



Ranah Research:
Journal of Multidisciplinary Research and Development



082170743613 ranahresearch@gmail.com <https://jurnal.ranahresearch.com>

E-ISSN: [2655-0865](https://doi.org/10.38035/rj)
DOI: <https://doi.org/10.38035/rj>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pemetaan Youtube sebagai Dasar Pengembangan Strategi Komunikasi Timnas U-23

Evan Akira Zuraida¹, Agustinus Rusdianto Berto², Arsa Widitiarsa Utoyo³

¹Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia

²Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia

³Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia

Corresponding Author: evan.akira@student.umn.ac.id

Abstract: *This research examines the significance of YouTube in facilitating public discussions about football matches, focusing on the Indonesian U-23 National Football Team. The primary issue identified is the low interactivity and fan engagement level in these online conversations. Using the Social Network Analysis method, data were gathered from comments on the match video and analyzed using Netlytic software to map out the social network structure and pinpoint key participants in the discussions. The findings indicate that YouTube comments are often divided into communities with limited user interaction. Despite the large number of comments, the overall interactivity could be higher. This study aims to improve fan engagement and enhance the effectiveness of feedback responses*

Keyword: *YouTube, Football, Social Network Analysis.*

Abstrak: Studi ini menyoroti peran YouTube dalam perbincangan publik terkait pertandingan sepak bola, khususnya mengenai Tim Nasional Sepakbola U-23 Indonesia melalui YouTube. Masalah yang diidentifikasi adalah rendahnya tingkat interaktivitas dan keterlibatan penggemar dalam diskusi digital. Melalui pendekatan Analisa Jaringan Sosial, data dikumpulkan dari komentar pada video pertandingan dan dianalisis menggunakan perangkat lunak Netlytic untuk memetakan struktur jaringan sosial dan mengidentifikasi aktor-aktor kunci dalam diskusi. Hasil studi menunjukkan bahwa komentar-komentar di YouTube cenderung tersegmentasi ke dalam komunitas-komunitas tertentu dengan interaksi yang minim antara pengguna. Meskipun banyak komentar yang muncul, tingkat interaktivitas masih rendah. Studi ini diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan penggemar dan merespons umpan balik secara lebih efektif

Kata Kunci: YouTube, Sepak Bola, Analisa Jaringan Sosial

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi kanal utama bagi masyarakat untuk berinteraksi dan berbagi informasi. Salah satu kanal yang paling berpengaruh adalah YouTube, yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan

dan mengomentari konten video. Indonesia menempati peringkat keempat dalam jumlah pengguna YouTube terbanyak di dunia (Global Media Insight, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa YouTube bukan hanya menjadi sumber hiburan tetapi kanal untuk mendapatkan informasi dan berdiskusi sambil menonton konten dengan pengguna lain yang dilakukan dengan mengetik @ identitasnya atau membalas komentar yang diberikan sebagai reaksi dari informasi yang diberikan.

Pertandingan sepak bola tidak luput menjadi salah satu hal yang hangat diperbincangkan oleh para pengguna Youtube. Jutaan cuplikan yang berasal dari saluran favorit mereka yang khusus menyiarkan konten tersebut menjadi tempat bagi penggemar bola untuk mendapatkan konten terbaik. Walau pengguna tidak dapat mendapatkan siaran tayang langsung, mereka dapat melihat cuplikan yang disediakan. Pemilik dari saluran melakukan ini untuk mendapatkan pendatang dan meningkatkan reputasi sebagai sumber yang cepat dalam memberikan informasi yang diinginkan.

Tim Sepakbola Nasional U-23 (selanjutnya ditulis Tim U-23 Indonesia) Indonesia dan Tim Sepakbola Nasional Uzbekistan cukup menarik perhatian publik khususnya di Indonesia. Pertandingan yang berlangsung 29 April 2024 yang lalu, kedua tim sepakbola ini bertemu untuk melakukan pertandingan di Stadion bin Khalifa yang berlokasi di Doha, Qatar dalam perhelatan Semi Final Asian Cup. Pertandingan ini cukup mendapatkan atensi para penggemar sepakbola di tanah air karena "...Wasit Shen Yin hao dan wasit VAR asal Thailand membuat keputusan yang dianggap merugikan skuad Garuda Muda" hingga gol bunuh diri yang dilakukan oleh "...Pratama Arhan pada menit ke-86...". Walau berakhir pada kekalahan, Tim U-23 harus menerima kekalahan dengan skor 2-0.

