berfokus pada pembahasan retorika *deliberatif* yang dilakukan oleh aktor dominan. Namun sebelum membahas bagaimana retorika *deliberatif* dilakukan, peneliti akan terlebih dahulu menentukan aktor dominan dengan melakukan analisis jejaring sosial (*social network analysis*) pada tagar #SepakatDamai. Tagar tersebut dipilih sebagai tagar yang paling sesuai dengan topik pembahasan mengenai isu kesepakatan damai antar supporter bola yang trending pasca tragedi kerusuhan di stadion Kanjuruhan. Selain itu tagar tersebut merupakan tagar yang menjadi trending topik sebagai isu yang sedang diperbincangkan media dan masyarakat, sehingga menarik untuk dilakukan penelitian guna mengetahui bagaimana aktor yang dominan menggunakan retorika *deliberatif* dalam memotivasi publik pada tagar #SepakatDamai di *twitter*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Social Network Analysis (SNA)* dalam mengetahui aktivitas informasi yang terjadi dalam tagar #SepakatDamai. Dengan menggunakan SNA pola pertukaran informasi yang terbentuk akan tergambar lebih jelas. Metode SNA ini pada dasarnya dimaksudkan untuk melihat pola struktur dan jaringan antar aktor, sehingga akan menjawab bagaimana aktor saling bertukar informasi, pola struktur jaringan dan siapakah aktor-aktor yang paling berpengaruh dalam #SepakatDamai. Segala macam percakapan/*tweet* yang difasilitasi tagar di *twitter* akan membentuk sebuah kelompok jaringan tersendiri. Mereka akan bergerak menjadi besar dan saling terhubung sejalan dengan pembicaraan yang dilakukan oleh para aktor pada topik tertentu. Aktor dalam jaringan tersebut dapat muncul melalui sebuah postingan yang kemudian direspon oleh para aktor lainnya baik melalui *retweet*, *reply* maupun sebuah *mention* dalam sebuah topik dan tagar yang sama. Keadaan ini akan tumbuh menjadi sebuah jaringan yang dimiliki pada aktor tersebut, sehingga pada saatnya aktor tersebut akan menjadi dominan dan tumbuh dengan memiliki banyak jaringan.

Dalam penelitian ini seluruh percakapan yang dilakukan oleh para pengguna *Twitter* dalam tagar #SepakatDamai akan diambil menjadi objek penelitian, mulai dari aktivitas posting, *retweet*, *reply* dan *mention* dari para aktor yang terlibat dalam pembicaraan kesepakatan damai dengan menggunakan tagar #SepakatDamai. Sehingga jejak digital yang ditelusuri dari percakapan ini akan menjadi bahan dasar penelitian dalam lingkup tagar #SepakatDamai pada *Twitter*. Mereka para pengguna yang melakukan posting *retweet*, *reply* dan *mention* di *Twitter* merupakan target utama dalam penelusuran jejak digital yang akan diambil menggunakan bantuan perangkat lunak Netlytic. Netlytic dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengambil data percakapan dalam tagar #SepakatDamai dari *Twitter (Crawling Data)*. Meskipun demikian, Selain digunakan untuk *crawling data* Netlytic sendiri platform perangkat lunak online berbasis *cloud* yang dapat digunakan untuk menemukan sebuah tema yang muncul berdasarkan teks (Gruzd, Mai, and Kampen 2016) dalam hal ini data menggunakan kata kunci #SepakatDamai pada *twitter*. Kata kunci ini dipilih sesuai dengan fokus penelitian mengenai sepakat damai supporter bola Indonesia. Data percakapan tersebut diambil melalui *crawling data* menggunakan Netlytic sebanyak 10.000 data *tweet*.

Selanjutnya Data akan diolah menggunakan bantuan perangkat lunak/*software* lain yakni Gephi. *Software* Gephi merupakan perangkat lunak yang dapat dimanfaatkan dalam analisis jaringan komunikasi. Melalui bantuan *software* ini peneliti akan memiliki kemudahan dalam mengeksplorasi

pola jaringan yang ada dalam tagar. Selain itu peneliti akan lebih mudah dalam membuah sebuah visualisasi jaringan yang muncul dari para aktor yang telah menggunakan tagar #SepakatDamai, sehingga akan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis jaringan. Namun demikian *software* Gephi tidak dapat mengolah data tanpa adanya data set sebagai bahan yang dapat dianalisis, dalam mengolah data sebagai bahan analisis Gephi membutuhkan data yang mempunyai *source* dan target data set yang dapat diperoleh dari bantuan software lain, dalam hal ini Netlytic.

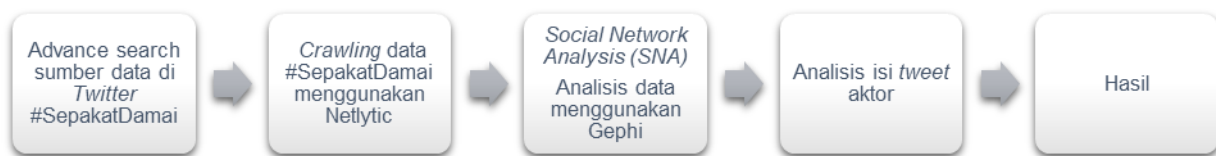
Tahapan dalam penelitian ini akan melalui berbagai macam tahapan. Tahapan pertama adalah mengidentifikasi beberapa kata kunci yang muncul terkait dengan isu kesepakatan damai antar *supporter* sepakbola dan tagar yang menjadi *trending topic* twitter. Setelah menemukan kata kunci dan tagar maka langkah berikutnya adalah mendapatkan semua percakapan yang diwadahi dalam tagar #SepakatDamai yang kemudian akan ditelusuri jejak digitalnya terlebih dahulu pada *Twitter* mulai dari tanggal 5-8 Oktober 2022. Setelah mendapatkan jejak digital yang dibutuhkan dalam penelitian maka pada tahapan berikutnya adalah melakukan penarikan data pada twitter. Data yang masih ada pada twitter tersebut selanjutnya diambil menggunakan bantuan software Netlytic sebanyak 10.000 data tweet dari percakapan yang menggunakan tagar #SepakatDamai, aktivitas ini dikenal dengan istilah *crawling data*. Setelah berhasil melakukan *crawling data* maka pada tahapan selanjutnya data mulai dianalisis sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Pada tahapan analisis data, seluruh percakapan yang berasal dari twitter tersebut kemudian akan masuk dua tahapan analisa yakni melalui analisis Netlytic dan Gephi. Netlytic selain digunakan untuk akan digunakan untuk mengetahui intensitas kemunculan kata kunci yang sering muncul dalam tagar serta mengetahui struktur jaringan yang dimilikinya. Setelah analisis Netlytic dirasa cukup maka data hasil *crawling* kemudian diekspor menjadi file *GEXF Graph File* (.gefx) yang dapat diterima oleh aplikasi gephi. Langkah selanjutnya data tersebut diolah menggunakan perangkat lunak Gephi untuk mengetahui pola jaringan, tingkatan kelompok dan yang terakhir aktor yang terlibat dan menjadi dominan serta visualisasi jaringan yang ditandai dengan besarnya "node" dalam sebuah jaringan.

