

BAB I
PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial berkembang secara revolusioner sejak era pra-internet melalui pesan elektronik mesin telegram manual. Revolusi ini pada akhirnya menghadirkan apa yang sejak dua dekade silam kita kenal dengan *platform* media sosial. Secara konseptual, media sosial sesungguhnya problematik untuk didefinisikan. Hal ini disebabkan oleh sifatnya yang temporer, spasial, dan sensitif secara teknologi sehingga karakteristiknya akan berubah dan akan terus berubah. Akan tetapi, setiap penelitian pasti membutuhkan kerangka teoritik. Dalam penelitian ini, konsep teoritik media sosial mengacu layanan *mobile* dan berbasis *web* yang memungkinkan individu, komunitas, organisasi untuk melakukan kolaborasi, koneksi, interaksi, dan membangun komunitas dengan cara menciptakan, mereproduksi, memodifikasi, membagi konten baik itu yang dibuat oleh pengguna ataupun *bot* (Novianti et al., 2020).

Platform media sosial ini pada awalnya menjadi media komunikasi dengan cara mengunggah berbagai konten digital. Teknologi yang tersedia masih sangat membatasi interaksi sosial seperti modalitas komunikasi, *engagement* terhadap konten, dan keterjangkauan dalam jejaring sosial. Pada waktu itu, media sosial benar-benar berfungsi sebagai media untuk realitas sosial. Namun dalam kondisinya yang terkini, media sosial telah menjelma sebagai realitas sosial itu sendiri ketimbang hanya sebagai saluran proses sosial (Ulfa & Purnomo, 2020).

Salah satu *platform* ini adalah Twitter (X) yang merupakan layanan jejaring sosial berbasis *microblogging*. Dari sisi teknologi, fitur Twitter (X) (misalnya, *tweets*, *retweets*, *hashtags*, *replies*, *image sharing*) dan konten *non-tweets* dapat memfasilitasi konstruksi realitas sosial secara virtual (Akbar et al., 2018).

Twitter (X) merupakan salah satu media sosial yang paling populer yang memungkinkan para penggunanya berkomunikasi melalui 140 karakter yang disebut *tweet*. Twitter (X) bersifat *real-time* yang berarti pengguna dapat mengunggah *tweet* yang berisi informasi serta memberikan respon atau tanggapan secara langsung saat itu juga sehingga Twitter (X) menjadi salah satu media sosial yang memberikan informasi kejadian termasuk wabah secara terkini (Tuela & Susilo, 2017). Pengguna Twitter (X) berinteraksi melalui pesan langsung ataupun balasan yang dapat didiseminasikan secara luas melalui penerusan (*retweeting*) yang memungkinkan untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas.

Sebagai realitas baru, media sosial kemudian menarik perhatian peneliti untuk mengkaji bagaimana kehidupan yang dimediasikan secara digital ini berlangsung. Di antara para peneliti ini juga termasuk mereka dengan fokus utama penelitiannya tentang olahraga. Tipologi penelitian yang mudah ditemui cenderung tentang bagaimana media sosial ini digunakan sebagai bagian dari realitas sosial. Misalnya, Ramadhan & Wahyudin (2022) meneliti dengan judul “Analisis Sentimen Mengenai Keberhasilan Indonesia di Ajang Thomas Cup 2020 (Studi Kasus Media Sosial Twitter) Menggunakan Metode Naïve Bayes dan Decision Tree” dengan temuan bahwa analisis sentimen netizen mengenai keberhasilan Indonesia di ajang Thomas Cup 2020 lebih ke arah netral.

Penelitian tentang keolahragaan sebagaimana dimediasikan secara digital ini semakin terbatas dengan minimnya fokus pada *big data*. Istilah *big data* itu sendiri secara harafiah sudah mengindikasikan magnitudo besaran datanya. Favaretto et al., (2020) mendefinisikan *big data* sebagai informasi digital yang dihasilkan dengan volume, kecepatan, keragaman, dan kebenaran yang signifikan. Ini artinya, akses ke dalam *big data* untuk penelitian media sosial akan menjanjikan perspektif dan kontribusi baru yang barangkali akan sulit jika dilakukan secara konvensional. Fokus penelitian ini adalah sentimen netizen terhadap batalnya Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20. Penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim et al., (2021) dengan data penelitian ini diambil dari analisis data Twitter (X) dan instagram dengan menggunakan kata kunci yaitu @perpusnas1 #perpusnas #perpustakaanasional. Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 24 mention dari pengguna Twitter (X). Pada Twitter (X) jumlah sentimen analisis positif 3, negatif 3 dan netral 18.