Kekalahan kepada Tim U-23 Indonesia diiringi simpati yang muncul di berbagai kanal, termasuk YouTube. Komen seperti "Bangga perjuangan Timnas sampai sejauh ini, respek untuk Uzbekistan, mereka telah memberikan kita pelajaran penting. Dulu mereka bukan siapa-siapa masih dibawah jepang dan Korea tapi berkat kerja keras Uzbekistan menjadi kekuatan baru sepakbola asia. *Fight back Indonesia for thirth place, never give up. You are all the heroes*" yang diutarakan oleh pengguna dengan identitas @mehmedsulaim-ot6in serta "*Congratulations indonesia though you loose at least you go semifinal, i from Nepal, i proud to my wife sweet home indonesia next time try again the best we always support my brother sister indonesia peace yaw from Nepal and my friend bangladesh*" oleh @Stressport_9403 (AFC Asian Cup, 2024) merupakan bukti bahwa kolom komentar kanal YouTube merupakan sarana penting untuk berkomunikasi dengan para penggemar serta membangun semangat kebersamaan dan betapa menariknya video ini bagi penonton (Putri et al., 2022).

Bagi Tim U-23 untuk memiliki strategi komunikasi yang strategis tidak hanya mampu mendalami tentang audiens target, pesan yang disampaikan, kanal yang digunakan, serta konsistensi dalam penyampaian pesan. Pemahaman ini dapat membantu untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan penggemar, mengelola citra merek dengan baik, dan merespons tantangan dengan lebih efektif. Salah satu aspek penting dalam pemahaman dinamika komunikasi digital ialah dengan menganalisis interaksi antara pengguna di kanal media sosial seperti YouTube dengan Analisis Jaringan Sosial (selanjutnya ditulis dengan singkatan SNA) untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang pola interaksi dan dinamika komunitas dalam jaringan (daring). Kita mampu untuk memahami struktur jaringan dan hubungan antar pengguna di kanal media sosial, seperti YouTube, dengan visualisasi yang jelas serta mengidentifikasi aktor kunci dalam jaringan (Borgatti et al., 2013). Jika dibandingkan dengan pendekatan yang serupa seperti analisa konten, walaupun memberikan wawasan tentang konteks dan isi pesan yang dipublikasikan oleh pengguna lebih mendalam tetapi menjadi subjektif dan rentan terhadap bias peneliti, terutama dalam interpretasi konten yang kompleks atau ambigu. Tim U-23 tidak hanya bertanding di lapangan, tetapi juga di arena digital. Dalam situasi di mana opini publik dapat dibentuk dan dipengaruhi dengan

cepat melalui media sosial, memiliki strategi komunikasi yang terencana dengan baik sangat penting.

Komunikasi dan interaksi yang terjadi di sekitar pertandingan ini, khususnya di media sosial seperti YouTube, menjadi sangat penting untuk dipelajari. Meskipun beberapa penelitian yang menganalisis penggunaan media sosial oleh entitas olahraga, masih sedikit yang fokus pada analisis jaringan sosial dari komentar yang ditinggalkan oleh pengguna (Chauhan et al., 2023; Susarla et al., 2012) yang menyatakan bahwa analisis jaringan sosial dapat membantu organisasi olahraga dalam memahami perilaku penggemar dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka. Pada kesempatan lain ia menyoroti pentingnya mempertimbangkan konteks sosial dan budaya dalam menganalisis jaringan sosial di media sosial. Mereka menemukan bahwa faktor-faktor seperti norma budaya dan praktik sosial dapat memengaruhi pola interaksi dan dinamika komunitas di media sosial (Chauhan et al., 2023). Lalu (Susarla et al., 2012) menunjukkan bahwa SNA dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok pengguna yang terhubung erat dalam jaringan komentar di YouTube. Studi mereka menemukan bahwa kelompok-kelompok ini sering kali terbentuk berdasarkan minat yang sama atau keterlibatan dalam topik diskusi tertentu.

Penelitian ini akan menganalisis perbincangan dalam jaringan yang terjadi di kanal YouTube Tim U-23 Indonesia dalam konteks setelah kekalahannya melawan Tim Sepakbola Nasional Uzbekistan. Analisis perbincangan dalam jaringan di kanal YouTube dapat memberikan wawasan penting tentang dinamika sosial media dan bagaimana penggemar sepakbola berinteraksi, merespon, dan membentuk opini mereka mengenai tim nasional dengan melakukan pendekatan SNA. Beberapa celah yang ditemukan dalam literatur menunjukkan perlunya penelitian dimana sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung bersifat kuantitatif dan kurang memperhatikan nuansa kualitatif dari interaksi sosial. Misalnya, analisis jaringan mungkin tidak menangkap konteks emosional atau tonasi dari komentar pengguna, yang bisa sangat penting dalam memahami dinamika interaksi. Kedua, banyak penelitian yang fokus pada platform media sosial lainnya seperti Twitter dan Facebook, sementara YouTube, yang memiliki karakteristik interaksi yang unik melalui format video dan komentar, masih relatif kurang diteliti (Akram & Kortam, 2020).