Node dapat berada pada berbagai posisi yang bersifat struktural dalam sebuah jaringan, mereka memegang berbagai jenis dan tingkat pengaruh dalam hal arus informasi. Posisi dari sebuah node dapat diidentifikasi dengan menggunakan pengukuran sebuah konektivitas. Salah satu yang paling umum dalam sebuah pengukuran adalah pengukuran sentralitas. Sentralitas mengacu pada seberapa menonjol node yang terhubung dengan para aktor berada dalam jaringan. Sesuai namanya, sentralitas merupakan "pusat" dalam sebuah jaringan. Sehingga Sentralitas dalam sebuah jaringan dapat membantu menjelaskan sejauh mana aktor tersebut terhubung dengan orang lain di lingkungan mereka. Sentralitas terdiri dari derajat sentralitas, sentralitas jembatan/antara dan sentralitas kedekatan. Derajat sentralitas didasarkan pada sebuah jaringan, dimana aktor tersebut memiliki banyak hubungan dengan para aktor lainnya. Banyaknya hubungan atau koneksi berarti aktor tersebut memiliki banyak saluran arus informasi. Dalam derajat sentralitas terdapat dua jenis derajat sentralitas yaitu derajat sentralitas dalam dan derajat sentralitas luar. Derajat sentralitas dalam didasarkan pada ikatan atau hubungan yang telah dimulai orang lain dengan pengguna, dan derajat sentralitas luar didasarkan pada hubungan yang dimulai dengan orang lain. Sentralitas jembatan, banyak dari mereka tidak terhubung langsung satu sama lain, mereka mengandalkan pengguna lain untuk arus informasi, maka disinilah aktor dalam sentralitas jembatan berperan penting. Pengguna di jaringan media sosial kemudian dapat bervariasi dalam hal sejauh mana mereka memainkan peran penting jaringan Jembatan. Pengguna tersebut memegang kekuasaan atas tingkat dan jenis informasi yang mereka bagikan. Selanjutnya sentralitas kedekatan merupakan aktor yang memiliki hubungan kedekatan dengan aktor yang lain dalam sebuah jaringan. Sentralitas dapat menjangkau informasi dari pengguna di seluruh jaringan secara langsung atau tidak langsung melalui sejumlah pengguna

(Himmelboim 2017). Aktor yang dominan dalam sebuah jaringan akan terlihat dari analisis jaringan yang dapat memenuhi kriteria pengukuran sentralitas.

Setelah mendapatkan aktor yang paling dominan dalam jaringan, langkah selanjutnya pada tahapan terakhir adalah menganalisis bagaimana fenomena retorika deliberative dimainkan oleh aktor tersebut dalam rangka mengajak para aktor lain untuk terlibat mendukung gerakan kesepakatan damai antar *supporter* sepakbola. Hal tersebut dilakukan dengan cara membuka kembali/menelusuri jejak digital semua bentuk aktivitas dalam media sosial baik dari postingan, balasan, komentar maupun retweet dari aktor dominan.

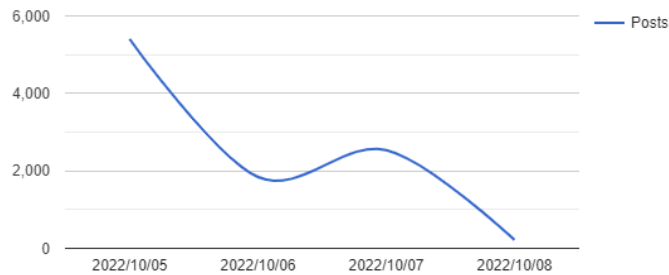


HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan pada kasus #SepakatDamai peneliti terlebih dahulu akan mendeskripsikan mengenai analisis jaringan untuk mendapatkan aktor utama yang paling berpengaruh dalam jaringan tagar #SepakatDamai. Setelah itu akan dilanjutkan dengan pembahasan mengenai retorika yang dilakukan oleh aktor utama yang telah ditemukan dalam analisis jaringan sebelumnya.

Dukungan mengenai aksi damai para supporter bola melalui twitter telah berhasil mendapatkan perhatian dari publik. Pemilik tagar #SepakatDamai merupakan akun yang aktif dalam tema sepakbola, akun tersebut adalah @supporter_PSIM wilayah Yogyakarta dengan follower sebanyak 4.469. Berdasarkan hasil penelusuran pada akun @supporter_PSIM ditemukan topik perbincangan yang banyak memperbincangkan mengenai sepakbola. Sebagian besar *follower* dari akun tersebut merupakan akun supporter bola dan akun pribadi yang tertarik dengan informasi mengenai sepakbola. Kemunculan tagar #SepakatDamai secara spontan muncul media banyak yang memeritakan aksi damai antar *supporter* bola Indonesia di Mandala Krida Yogyakarta. Tagar tersebut seakan menjadi sebuah *anchor* bagi publik untuk berpartisipasi dalam menyuarkan aksi damai antar supporter sepakbola. Tidak sedikit dari publik yang ikut memberikan dukungannya di twitter, ditandai dengan banyaknya penggunaan tagar hingga menjadi *trending topic twitter*.