Salah satu olahraga dengan peminat paling besar di dunia saat ini ialah sepak bola. Olahraga sepak bola ini menjelma menjadi suatu budaya karena mengandung makna dan nilai melalui partisipasi, kompetisi dan yang menonton secara langsung dapat membentuk jati diri individu maupun kolektif. Adapun salah satu penyelenggaraan kompetisi terbesar di dunia sepak bola ialah FIFA WORLD CUP. Piala Dunia FIFA, yang dikenal sebagai piala dunia sepak bola atau terutama hanya piala dunia, adalah kompetisi sepak bola tingkat dunia yang diselenggarakan oleh FIFA (*Fédération Internationale de Football Association*) atau Federasi Sepak Bola Internasional (FIFA). FIFA merupakan satu-satunya

organisasi olahraga internasional yang memiliki kedaulatan untuk membuat keputusan tentang sepakbola dunia.

Indonesia melakukan proses *bidding* atau penawaran tuan rumah Piala Dunia U-20 melalui proposal yang diajukan ke FIFA pada tahun 2019 . Ketika Polandia bersiap untuk menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20 yang dimulai pada 23 Mei 2019, FIFA meluncurkan proses *bidding* tuan rumah untuk edisi ke-23 Piala Dunia U-20 pada 23 April 2019. Proses penawaran serta pemberkasan pencalonan Tuan Rumah Piala Dunia U-20 ini berlangsung dari bulan April 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019. Untuk maju sebagai tuan rumah Piala Dunia U-20, PSSI (Persatuan Sepak Bola Indonesia) sebagai wakil dari Negara Indonesia bersaing dengan empat calon, yang terdiri dari tujuh negara. Sejumlah negara mencalonkan diri sebagai host bersama, yakni Bahrain, Arab Saudi, Uni Emirat Arab (UEA), Myanmar, Thailand, Brasil dan Peru.

Namun seiring perjalanan waktu, ada beberapa Negara yang kemudian membatalkan dan mengundurkan diri dari pencalonan tuan rumah di antara nya adalah negara Myanmar, Thailand, Bahrain/Arab Saudi/Uni Emirat Arab, dan Brasil. Lalu Indonesia terpilih sebagai tuan rumah Piala Dunia U-20 yang diumumkan setelah otoritas sepak bola dunia (FIFA) menggelar *general meeting* pada tanggal 24 Oktober 2019 di Shanghai, China. Di sela-sela pertemuan umum FIFA itu, dilakukan presentasi akhir dari proses *bidding* Piala Dunia U-20. Indonesia yang diwakili oleh Sekretaris Jenderal (Sekjen) PSSI, Ratu Tisha, memberikan presentasi di depan FIFA dan para tamu undangan untuk menentukan siapa yang berhak menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20.

Mengenai bagaimana fakta-fakta untuk menjadi tuan rumah ajang kompetisi ataupun kegiatan olahraga dalam skala internasional lainnya, hal ini membutuhkan persiapan yang matang dan tidak bisa sembarangan begitu saja. Persiapan infrastruktur, seperti fasilitas olahraga, wisma atlet, dan ruang-ruang publik lainnya yang akan digunakan. Persiapan seperti ini, tentunya memakan biaya yang banyak dan Indonesia perlu belajar dari bagaimana pengalaman negara-negara lain yang pernah menjadi tuan rumah dalam menyelenggarakan kegiatan FIFA World Cup U-20.

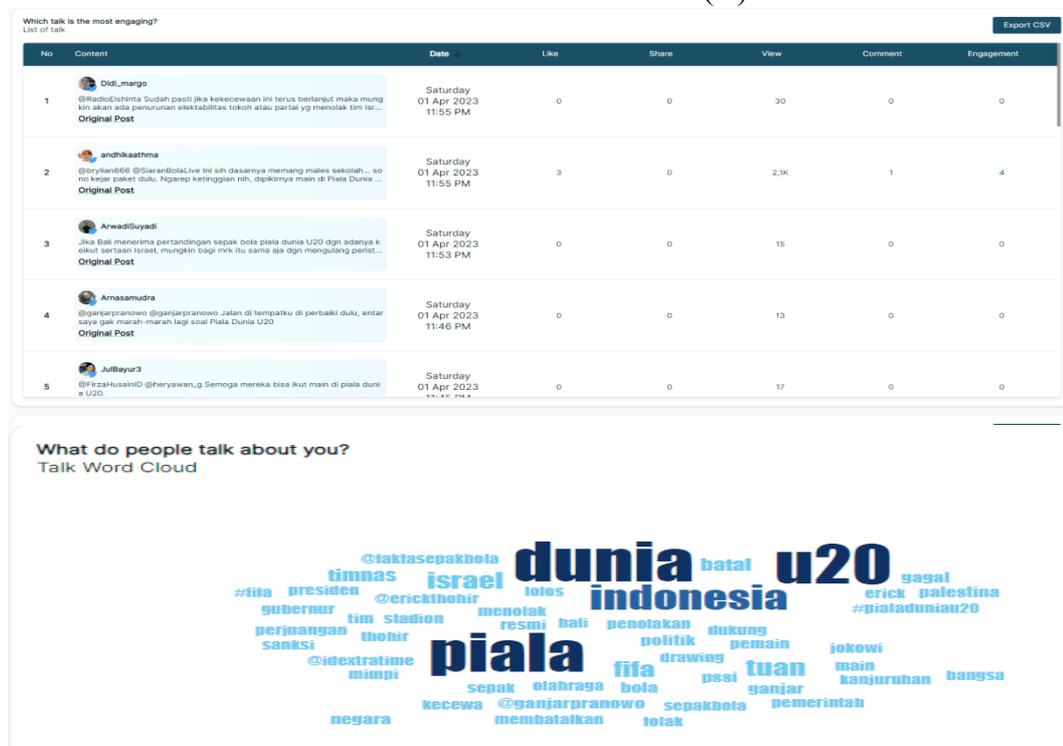
Batalnya Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20 tentu akan berimplikasi pada dinamika politik dalam negeri maupun luar negeri Indonesia. Dalam politik domestik, isu agama khususnya isu Israel-Palestina masih menjadi isu sentral yang dapat mempengaruhi pilihan dan dukungan netizen pada pemilu yang akan mendatang. Sedangkan dalam konteks politik luar negeri, peristiwa ini menjadi catatan besar bagi Indonesia. Selain, menunjukkan inkonsistensi Indonesia dalam upaya diplomasi, juga menjatuhkan nama baik Indonesia dalam politik global sehingga akan sulit untuk mengembalikan kepercayaan dunia kepada Indonesia.

Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan penelitian mengenai pentingnya mengetahui dampak konten postingan termasuk pembatalan Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20. Ditemukan bahwa postingan tersebut memberi dampak pada matriks sosial media Twitter (X). Luarn & Chiu (2015) menemukan bahwa konten postingan bisa berdampak pada *online engagement* yang diwakili oleh *like* dan komentar. Dalam hal media sosial, *engagement* dalam

media sosial memiliki arti bahwa *audience* memberikan kontribusi ataupun partisipasi dalam aktivitas media sosial yang dilakukan.

Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan Marr (2021) bahwa *engagement* merupakan aktivitas yang berfokus pada interaksi atau komunikasi yang dilakukan secara teratur, dan dapat diukur dengan beberapa aktivitas seperti mengonsumsi konten secara teratur, interaksi pada media sosial seperti menyukai, membagikan, dan mengomentari konten, menghadiri acara ataupun pertemuan yang diadakan, menulis ulasan (baik atau buruk), Dari data yang diperoleh peneliti mengenai batalnya Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20, menjadi *trending topic*, seperti ditunjukkan pada gambar dibawah ini.

Gambar 1.1. Isu Pembatalan Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20 di Twitter (X)



Sumber: Tangkapan Layar dari
https://dashboard.nolimit.id/social_media/conversation

Beberapa penelitian tersebut menyumbang pada pemahaman baru tentang bagaimana respon masyarakat terhadap batalnya Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20 yang dapat dipahami dari bagaimana aktivitas jejaring di media sosial dilakukan. Sayangnya, kebanyakan penelitian dalam area tersebut didominasi oleh penelitian dengan metode kuantitatif. Hal ini penting untuk melihat kedalaman realitas sosial yang dimediasikan.

Pada gilirannya, penelitian media sosial yang menggunakan *big data* menjadi semakin minor dan jauh dari konklusif. Contohnya adalah penelitian tentang bagaimana pendidikan jasmani direpresentasikan di dalam media sosial (Setiawan, 2023) dan pedagogi publik tentang hidup sehat yang dilakukan netizen melalui media sosial (Indra et al., 2023). Banyaknya kepentingan yang mempengaruhi gagalnya Piala Dunia U-20 membuat peneliti berada pada posisi netral. Oleh sebab itu, penelitian serupa menjadi agenda yang urgen untuk bisa lebih memahami realitas sosial yang dimediasikan terkait olahraga, khususnya melalui *platform* Twitter (X). Dengan menggunakan basis analitik *big data*, peneliti ingin mengetahui respon masyarakat terhadap topik pembatalan Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulisan yang telah dikemukakan sebelumnya dapat diuraikan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu: “Bagaimana *engagement* netizen terhadap pembatalan Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20 yang berbasis data Twitter (X)”?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *engagement* netizen terhadap pembatalan Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20 yang berbasis data Twitter (X).

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah dampak dari pencapaian tujuan penelitian, yang mana apabila tujuan penelitian telah tercapai dan rumusan masalah dapat dipecahkan, maka suatu penelitian akan memiliki manfaat akademis dan praktis.

1.4.1. Manfaat Akademis/Teoritis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjawab dan memberi penjelasan mengenai rumusan masalah yang telah dipaparkan dalam penelitian serta memberikan wawasan yang lebih luas dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya berkaitan dengan respon Netizen Twitter terhadap batalnya Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20. Selain itu, secara metodologi diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak lain, sehingga mampu memberikan kontribusi yang lebih baik di masa yang akan datang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi netizen Twitter mengenai bagaimana respon netizen Indonesia terhadap batalnya Indonesia menjadi tuan rumah piala dunia U-20 yang dikaji secara teoritis.