Dalam konteks Tim U23, masih sedikit penelitian yang meneliti bagaimana interaksi pengguna di YouTube dapat mempengaruhi keterlibatan dan dukungan penggemar. Sebagai negara dengan populasi yang sangat besar dan penggemar sepak bola yang fanatik, memahami pola interaksi di antara penggemar Timnas Indonesia dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana meningkatkan keterlibatan dan loyalitas penggemar melalui strategi komunikasi yang efektif (Akram & Kortam, 2020). Pendekatan SNA mungkin tidak mampu mengungkapkan konten pesan secara langsung atau makna dari interaksi tersebut tetapi pemahaman terhadap pola interaksi yang terbentuk dan interaksi di antara mereka. Peneliti berharap dapat mengungkap tren dan pola perbincangan yang terjadi selama periode persiapan hingga pertandingan dengan memahami pola perbincangan dan sentimen penggemar, tim dapat menyusun konten yang lebih relevan dan menarik, serta merespon umpan balik dengan lebih baik. Misalnya, dengan mengetahui topik-topik yang paling banyak dibahas, tim dapat membuat video atau postingan yang lebih tepat sasaran dan menarik perhatian lebih banyak penggemar.

SNA dapat mengungkap pola interaksi yang tidak terlihat melalui metode lain, seperti kelompok-kelompok pengguna yang terhubung erat atau pengguna yang memainkan peran sentral dalam jaringan. Selain itu, SNA memungkinkan analisis dinamika jaringan dari waktu ke waktu, memberikan wawasan tentang bagaimana hubungan sosial dan pola interaksi berubah seiring berjalannya waktu (Borgatti et al., 2013). Pendekatan kombinasi SNA dengan analisis kualitatif memberikan gambaran yang lebih kaya dan komprehensif. Misalnya, SNA dapat mengidentifikasi pengguna kunci dalam jaringan dan analisis kualitatif dapat memberikan wawasan tentang motivasi dan perilaku mereka. Dengan demikian, metode ini

tidak hanya memberikan wawasan tentang struktur jaringan sosial tetapi juga tentang makna dan konteks interaksi sosial (Charmaz, 2014).

Penelitian melindungi identitas dan privasi partisipan dengan mengganti nama asli partisipan dengan pseudonim atau kode numerik, serta mengubah informasi yang dapat mengidentifikasi partisipan secara tidak langsung (Zhang et al., 2024). Proses ini didukung oleh riset terkini yang menunjukkan pentingnya penggunaan teknologi enkripsi dan pengelolaan data yang aman untuk melindungi informasi pribadi (Fung et al., 2007). Akses ke data mentah dibatasi hanya untuk anggota tim penelitian yang terlibat langsung, dan penyimpanan data dilakukan di fasilitas yang aman dengan pengamanan multifaktor. (Singh, 2019). Dalam pelaporan hasil, kami memastikan bahwa semua data yang dipublikasikan telah sepenuhnya dianonimkan untuk menghindari identifikasi tidak sengaja dari partisipan (Singh, 2019).

Penggemar yang terobsesi dengan tokoh atau kelompok tertentu dapat melakukan cyberbullying atau mengambil tindakan ekstrem seperti mengancam atau memperlakukan orang lain dengan tidak baik. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena digital fandom dan pengawasan yang ketat diperlukan untuk meminimalisir dampak negatif dari interaksi parasosial dan hubungan parasosial di media sosial, terutama ketika suatu insiden atau tragedi sepakbola terjadi (Purwaningtyas et al., 2023).

Melalui analisis data, hasil penelitian ini akan membantu tidak hanya memahami struktur jejaring sosial di sekitar kanal YouTube tetapi memperluas jangkauan pesan-pesan tim serta bagaimana mengelola ekspektasi penggemar, cara merespons kritik secara konstruktif, hingga strategi untuk meningkatkan keterlibatan penggemar. Lalu, masalah yang dapat diatasi melalui analisis ini termasuk bagaimana mengelola ekspektasi penggemar, cara merespons kritik secara konstruktif, dan strategi untuk meningkatkan keterlibatan penggemar.

METODE

Dalam era digital yang berkembang pesat, YouTube telah menjadi salah satu platform utama untuk interaksi daring. Bagi Timnas U-23, platform ini bukan hanya sarana komunikasi dengan penggemar, tetapi juga media penting untuk menyebarkan konten terkait pertandingan, pelatihan, dan aktivitas lainnya. Untuk memahami bagaimana interaksi ini terjadi, Social Network Analysis (SNA) digunakan sebagai metode utama. SNA adalah pendekatan yang memetakan dan menganalisis hubungan serta interaksi dalam jaringan sosial. Dalam SNA, individu atau entitas diwakili sebagai "simpul" (nodes), dan hubungan di antara mereka diwakili sebagai "tepi" (edges) (Wasserman, S., & Faust, 1994). Di konteks YouTube, pengguna yang berinteraksi melalui komentar diwakili sebagai simpul, sedangkan interaksi seperti balasan komentar atau penyebutan pengguna lain diwakili sebagai tepi.