Kesepakatan damai para supporter bola terjadi pada tanggal 4 oktober 2022, banyak dari media yang ikut memberitakan hingga mendapatkan perhatian dari publik. Gerakan ini ramai diperbincangkan di twitter sebagai bentuk solidaritas mendukung aksi damai tersebut hingga menjadi *trending topic* pada tanggal 5 Oktober 2022. Pada tanggal tersebut gerakan dalam tagar #SepakatDamai mendapat postingan sebanyak 5.402. Selanjutnya pada tanggal 6 Oktober 2022 postingan menurun menjadi 1.842, kemudian pada tanggal 7 Oktober 2022 kembali mengalami kenaikan menjadi 2.536 postingan, namun kenaikan tersebut tidak berhasil menaiki kembali titik puncaknya hingga pada akhirnya melandai pada tanggal 8 Oktober 2022 sebanyak 220 postingan. Jika diamati berdasarkan data tersebut maka pergerakan bergerak menurun membentuk kurva S dengan total tweet sebanyak 10.000 selama 4 hari mulai dari tanggal 5-8 Oktober 2022. Postingan *tweet* yang menggunakan #SepakatDamai di *twitter* seperti yang terlihat pada gambar berikut menggunakan *software* netlytic.



Gambar 1. Grafik pada tagar #SepakatDamai

Pengguna pada tagar #SepakatDamai hampir semua tweetnya menyuarakan keinginannya untuk mendapatkan situasi yang aman dan damai. Dari hasil penelitian kata kunci yang digunakan ditemukan bahwa kata #SepakatDamai paling banyak digunakan dalam percakapan. Hal ini menunjukkan bahwa publik mendorong aksi damai tersebut dengan harapan kedepan tidak ada lagi kejadian yang harus merenggut nyawa atas pertandingan sepakbola. Bentuk dukungan tersebut tertuang dalam kata *retweet* dan RT yang tinggi dalam sebuah percakapan memperkuat opini tersebut untuk terus disebar dalam *twitter*. *Retweet* dan RT merupakan kata yang biasanya digunakan para pengguna dalam *twitter* untuk menunjukkan bahwa *tweet* tersebut diposting ulang oleh pengguna lain. Hal ini menunjukkan partisipasi publik yang ikut mendorong gerakan damai dan terlihat sebuah usaha dari para *supporter* untuk dapat terus mendapat dukungan dalam aksi damai ini. Selain itu tidak sedikit pula publik yang ikut terharu dalam fenomena gerakan yang membawa aksi damai bagi para *supporter* bola. Penggunaan kata/topik yang muncul dalam pembicaraan mengenai tagar tersebut masih lekat hubungannya dengan tragedi kanjuruhan, banyak pengguna yang ikut menyuarakan gerakan sosial mengenai donasi dan bantuan untuk korban tragedi kanjuruhan. Kata tersebut muncul dari berbagai kalangan, termasuk didalamnya adalah dari army BTS yang membantu mengumpulkan donasi untuk tragedi kanjuruhan.



Gambar 2. Topik (Kata yang Digunakan) pada Postingan #SepakatDamai

Pada analisis struktur jaringan tagar #SepakatDamai ditemukan bahwa diameter dalam struktur jaringan #SepakatDamai bernilai 10, dapat diartikan postingan menyebar dari satu pengguna ke pengguna lain (akun media sosial) dalam 10 tahap. Diameter menggambarkan seberapa mudah seorang aktor dalam jaringan dijangkau oleh aktor lain. Langkah ini menunjukkan ukuran jaringan, dengan menghitung jumlah node yang dibutuhkan untuk mendapatkan dari satu sisi ke sisi lain.

Density dan *Reciprocity* (kepadatan dan timbal balik) rendah mendekati 0 (Kepadatan = 0.000246 dan Timbal balik = 0.005814) dapat diartikan dengan kepadatan yang rendah menunjukkan rendahnya interaksi antar pengguna, postingan juga tidak dua arah dapat dilihat dari angka timbal balik yang rendah. Postingan yang dilakukan antar pengguna dalam #SepakatDamai tidak terlihat adanya timbal balik dari pengguna lain, hal ini menunjukkan bahwa komunikasi bersifat satu arah,

banyak dari para pengguna meneruskan pesan aksi damai kesepakatan damai antar *supporter* bola Indonesia agar mendapatkan respon dari publik dan tersebar kepada para *supporter*.

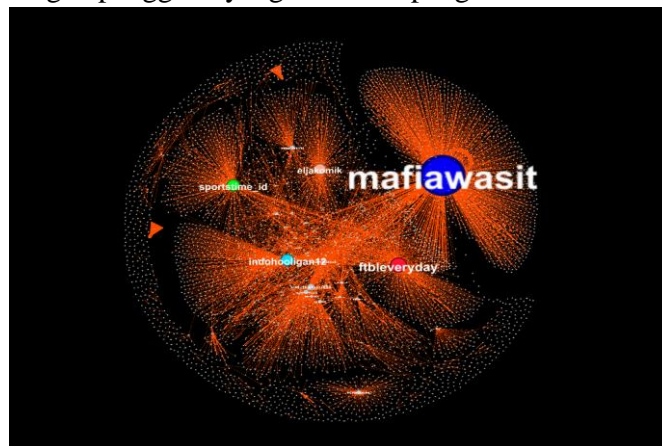
Centralization/sentralisasi bernilai 0.150000 maka dapat diartikan struktur jaringan cenderung mengalami penyebaran. *Centralization* merujuk kepada tingkat pemusatan jaringan pada aktor (*node* Akun media sosial) tertentu, dengan nilai jaringan sentralisasi rendah maka informasi mengenai kesepakatan damai antar *supporter* bola cenderung mengalir lebih bebas diantara banyak akun sosial media atau dengan kata lain tidak ada aktor yang dominan yang mengarah pada isi percakapan tersebut.

Modularity/Modularitas menunjukkan nilai rendah 0.768100 (mengarah 0), hal tersebut menunjukkan munculnya banyak kelompok (*cluster*) yang terkait dengan percakapan. Modularitas menunjukkan pengelompokan anggota jaringan (akun media sosial) dalam sebuah jaringan. Percakapan tidak didominasi oleh pelaku (akun) dominan karena tersebar dan membentuk cluster-cluster kecil.

Tabel 1. Struktur Jaringan #SepakatDamai

No	Analisis	Data
1	Diameter	10
2	Density	0.000246
3	Reciprocity	0.005814
4	Centralization	0.150000
5	Modularity	0.768100

Aktivitas digital dalam #SepakatDamai tentunya tidak terlepas dari aktor-aktor dominan yang mampu menggerakkan tagar tersebut. Dalam sebuah media sosial tentunya tagar tidak secara natural berdiri tanpa adanya dorongan pengguna yang memiliki pengaruh kuat dalam sebuah opini.



Gambar 3. Graph interaksi antar aktor #SepakatDamai menggunakan algoritma Yifan Hu

Pada gambar 3 dapat dilihat pola jaringan aktor dalam #SepakatDamai digambarkan dengan graph yang dihasilkan dari aplikasi gephi 0.9.7 menggunakan algoritma Yifan Hu. Algoritma Yifan Hu merupakan algoritma yang dapat menyatukan bagian dari algoritma yang diarahkan gaya maupun algoritma multilevel yang berguna untuk mengurangi kompleksitas algoritma (Febrianti et al., 2020). seperti pada Gambar diatas.

Berdasarkan gambar 3 dapat terlihat bahwa akun @mafiawasit memiliki jaringan yang besar, namun untuk dapat menemukan aktor yang dominan harus dapat dilihat melalui empat pengukuran *centrality* yaitu *degree centrality*, *betweenness centrality*, *closeness centrality*, dan *eigenvector centrality*.

Tabel 2. aktor dengan *Degree* paling tinggi

No	Akun	In-Degree	Out-Degree	Degree
1.	mafiawasit	1466	5	1471
2.	ftbleveryday	521	0	521
3.	indohooligan12	405	0	405
4.	sportstime_id	402	0	402
5.	eljakomik	378	16	378

Berdasarkan hasil analisis data melalui aplikasi gephi, maka dapat disajikan data pada tabel 2 yang dapat menunjukkan 5 (lima) aktor dengan derajat sentralitas (*degree centrality*) yang paling tinggi. Pada Tabel tersebut menunjukkan bahwa aktor yang paling populer dalam #SepakatDamai adalah @mafiawasit dengan nilai degree 1471, nilai In-Degree 1466 dan nilai Out-Degree 5.

Tabel 3. Aktor dengan Nilai *Closeness Centrality*

No	Akun	Closeness Centrality
1.	mafiawasit	1.0
2.	ftbleveryday	0.0
3.	indohooligan12	0.0
4.	sportstime_id	0.0
5.	eljakomik	0.0

Akun @mafiawasit dengan nilai 1, hal ini menunjukkan bahwa diantara 5 aktor tersebut akun @mafiawasit adalah akun yang paling populer dan memiliki kedekatan yang paling besar dengan aktor lainnya. Dalam sosial media kedekatan dengan aktor lain merupakan bagian yang sangat penting, Kedekatan di sini diukur dari berapa langkah (*jalur/path*) seorang aktor bisa menghubungi atau dihubungi oleh aktor lain dalam jaringan. *Closeness centrality* Menggambarkan seberapa dekat aktor dengan semua aktor lain dalam sebuah jaringan.

Tabel 4. Aktor dengan Nilai *Betweenness Centrality*

No	Akun	Betweenness Centrality
1.	sudutkanjuruhan	0.000486
2.	sugengmesdianto	0.000258
3.	mafiawasit	0.000238
4.	murdianto69	0.000176
5.	ongisnadenet	0.000156

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai paling tinggi untuk *betweenness centrality* adalah aktor dengan nama akun sudutkanjuruhan, yaitu sebesar 0.000486 yang artinya akun tersebut paling berperan dalam perantara pada sebuah jaringan tersebut. Sentralitas keperantaraan penting karena berkaitan dengan kontrol dan manipulasi informasi.

Tabel 5. Aktor dengan Nilai *Eigenvector Centrality*

No	Akun	Eigenvector Centrality
1.	mafiawasit	1.0
2.	ftbleveryday	0.330698
3.	indohooligan12	0.323212
4.	sportstime_id	0.256244
5.	eljakomik	0.242238

Pada tabel 5 nilai *eigenvector centrality* paling tinggi adalah aktor dengan nama akun mafiawasit dengan nilai *eigenvector centrality* sebesar 1. Berdasarkan data tersebut maka mafiawasit menjadi akun yang memiliki paling banyak relasi dengan jaringan terbanyak. Seberapa penting aktor ini diilustrasikan sebagai seberapa banyak jaringan yang dipunyai oleh orang organisasi/institusi yang mempunyai relasi dengan aktor.



Gambar 4. jaringan ego mafiawasit dengan depth 1 with self

Berdasarkan analisis data melalui software gephi 0.9.7 maka dapat diketahui aktor dengan nama akun @mafiawasit menjadi aktor memegang peranan penting dalam jaringan percakapan pada media sosial *twitter* meskipun bukan menjadi akun yang paling berperan sebagai perantara dengan nilai *Degree* 1.471, *Closeness* 1.0, *Betweenness* 0.000238 dan *Eigenvector* 1.0.