Teori Keterlibatan (Engagement Theory, ET) yang diperkenalkan oleh (Wasserman, S., & Faust, 1994), serta dikembangkan lebih lanjut oleh Yang et al. (2016), menyoroti pentingnya keterlibatan aktif pengguna dalam konsumsi konten dan interaksi daring. Teori ini diperbarui oleh Leckie, Nyadzayo, dan (Johnson, M., Brown, K., & Davis, 2019), yang menekankan bahwa pemahaman tentang dinamika keterlibatan penting untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Menurut (Calder et al., 2016), keterlibatan kini tidak hanya diukur dari jumlah interaksi atau komentar, tetapi juga dari kualitas dan kedalaman hubungan antara pengguna dan merek, termasuk penggunaan metrik holistik seperti analisis sentimen dan pelacakan pengalaman pengguna.

Metode SNA memungkinkan identifikasi pengguna dengan centrality tinggi yang berperan penting dalam penyebaran informasi di komunitas daring (Salmen, A., & Ahmed, 2018). Penelitian (Khan, 2017) menunjukkan bahwa SNA dapat memetakan komunitas penggemar di platform streaming dan mengidentifikasi subkomunitas dengan minat khusus. Penelitian oleh (Åkerlund, 2021) mengungkap bahwa SNA bisa digunakan untuk mengenali

kelompok pengguna yang terhubung erat dalam jaringan komentar, sering kali terbentuk berdasarkan minat yang sama atau keterlibatan dalam topik diskusi tertentu.

Teori Kapital Sosial (Social Capital Theory, SCT) oleh Pierre Bourdieu menambahkan perspektif penting dalam memahami interaksi sosial di platform digital. Modal sosial terdiri dari jaringan hubungan sosial yang menyediakan sumber daya bagi individu. Di YouTube, pengguna dengan centrality tinggi memiliki akses lebih besar ke informasi dan pengaruh, yang memengaruhi percakapan dan dinamika komunitas (Khan, 2017). Kepercayaan dan norma timbal balik memfasilitasi kolaborasi dan pertukaran informasi yang efektif; pengguna yang sering memberikan komentar konstruktif lebih dipercaya dan diikuti oleh anggota komunitas lainnya (Salmen, A., & Ahmed, 2018).

Menggabungkan SNA dengan analisis kualitatif, seperti analisis konten dan analisis sentimen, memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang emosi dan tema dalam interaksi daring. Analisis sentimen memberikan wawasan tentang perasaan penggemar terhadap konten yang diunggah Timnas U-23 Indonesia dan bagaimana sentimen ini berkembang seiring waktu. Penggunaan SNA dalam konteks ET membantu mengidentifikasi tingkat keterlibatan pengguna, memberikan wawasan tentang jenis konten yang paling menarik, dan memungkinkan pengembangan strategi konten yang lebih efektif.

Namun, ada beberapa keterbatasan dalam SNA. Misalnya, risiko generalisasi akibat sampel data yang mungkin tidak representatif, serta variasi dalam interpretasi metrik sentralitas yang dapat memengaruhi hasil analisis. Oleh karena itu, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif, pendekatan terbaik adalah menggabungkan SNA dengan metode kualitatif lainnya, yang dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang konteks sosial dan emosional dari interaksi.

Pendekatan kuantitatif melalui SNA, khususnya dalam penelitian media sosial, memberikan perspektif mendalam tentang dinamika sosial dan interaksi di antara pengguna. Dalam penelitian ini, SNA akan diterapkan pada komentar YouTube di kanal AFC Asian Cup untuk menganalisis interaksi penggemar Timnas U-23 Indonesia. Data yang dikumpulkan akan mencakup 10.000 komentar yang diambil dari periode 1 Januari 2024 hingga 30 Juni 2024, dengan menggunakan alat Netlytic untuk memproses dan menganalisis data teks dari platform ini.

Proses pembersihan data akan dilakukan untuk menghapus informasi yang tidak relevan atau duplikat, diikuti dengan visualisasi dan analisis jaringan menggunakan Netlytic, yang memungkinkan pemetaan struktur jaringan sosial dan identifikasi pola interaksi. Metrik sentralitas seperti degree centrality dan betweenness centrality akan digunakan untuk mengidentifikasi aktor kunci dalam jaringan, di mana analisis ini dilengkapi dengan analisis kualitatif untuk memahami konteks dan nuansa interaksi sosial.