Dari hasil analisis diatas ditemukan bahwa gerakan yang terjadi dalam tagar #SepakatDamai berumur pendek, tagar tersebut bergerak mulai dari tanggal 5-8 Oktober 2022. Selain itu pada tanggal 5 Oktober 2022 jumlah postingan meledak langsung berada pada titik tertinggi, hal ini menunjukan bahwa isu yang terjadi bersifat spontan. Fenomena tersebut sesuai dengan dengan karakteristik *Digital Movement Opinion (DMO)* dimana isu akan bergerak secara spontan dan berumur pendek.

Tagar #SepakatDamai merupakan wadah bagi para pengguna *twitter* yang dapat dapat berfungsi sebagai operator dari beragam opini publik yang terwujud dalam kumpulan tweet, algoritma, dan kritik (Berg, König, and Koster 2020). Berdasarkan hasil penelitian pada setiap postingan yang menggunakan #SepakatDamai ditemukan bahwa hampir semua isi percakapan mendukung aksi damai tersebut. Hal ini menjadi salah satu ciri berikutnya dalam DMO, ciri tersebut merupakan opini yang homogen. Opini yang terjadi dalam DMO berifat homogen seperti mendukung ataupun menolak opini.

Berdasarkan hasil analisis struktur jaringan #SepakatDamai ditemukan bahwa Centralization/sentralisasi bernilai 0.150000. Nilai tersebut menandakan adanya penyebaran informasi akan mengalir bebas diantara banyak akun sosial media. Hal ini menguatkan ciri dalam DMO dimana dalam percakapan tersebut tidak ada aktor dominan yang mengarahkan isi percakapan sehingga informasi akan mengalir bebas.

Dari uraian diatas tagar #SepakatDamai merupakan salah satu bentuk gerakan opini digital. Opini tersebut bergerak bebas dalam ruang digital. Meskipun kepopuleran #SepakatDamai mencapai *trending topic* tapi tagar tersebut gagal keluar dari zona bola sehingga umur tagar tersebut cenderung pendek. Menurut Barisone et al (2017) dalam DMO percakapan terjadi secara spontan sebagai reaksi publik dari sebuah aksi sehingga segala bentuk postingan akan berjalan secara alami tidak ada yang mengendalikan atau mengatur jalannya gerakan sosial, berumur pendek dan pendapatnya homogen serta terjadi lintas sektor.

Munculnya aktivitas digital (*Digital Activism*) merupakan sebuah revolusi digital jauh sebelum adanya media sosial, awalnya peran media digunakan untuk *politic activism* dalam jaringan digital (Kaun and Uldam 2018). *Digital activism* atau yang lebih sering disebut dengan aktivitas

online (online activism) sebagai penggunaan teknologi digital, konteks *digital activism* mengacu pada teknologi digital yang digunakan untuk kampanye dalam aktivisme tertentu. Teknologi digital merupakan infrastruktur *activism digital*, faktor ekonomi, sosial, dan politik menentukan bagaimana orang menggunakan infrastruktur tersebut.

Orang-orang pada awalnya terlibat dalam aksi sosial melalui *digital activism* menggunakan suara mereka sendiri, dimana sebagian besar merupakan hasil dari sosialisasi dan pengalaman (Sánchez 2018). Para ahli menggunakan dua konsep dasar untuk mengetahui *digital activism*, yang pertama elemen-elemen aktivisme yang ada pada *digital activism* ditempatkan sebagai elemen yang utama. Sedangkan yang kedua adalah elemen digital sebagai yang utama dan mengambil teori dalam lingkup digital untuk diterapkan pada praktek aktivisme.

Opini publik maupun topik pembicaraan dalam ruang digital akan terus bergerak dan berpindah atau yang dikenal dengan *Digital Movement of Opinion (DMO)* yang merupakan gerakan mobilisasi *online* dalam sebuah respon yang spontan/tanpa rencana akibat isu tertentu. Pergerakannya tidak dapat dikontrol dan dari pihak manapun, mereka akan tumbuh secara alami untuk saling berinteraksi. DMO dapat dicirikan dari sebuah komentar yang muncul dan kemudian memberikan respon positif maupun negatif terhadap sebuah isu atau dengan kata lain sebagai gerakan sosial secara *online* (Barisione, Michailidou, and Airoidi 2019)

DMO sendiri sering diartikan sebagai sebuah gerakan untuk mengikuti perkembangan teknologi, khususnya pada media baru di dalam dunia media sosial yang secara spontan akan membuat jaringan virtual antar pengguna dengan saling mengomentari suatu permasalahan yang diperbincangkan (Barisione and Ceron 2017). Dalam penelitian *Understanding a digital movement of opinion: the case of #RefugeesWelcome*, (Barisione, Michailidou, and Airoidi 2019) menemukan bahwa Gerakan DMO dapat didorong oleh para elit media sosial yang kemudian tweetnya digaungkan oleh banyak pengguna yang terkelompok.

Barisione & Ceron (2017) mengemukakan setidaknya ada mengidentifikasi 4 karakteristik dari gerakan opini digital. Pertama, gerakan tersebut terjadi spontan dan tidak terorganisir. Para pengguna media sosial akan bereaksi secara spontan dalam mengungkapkan pendapat dan kritik atas isu tertentu. Sehingga yang terjadi adalah tidak adanya aktor dominan yang menggerakkan isu tersebut ke publik. Kedua, usia dari gerakan tersebut relatif pendek. Hal ini terjadi karena efek dari gerakan yang spontan. Ketiga, pendapat dalam DMO umumnya bersifat homogen, seperti gelap dan terang. Mereka akan mengungkapkan secara jelas untuk ikut mendukung atau melakukan kritik. Keempat, DMO bergerak antar sektor, hal ini disebabkan karena banyaknya kelompok atau sektor yang terlibat.

Dalam konteks Retorika, kesepakatan damai antar supporter bola erat kaitannya dengan retorika deliberatif. Tagar #SepakatDamai pada twitter menjadikan *anchor* untuk mengumpulkan masa dan mengarahkan opini kepada khalayak publik untuk menyuarakan aksi damai antar *supporter* bola dan menyudahi segala perselisihan. Retorika sudah lama digunakan pada era *postmodern* untuk sebuah tujuan tertentu dengan cara memainkan emosi audiens. Retorika erat kaitannya dengan konteks keadaan suatu wilayah dan masa. Dalam mengimplementasikan retorika, Bentuk retorika tidak hanya sebatas pada komunikasi *verbal* diatas panggung atau area yang digunakan untuk berdebat pendapat, tapi lebih luas meliputi tulisan pada sebuah media massa, radio dan televisi serta status-status yang sering dijumpai pada media sosial.

Karakter (*ethos*) berhubungan dengan sebuah kredibilitas seseorang, bagi pembicara yang memiliki kredibilitas dibidangnya maka akan lebih dipercaya saat melakukan persuasi terhadap seseorang. Saat berbicara komunikator tidak cukup hanya menggunakan pidato yang masuk akal dan dapat berargumen saja namun harus terlihat kredibel, sehingga akan membentuk banyak kesan dari penonton. Setidaknya ada 3 kualitas yang dapat membangun kredibilitas sumber yakni kecerdasan, karakter dan niat yang baik (Griffin, Ledbetter, and Sparks 2019).

Logika (*logos*) merupakan bentuk penggunaan logika dan akal sehat yang dituangkan dalam bentuk argumentasi dan bukti dalam pidato pada umumnya. Untuk memastikan bahwa logika dapat diterima audiens maka seorang komunikator yang baik akan berbicara dengan menggunakan bukti atau fakta, analogi, contoh dan angka dalam memperkuat pesan yang disampaikan sehingga audiens akan menerima pesan persuasi yang disampaikan komunikator. Menurut Aristoteles contoh untuk memperkuat pesuasi akan lebih menarik diambil dari masa lalu bukan dari ilustrasi yang dibuat-buat (Griffin et al., 2019).

Emosi (*pathos*) merupakan penggunaan bahasa untuk menyentuh emosi audiens. *Audiens* akan dimainkan emosinya melalui penggunaan diksi, majas, *gesture* maupun ekspresi komunikator. Ketika memainkan *pathos* maka komunikator akan mengontrol kepercayaan audiens yang disampaikan melalui emosi. *Audiens* akan merasa bahwa komunikator tersebut memiliki kredibilitas karena pesan yang disampaikan. Aristoteles mengemukakan teori *pathos*, menurutnya tidak hanya memainkan emosi audiens tetapi komunikator harus mampu menyusun daya tarik emosional, sehingga akan menginspirasi dalam pengambilan keputusan (Griffin et al., 2019).

West & Turner (2017) mengatakan bahwa menurut Aristoteles ada lima prinsip yang diperlukan dalam sebuah pidato atau disebut sebagai kanon-kanon retorika yakni penemuan/penciptaan, pengaturan, gaya, penyampaian, dan ingatan. Pertama kanon penemuan/penciptaan merupakan cara berpikir dan argumen dalam sebuah pidato. Kanon ini menggunakan logika dan bukti-bukti yang dapat menciptakan pidato yang kuat dan persuasif. Kedua kanon pengaturan, kanon ini merupakan bagian sistem atau organisasi dalam sebuah pidato. Dalam pengaturan struktur pidato menjadi kunci yang utama, sehingga mempertahankan struktur pidato seperti pengantar, batang tubuh, dan kesimpulan akan memperkuat tingkat persuasi dan menambah kredibilitas komunikator. Ketiga kanon gaya diidentifikasi dengan sebuah penggunaan bahasa dalam pidato, penggunaan gaya dalam pidato persuasif diciptakan agar pidato mudah diingat sehingga ide-ide komunikator harus diperjelas. Keempat kanon penyampaian atau presentasi pidato, kanon ini menjelaskan bahwa penyampaian yang efektif akan mendukung komunikator dalam pidato dan menumbuhkan rasa percaya diri di depan publik. Kanon kelima adalah ingatan, dalam kanon ini komunikator harus mampu mengingat apa yang akan dikatakan dan kapan akan dikatakan, sehingga komunikator akan lebih menguasai materi.

Komunikator dalam teori Retorika akan membangun strategi untuk menggerakkan khalayak. Teori ini memahami bahwa kata-kata yang disampaikan memiliki kekuatan tersendiri, informasi dapat membentuk penilaian dan komunikasi dapat dievaluasi serta dapat digunakan. Sehingga dalam dunia digital permainan kata-kata dan penggunaan gambar dapat menjadi alat retorika digital yang baik. Semula retorika berkaitan dengan persuasi dimana retorika merupakan seni dalam membangun argument pada sebuah pidato, namun kenyataannya retorika telah mencakup semua cara manusia dalam menggunakan simbol untuk mempengaruhi orang-orang disekitarnya guna membangun dunia dimana tempat dia tinggal (Littlejohn, Foss, and Oetzel 2017).

Akun @mafiawasit merupakan akun yang telah memiliki kredibilitas (*ethos*) dalam dunia sepakbola. Dalam postingannya aktif membicarakan seputar dunia sepakbola. Akun ini bergabung dengan twitter pada bulan September 2014, hingga saat tulisan ini dibuat pada bulan Desember 2022 *follower* @mafiawasit sebanyak 374.800. Dengan besarnya jumlah *follower* tersebut maka akun @mafiawasit telah dipercaya publik dalam memberikan informasi mengenai dunia sepakbola di *twitter*. Informasi yang disampaikan oleh @mafiawasit akan mudah tersebar ke publik melalui pengikutnya. Dalam *ethos*, kredibilitas seseorang sangat penting dalam melakukan sebuah persuasi terhadap publik.