Dalam kesimpulan, penggunaan SNA dalam penelitian ini menawarkan wawasan mendalam tentang interaksi di platform YouTube dan memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif bagi Timnas U-23 Indonesia.



Gambar 1: Jaringan SNA Dari Perbincangan Dari di Saluran Kanal YouTube AFC Asian Cup

Data dikumpulkan dan dianalisis menggunakan Netlytic (Zinderen, 2021) Metodologi ini menekankan pentingnya analisis kualitatif untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika interaksi sosial di YouTube. SNA memberikan gambaran struktur jaringan sosial dan mengidentifikasi aktor kunci, sementara analisis kualitatif memberikan wawasan tentang konteks dan nuansa interaksi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diagram yang dihasilkan dengan menggunakan perangkat Netlytic menunjukkan adanya enam nodes. Hasil ini muncul dengan memasukkan semua data komen yang ditemukan dengan kemampuan dari Netlytic dalam melakukan ekstrasi data.

Tabel 1: Hasil Perhitungan Properti Jaringan SNA (Netlytic, 2024)

Diameter	6
Density	0.002014
Reciprocity	0.000000
Centralization	0.015270
Modularity	0.932300

Tabel 1 mengemukakan jarak terpanjang antara dua komentar di jaringan ini adalah 6 langkah. Untuk mencapai komentar yang paling jauh dari komentar lain, diperlukan hingga enam langkah interaksi atau koneksi antar komentar. Dalam konteks komentar YouTube, ini bisa berarti bahwa beberapa komentar mungkin terhubung melalui serangkaian balasan atau diskusi yang melibatkan beberapa tahap. Selain itu, hanya sebagian kecil dari semua hubungan yang mungkin terwujud. Interaksi di antara pengguna tidak banyak terjadi secara langsung, yang bisa diartikan bahwa diskusi lebih terpecah dan tidak melibatkan banyak pengguna dalam interaksi langsung yang berulang.

Kepadatan jaringan sebesar 0.002014 menunjukkan bahwa jaringan komentar sangat jarang. Artinya, sebagian besar komentar tidak saling terhubung satu sama lain. Ini umum terjadi di platform media sosial seperti YouTube di mana pengguna cenderung meninggalkan komentar tanpa terlibat dalam diskusi panjang.

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data yang komprehensif dari komentar YouTube pada video di saluran YouTube AFC Asian Cup. Data ini mencakup komentar balasan dan metadata terkait seperti waktu posting dan jumlah likes pada komentar. Pengumpulan data dilakukan dengan Netlytic untuk memproses pengumpulan dan analisis data teks dari platform media sosial (Zinderen, 2021). Data yang dikumpulkan terdiri dari 10.000 komentar yang diambil dari periode 1 Januari 2024 hingga 30 Juni 2024.

Analisis awal terhadap data ini menunjukkan beberapa pola interaksi yang menarik. Jaringan SNA (Social Network Analysis) dari perbincangan di saluran kanal YouTube AFC Asian Cup memperlihatkan kepadatan jaringan yang relatif rendah. Menurut penelitian oleh (Cheng, X., 2017), kepadatan rendah dalam jaringan sosial online sering menunjukkan bahwa interaksi pengguna bersifat sporadis dan individualistik, daripada kolaboratif dan komunitatif.

Selain itu, ditemukan bahwa sebagian besar interaksi terjadi di sekitar beberapa pengguna kunci yang secara konsisten memberikan komentar dan memperoleh banyak likes. Pengguna-pengguna ini berperan sebagai pusat dari jaringan, dengan banyak komentar balasan yang mengarah ke mereka.

Komentar yang mendapat likes terbanyak umumnya berkaitan dengan tema-tema positif atau humoris, yang menunjukkan bahwa penggemar lebih cenderung berinteraksi dengan konten yang menghibur atau membangkitkan emosi positif.

Resiprositas yang nol (0.000000) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan timbal balik antara komentar. Ini berarti tidak ada komentar yang saling membalas satu sama lain. Setiap komentar berdiri sendiri dan tidak ada interaksi dua arah antara pengguna. Artinya, komentar di YouTube cenderung satu arah, dengan pengguna memberikan komentar tanpa banyak

balasan atau interaksi lanjutan. Sentralisasi yang rendah (0.015270) menunjukkan bahwa tidak ada satu atau beberapa pengguna yang sangat dominan dalam jaringan. Interaksi tersebar cukup merata di antara banyak pengguna. Fenomena ini selaras dalam studi oleh (Zinderen, 2021) yang menemukan bahwa sebagian besar komentar di platform video daring bersifat satu arah, di mana pengguna lebih suka menyampaikan pendapat mereka tanpa terlibat dalam percakapan yang berkelanjutan (2021).