Dalam logika (*logos*) bukti dan fakta akan memperkuat komunikator dalam melakukan persuasi. Pada kasus inisial satu postingan @mafiawasit dapat dijadikan bukti bahwa kesepakatan damai antar supporter bola benar-benar terjadi antara Bonek dan Aremania yang disaksikan oleh supporter Dewa united.

“Dan akhirnya alhamdulillah, Bonek dan Aremania dengan disaksikan oleh SUporter Dewa United (kalau dilihat dari kaos Bala Dewanya) ❤️❤️#SepakatDamai ❤️❤️”

Kesepakatan damai antara Bonek dan Aremania merupakan momen yang sangat bersejarah dalam dunia sepakbola Indonesia, dimana sebelumnya mereka merupakan rival yang sama-sama kuat. Sehingga tepat dijadikan bukti aksi kesepakatan damai.

Alat yang terakhir dalam retorika adalah *pathos*/emosi *audiens*. Permainan kata dalam bahasa untuk menyentuh emosi *audiens* adalah keharusan, oleh karena itu pemilihan kata dari komunikator harus sangat hati-hati. Berdasarkan hasil analisa pada postingan @mafiawasit ditemukan salah satu postingan yang dapat memainkan emosi *audiens*, sebagai berikut .

“RT @indohooligan12: Terharu melihat supporter yang sebelumnya memiliki rivalitas, sekarang sepakat damai dan memutus rantai kebencian! #SepakatDamai #PersijaJakarta #Persib”

Dalam postingan tersebut terlihat bahwa ungkapan rasa haru dimunculkan secara jelas pada publik, rasa haru menjadi satu bagian emosi mendalam yang dimiliki setiap manusia.

Selain tiga alat utama retorika tersebut, Aristoteles membagi retorika menjadi tiga jenis yaitu *retorika forensik*, *retorika epideiktik*, dan *retorika deliberatif*. Hasil analisis pada postingan @mafiawasit menunjukan bahwa retorika yang digunakan termasuk dalam jenis *retorika deliberatif*. Retorika ini bertujuan mewujudkan aksi kesepakatan damai antar *supporter* bola Indonesia seperti pada postingan berikut.

“Setelah BM bisa #SepakatDamai dengan Sleman Fans dan Persis Sala Fans, ke depan gua berharap bisa segera mendamaian BM dengan Ultras Roti Bekasi FC.

Siap Donasi Buat Pasang di videotron sini.”

“Kami gerak cepet memanfaatkan momen untuk #SepakatDamai itu biar pahalanya mengalir buat para Korban di Kanjuruhan. Si Dadang malah mengulur-ngulur waktu..

Tukin gua sampai ga tersisa, masak disia-siakan Dadan.”

“Nah gojekannya kayak #ViJak gini kan lebih asik.

❤️❤️#SepakatDamai ❤️❤️”

“Cuma ingin menunjukkan bahwa meskipun Klaten ga punya Bioskop tetapi Klaten mempunyai Videotron. Toh ini juga biasanya jadi "Jalur Gaza" konflik yang kemarin justru jadi awal pertemuUan #SepakatDamai antara Persis Fans dan BM.”

Berdasarkan *tweet* diatas ditemukan bahwa akun @mafiawasit dalam mempersuasi publik menggunakan konsep retorika deliberatif melalui postingan maupun *retweetnya* untuk memotivasi publik dalam tujuan aksi damai antar *suppoter* bola Indonesia.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tagar #SepakatDamai berhasil memobilisasi publik untuk menyampaikan aksi damai *supporter* sepakbola. Tagar tersebut sesuai dengan karakteristik dari *Digital Movement of Opinion (DMO)* yang mampu mewadahi dan menggiring topik pembicaraan dalam satu tagar. Dengan menggunakan tagar tersebut para aktor atau pengguna *twitter* lainnya berkumpul dan membahas mengenai topik yang sama mengenai isu kesepakatan damai dalam dunia sepakbola yang diwadahi dalam tagar #SepakatDamai. Aktivitas digital dalam pembicaraan sepakat damai awalnya muncul berdasarkan ide dari para pengguna secara liar, mereka memulai dengan pembicaraannya sendiri yang kemudian tumbuh menjadi sebuah jaringan yang saling terkait. Opini mengenai topik pembicaraan terus bergerak dan tidak pernah dapat dikontrol (Barisione, Michailidou, and Airoidi 2019). Meskipun demikian pergerakan mengenai topik pembicaraan kesepakatan damai dapat dimobilisasi dalam tagar #SepakatDamai. Tagar ini tumbuh dalam perbincangan di *twitter* yang kemudian terus dibicarakan dan tumbuh semakin besar dalam jaringannya serta node dari para aktor dominan didalamnya menjadi semakin menonjol/besar, hal ini dipengaruhi dengan banyaknya aktivitas postingan, *reply*, maupun *retweet*.

Pergerakan opini dalam tagar #SepakatDamai pada akhirnya berkembang membentuk pola jaringan arus informasi, beberapa akun akan memiliki peranannya masing-masing berdasarkan jaringan yang dimilikinya. Dalam analisa mengenai akun yang terdapat dalam tagar #SepakatDamai memunculkan aktor yang paling dominan dan beberapa akun yang memiliki peranannya masing dalam mengendalikan arus informasi. Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Social Network Analysis (SNA)*, ditemukan bahwa akun @mafiawasit memiliki perananan yang sangat penting dalam struktur jaringan #SepakatDamai, akun tersebut memiliki nilai *Degree* 1.471, *Closeness* 1.0, *Betweenness* 0.000238 dan *Eigenvector* 1.0.