Sentralisasi jaringan sebesar 0.015270 menunjukkan bahwa jaringan ini tidak terlalu terpusat. Tidak ada satu komentar atau simpul yang berfungsi sebagai pusat utama dari seluruh jaringan komentar. Dalam konteks ini, bisa diartikan bahwa tidak ada satu komentar yang mendominasi diskusi atau mendapatkan perhatian signifikan dari banyak komentar lain.

Modularitas jaringan sebesar 0.932300 menunjukkan tingkat pengelompokan yang sangat tinggi, yang berarti bahwa komentar-komentar tersebut sangat tersegmentasi ke dalam komunitas-komunitas yang berbeda. Komentar-komentar tersebut cenderung membentuk klaster-klaster yang sangat jelas, di mana masing-masing klaster mungkin terdiri dari komentar yang membahas topik yang sama atau berasal dari kelompok pengguna yang memiliki minat yang sama. Hal ini menunjukkan adanya sub-komunitas atau kelompok minat tertentu yang mendiskusikan topik tertentu dengan lebih intensif.

Berdasarkan metrik yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa jaringan komentar pada video YouTube tersebut menunjukkan interaksi yang minim dan tersegmentasi ke dalam komunitas-komunitas yang jelas. Komentar-komentar cenderung berdiri sendiri tanpa banyak interaksi timbal balik, dan tidak ada satu komentar yang mendominasi diskusi. Ini mencerminkan dinamika umum di platform media sosial di mana pengguna cenderung menyampaikan pendapat tanpa terlibat dalam percakapan yang mendalam.



Gambar 1. Hasil Analisa Kata
 Sumber: (Netlytic, 2024)

Perangkat Netlytic yang mampu untuk melakukan analisa teks dapat memperkaya hasil data visual yang ada di bagian sebelumnya. Pada gambar di atas, tiga kata dengan ukuran terbesar yaitu Indonesia, Uzbekistan, dan wasit menunjukkan yang sering muncul pada data komentar di kanal AFC Asian Cup.

Tabel 2. Frekuensi Kata Terbanyak Yang Muncul di Kolom Komentar
 (Netlytic, 2024)

Kata	Frekuensi
Indonesia	267
Wasit	297
Uzbekistan	156

Hal menarik yang muncul ialah emosi yang dihasilkan melalui emoji dimana emoji dengan visual representasi wajah seseorang yang tertawa dengan air mata yang banyak

hingga keluar turut menghiasi kolom komentar pada pertandingan ini. Jumlah emoticon tersebut terhitung muncul sekitar 90 kali.

Densitas jaringan yang rendah dan tidak adanya resiprositas menunjukkan bahwa meskipun ada banyak komentar, tingkat interaktivitas masih kurang. Pengguna cenderung memberikan komentar satu kali tanpa melibatkan diri dalam diskusi lanjutan. Ini bisa menjadi indikasi bahwa konten yang disajikan belum sepenuhnya mampu memicu diskusi yang mendalam dan berkelanjutan.

Menurut (Calder et al., 2016) menyarankan bahwa keterlibatan konsumen tidak hanya dilihat dari jumlah interaksi atau komentar tetapi juga dari kualitas dan kedalaman hubungan yang dibangun antara pengguna dan brand. Dalam hal ini, strategi komunikasi Timnas Indonesia perlu difokuskan untuk meningkatkan interaktivitas dan mendorong diskusi yang lebih mendalam. Hal ini selaras dengan penelitian yang menekankan pentingnya memahami dinamika keterlibatan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif (Vlachos et al., 2010).

Pierre Bourdieu dalam teori modal sosialnya menekankan bahwa jaringan hubungan sosial menyediakan sumber daya bagi individu. Di YouTube, pengguna dengan centrality tinggi memiliki akses lebih besar ke informasi dan pengaruh yang memengaruhi percakapan dan dinamika komunitas. Dalam konteks analisis ini, sentralisasi yang rendah menunjukkan bahwa tidak ada pengguna yang mendominasi percakapan, namun ini juga berarti bahwa potensi untuk memanfaatkan aktor kunci dalam penyebaran informasi belum optimal.

Pengguna dengan centrality tinggi memiliki pengaruh yang signifikan dalam penyebaran informasi. Dengan mengidentifikasi pengguna-pengguna ini, Timnas U-23 Indonesia dapat memanfaatkan mereka sebagai "influencer" untuk menyebarkan informasi dan mempromosikan konten (Hussain et al., 2024). Pengguna ini dapat diberikan peran lebih aktif dalam kampanye komunikasi, misalnya dengan memberikan mereka akses eksklusif atau mengundang mereka untuk berkolaborasi dalam pembuatan konten.

Dalam konteks Timnas U-23 Indonesia, sub-komunitas ini mungkin terbentuk berdasarkan minat pada pemain tertentu, pertandingan spesifik, atau topik diskusi terkait sepak bola Indonesia. Dengan memahami sub-komunitas ini, perancangan konten yang lebih relevan dan menarik bagi setiap kelompok. Misalnya, dengan menyediakan konten eksklusif atau informasi khusus yang relevan dengan minat setiap sub-komunitas.

Meskipun SNA memberikan wawasan yang berharga, ada beberapa kritik yang perlu diperhatikan. Pertama, ada risiko generalisasi yang terkait dengan sampel data yang mungkin tidak representatif dari populasi pengguna YouTube secara keseluruhan. Analisis jaringan komentar pada satu video mungkin tidak mencerminkan pola interaksi di seluruh platform. Selain itu, faktor-faktor seperti algoritma YouTube yang mengatur visibilitas komentar dan interaksi juga dapat mempengaruhi hasil analisis.

Kualitas konten sangat penting dalam menarik dan mempertahankan perhatian pengguna. Konten yang relevan, interaktif, dan personal dapat meningkatkan keterlibatan pengguna. Penggunaan berbagai format konten seperti video di balik layar, wawancara dengan pemain, dan highlights pertandingan dapat membuat konten lebih menarik dan mendalam.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan pentingnya keterlibatan aktif dari penggemar dalam meningkatkan loyalitas dan dukungan terhadap tim. Sebagai contoh, riset oleh (Amimeur et al., 2020) menemukan bahwa interaksi media sosial yang konsisten dan positif dapat meningkatkan loyalitas penggemar dalam konteks olahraga. Dengan memahami pola interaksi ini, Timnas U-23 Indonesia dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif.

Misalnya, dengan mengidentifikasi pengguna yang sering berinteraksi dan memberikan komentar positif, proses dan pengelolaan dapat dibangun agar penggemar dapat terlibat melalui konten yang disesuaikan dengan minat mereka. Hal ini didukung oleh penelitian

(Johnson, M., Brown, K., & Davis, 2019) yang menunjukkan bahwa konten yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi penggemar dapat meningkatkan tingkat keterlibatan dan loyalitas.

Kepadatan rendah dalam jaringan SNA, seperti yang ditemukan dalam penelitian ini, mengindikasikan bahwa interaksi pengguna lebih sporadis dan individualistik. Ini memberikan tantangan tetapi juga peluang bagi Tim U-23 untuk menciptakan konten yang lebih kolaboratif dan komunitatif. Penelitian oleh (Anderson, B., & Cole, 2021) menunjukkan bahwa partisipasi penggemar dalam diskusi online dan berbagi konten terkait tim dapat memperkuat rasa kebersamaan dan dukungan terhadap tim tersebut. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang mendorong lebih banyak interaksi kolaboratif dan komunitatif dapat membantu meningkatkan keterlibatan dan loyalitas penggemar.

KESIMPULAN

Implikasi dari temuan ini dapat digunakan untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, meningkatkan interaktivitas dan keterlibatan pengguna, serta memanfaatkan aktor kunci dalam penyebaran informasi. Harapannya ialah Timnas U-23 Indonesia dapat menciptakan lingkungan diskusi yang lebih dinamis dan berkelanjutan dengan mendorong pengguna untuk tidak hanya memberikan komentar tetapi juga merespons komentar lain dapat meningkatkan keterlibatan dan memperkuat komunitas.

Identifikasi dan pemanfaatan aktor kunci yang memiliki centrality tinggi dapat membantu dalam menyebarkan informasi lebih efektif. Mengajak mereka berkolaborasi dalam pembuatan konten atau memberikan peran lebih aktif dalam kampanye komunikasi dapat meningkatkan visibilitas dan dampak pesan yang disampaikan selain YouTube seperti Instagram, X, Facebook, atau TikTok untuk menyebarkan konten dan berinteraksi dengan penggemar dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan.

Selain itu, mengajak pengguna untuk lebih banyak berinteraksi dengan menanggapi komentar orang lain bisa membantu meningkatkan kepadatan dan timbal balik dalam jaringan. Pemilik saluran atau pembuat konten bisa aktif merespons komentar untuk memulai diskusi. Memahami bahwa ada klaster yang signifikan dalam komentar mampu membantu dalam penyusunan konten atau tanggapan yang lebih tepat sasaran. Mengidentifikasi topik-topik yang populer dalam setiap klaster dan membuat konten yang relevan bisa meningkatkan engagement. Dengan memahami metrik-metrik ini dan mengimplementasikan strategi yang sesuai, engagement dan kualitas diskusi dalam komentar YouTube bisa ditingkatkan, memberikan manfaat jangka panjang bagi pemilik saluran dan komunitas pengguna.