Dari analisis postingan @mafiawasit di *twitter* ditemukan bahwa @mafiawasit memanfaatkan retorika jenis retorika *deliberatif* untuk melakukan persuasi terhadap publik dalam aksi damai *supporter* sepakbola Indonesia. Penggunaan retorika *deliberatif* oleh akun @mafiawasit dilakukan dengan cara mengemukakan fakta-fakta yang terjadi pada aksi tersebut, kemudian menuliskannya dalam bentuk postingan di *twitter*. Selain itu @mafiawasit juga melakukan *retweet* dari akun lain sehingga memperkuat persuasi kepada publik. Retorika *deliberatif* pada #SepakatDamai bertujuan untuk mewujudkan aksi yang nyata pada masa mendatang, sehingga tidak ada lagi *supporter* yang menjadi korban dalam pertandingan sepakbola. Aksi retorika dalam dunia digital tersebut disusun menggunakan teks yang memanfaatkan tiga kunci utama retorika Aristoteles yaitu *Ethos*, *Logos* dan *Pathos*.

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, sehingga dalam rangka memperkaya penelitian mengenai mobilisasi opini publik, analisa jaringan sosial dan retorika digital masih harus terus dikembangkan dalam penelitian sejenis. Penelitian ini terbatas pada tagar #SepakatDamai yang telah memobilisasi opini pada isu kesepakatan damai *supporter* sepakbola dan penggunaan retorika *deliberatif* yang dilakukan oleh aktor yang paling dominan pada *twitter*. Meskipun akun @mafiawasit berhasil menjadi aktor dominan dalam arus komunikasi, namun demikian peneliti tidak dapat menjangkau untuk mengetahui gender dibalik akun @mafiawasit.

Untuk memperkaya penelitian ini, pada penelitian berikutnya akan menjadi lebih baik jika dilakukan penelitian dengan menyandingkan tagar tandingan untuk melihat lebih jelas bagaimana para aktor memobilisasi opini-opini publik dalam media sosial. Tidak harus dalam topik kesepakatan damai antar *supporter* sepakbola namun dapat menggunakan tagar lainnya yang memiliki tandingan. Selain itu penelitian ini akan menjadi lebih menarik jika dilakukan dengan pendekatan pengaruh gender, apakah mobilisasi opini publik juga dipengaruhi oleh gender (laki-laki dan perempuan) dan apakah terdapat perbedaan struktur jaringan yang dipengaruhi gender.

DAFTAR PUSTAKA

- Barisione, Mauro, and Andrea Ceron. 2017. "A Digital Movement of Opinion? Contesting Austerity Through Social Media." In *Social Media and European Politics*, 77–104. Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/978-1-137-59890-5_4.
- Barisione, Mauro, Asimina Michailidou, and Massimo Airoidi. 2019. "Understanding a Digital Movement of Opinion: The Case of #RefugeesWelcome." *Information Communication and Society* 22 (8): 1145–64. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1410204>.
- Berg, Sebastian, Tim König, and Ann Kathrin Koster. 2020. "Political Opinion Formation as Epistemic Practice: The Hashtag Assemblage of #metwo." *Media and Communication* 8 (4): 84–95. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i4.3164>.
- Chen, Emily, Kristina Lerman, and Emilio Ferrara. 2020. "Tracking Social Media Discourse about the COVID-19 Pandemic: Development of a Public Coronavirus Twitter Data Set." *JMIR Public Health and Surveillance* 6 (2). <https://doi.org/10.2196/19273>.
- Eriyanto. 2021. *Analisis Jaringan Media Sosial, Dasar-Dasar Dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial Untuk Membedah Percakapan Media Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto, Eriyanto. 2020. "Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on #BubarkanKPAI vs #KamiBersamaKPAI Hashtags." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 8 (3). <https://doi.org/10.7454/jki.v8i3.11591>.
- Febrianti, Indri, MKhairul Anam, Program Studi Teknik Informatika, and Stmik Amik Riau. n.d. "Tren Milenial Memilih Jurusan Di Perguruan Tinggi Menggunakan Metode Social Network Analysis Millennial Trends to Choose Majors In College Using Social Network Analysis Method." *Agustus*. Vol. 19.
- Griffin, Em, Andrew Ledbetter, and Glenn Sparks. 2019. *A FIRST LOOK AT COMMUNICATION THEORY*. 10th ed.
- Gruzd, A, P Mai, and A. Kampen. 2016. *How-to for Using Netlytic to Collect and Analyze Social Media Data: A Case Study of the Use of Twitter During the 2014 Euromaidan Revolution in Ukraine*. London: Sage Publications.
- Himmelboim, Itai. 2017. "Social Network Analysis (Social Media)." In *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*, 1–15. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0236>.
- Kaun, Anne, and Julie Uldam. 2018. "Digital Activism: After the Hype." *New Media and Society*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/1461444817731924>.
- Littlejohn, W Stephen, A Karen Foss, and John G Oetzel. 2017. "THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION Eleventh Edition."
- Mochamad Sadheli. 2022. "Sepakat Damai Suporter Persis-PSIM Hingga Persija-Persib Di Mandala Krida." *Kompas.Com*, 2022. <https://www.kompas.com/sports/read/2022/10/05/08155708/sepakat-damai-suporter-persis-psim-hingga-persija-persib-di-mandala-krida?page=all>.
- Nidia Zuraya. 2022. "Ribuan Suporter Sepak Bola Nasional Sepakat Damai Di Yogyakarta." *Republica.Co.Id*, 2022. <https://news.republika.co.id/berita/rj8qu0383/ribuan-suporter-sepak-bola-nasional-sepak-damai-di-yogyakarta?>
- Sánchez, Damien M. 2018. "Concientization among People in Support and Opposition of President Trump." *Educational Technology & Society*. Vol. 21.
- Tjahyana, Lady Joanne. 2020. "GERAKAN OPINI DIGITAL #TRUEBEAUTY PADA TWITTER UNTUK PEMERAN FILM ADAPTASI KOMIK WEBTOON." <http://jurnal.utu.ac.id/jsourc>
- West, Richard, and Lynn H Turner. 2017. *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.