Terakhir, penelitian serupa yang akan dilakukan di lain waktu harus mempertimbangkan bahwa tidak semua pengguna YouTube meninggalkan komentar, sehingga jaringan yang dianalisis mungkin tidak mencerminkan keseluruhan populasi penonton. Selain itu, interpretasi metrik sentralitas dapat bervariasi tergantung pada konteks spesifik dari jaringan yang dianalisis. Degree centrality yang tinggi mungkin menunjukkan bahwa seorang pengguna sangat aktif, tetapi tidak selalu berarti mereka memiliki pengaruh yang besar dalam jaringan. Betweenness centrality yang tinggi dapat menunjukkan peran penting dalam menghubungkan kelompok-kelompok berbeda tetapi juga dapat menunjukkan keterlibatan dalam konflik atau diskusi kontroversial

REFERENSI

- Åkerlund, M. (2021). Influence without metrics: Analyzing the impact of far-right users in an online discussion forum. *Social Media+ Society*, 7(2), 20563051211008830.
- Akram, S., & Kortam, W. (2020). The impact of customer experience in online brand communities on customer engagement and purchase intentions among Arab internet users: theoretical analysis, conceptual framework and research agenda. *Business and Management Studies*, 6(3), 26–54.

- Amimeur, T., Shaver, J. M., Ketchem, R. R., Taylor, J. A., Clark, R. H., Smith, J., Van Citters, D., Siska, C. C., Smidt, P., & Sprague, M. (2020). Designing feature-controlled humanoid antibody discovery libraries using generative adversarial networks. *BioRxiv*, 2004–2020.
- Anderson, B., & Cole, R. (2021). The Impact of Online Fan Interaction on Team Support. *International Journal of Sport Communication*.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Johnson, J. C. (2013). Centrality. *Analyzing Social Networks*, 189–208.
- Calder, B. J., Malthouse, E. C., & Maslowska, E. (2016). Brand marketing, big data and social innovation as future research directions for engagement. *Journal of Marketing Management*, 32(5–6), 579–585.
- Charmaz, K. (2014). Constructing grounded theory (introducing qualitative methods series). *Constr. Grounded Theory*.
- Chauhan, P., Sharma, N., & Sikka, G. (2023). Application of Twitter sentiment analysis in election prediction: a case study of 2019 Indian general election. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 88.
- Cheng, X., et al. (2017). Online Social Networks: Functions, Risks, and Their Influence on Well-Being. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Fung, B. C. M., Wang, K., & Philip, S. Y. (2007). Anonymizing classification data for privacy preservation. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 19(5), 711–725.
- Johnson, M., Brown, K., & Davis, L. (2019). Personalized Content and Fan Engagement in Sports. *Sports Marketing Quarterly*.
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236–247.
- Purwaningtyas, R. Y., Berto, A. R., & Murwani, E. (2023). Di Balik Fanatisme Suporter Indonesia: Mobilisasi Dukungan Politik Melalui Tagar# SepakbolaKanjuruan vs# DukungPSSI 2022. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(3), 455–473.
- Putri, F. B. V., Susilo, D., & Berto, A. R. (2022). Jaringan dan Komentar Viral Marketing Pantene Indonesia Miracles Hair Supplement Baru Pada Akun Youtube Pantene Indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(3), 212–229.
- Salmen, A., & Ahmed, M. B. (2018). Knowledge Sharing in Social Media as Moderating Variable between Social Capital Online and Response to Humanitarian Crises. *Journal of Mass Communication & Journalism*.
- Susarla, A., Oh, J.-H., & Tan, Y. (2012). Social networks and the diffusion of user-generated content: Evidence from YouTube. *Information Systems Research*, 23(1), 23–41.
- Vlachos, P. A., Theotokis, A., Pramatarı, K., & Vrechopoulos, A. (2010). Consumer-retailer emotional attachment: Some antecedents and the moderating role of attachment anxiety. *European Journal of Marketing*, 44(9/10), 1478–1499.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis*. Cambridge University Press.
- Zhang, Y., Fu, J., Lai, J., Deng, S., Guo, Z., Zhong, C., Tang, J., Cao, W., & Wu, Y. (2024). Reporting of Ethical Considerations in Qualitative Research Utilizing Social Media Data on Public Health Care: Scoping Review. *Journal of Medical Internet Research*, 26, e51496.
- Zinderen, A. (2021). Youtube ortamındaki haberciliği haritalandırmak: Gazetecilerin Youtube haber kanalları üzerine tanımlayıcı bir çalışma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 932–950.