JURNAL MULTI DISIPLIN DEHASEN (MUDE)
E-ISSN: 2828-1799
Dikelola dan Diterbitkan Oleh
LPPJPHKI Universitas Dehasen Bengkulu

Analisis Bibliometrik Tren Penelitian Gerakan Opini Digital di Media Sosial

Winda Yulia Sari [1)]; Iip Permana [2)]
[1, 2)] ***Public Administration Science, Faculty of Social Sciences, Padang State University***
Email: [1)] windayuliasari17@gmail.com ;[2)] ipaddr@fis.unp.ac.id

ARTICLE HISTORY
Received [05 Juni 2025]
Revised [10 Juli 2025]
Accepted [11 Juli 2025]

KEYWORDS
Bibliometrics, Digital Opinion Movement, Social Media.

ABSTRAK
Platform media sosial yang populer seperti Instagram, X (sebelumnya Twitter), Facebook, serta TikTok tidak hanya berfungsi sebagai ruang publik *(public sphere)* digital bagi masyarakat dalam memulai diskusi, tetapi juga menjadi arena mobilisasi berbagai gerakan sosial dan politik berkat kecepatan dan jangkauan yang luas dari media sosial. Pada konteks inilah, *Digital Movement Opinion (DMO)* atau gerakan opini digital hadir sebagai artikulasi pendapat publik yang dimobilisasi melalui unggahan, komentar, dan penggunaan tagar tertentu atas suatu isu di media sosial. Gerakan ini dapat mempengaruhi kebijakan, opini publik, dan perubahan sosial. Seiring berjalannya waktu, jumlah penelitian gerakan opini digital di media sosial meningkat setiap tahunnya. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih tersebar dengan berbagai pendekatan dan disiplin ilmu yang beragam, serta masih belum dipetakan secara sistematis dalam suatu kerangka analisis bibliometrik yang utuh. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan memetakan tren penelitian tentang gerakan opini digital di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode analisis bibliometrik dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan perangkat lunak Publish or Perish untuk mendapatkan data artikel jurnal dari *database* Google Scholar dan Crossref dengan keyword "gerakan opini digital" dan "media sosial" dalam rentang waktu 2015-2025. Temuan penelitian menemukan sebanyak 227 artikel yang membahas gerakan opini digital dengan jumlah penulis sebanyak 222 dan 4072 kata kunci yang berbeda. Tren penelitian gerakan opini digital menunjukan tren positif, sementara itu peta visualisasi berdasarkan kata kunci menghasilkan tiga klaster dan penulis terbagi menjadi lima klaster. Kata kunci 'medium', 'tagar', 'digital movement opinion', dan 'media sosial twitter' merupakan topik penelitian yang banyak dikaji oleh peneliti dan masih menjadi topik hangat. Sedangkan kata kunci 'gephi', 'instagram', 'response', 'interaction', 'relationship', 'sna', 'social media user', 'message' dan 'opinion mobilization' adalah kata kunci yang belum banyak digunakan atau diteliti dalam penelitian gerakan opini digital.

ABSTRACT
Popular social media platforms such as Instagram, X (formerly Twitter), Facebook, and TikTok not only function as a digital public sphere for people to start discussions, but also become an arena for mobilizing various social and political movements thanks to the speed and wide reach of social media. In this context, the Digital Movement Opinion (DMO) or digital opinion movement is present as an articulation of public opinion that is mobilized through uploads, comments, and the use of certain hashtags on an issue on social media. This movement can influence policy, public opinion, and social change. Over time, the number of studies on digital opinion movements on social media has increased every year. However, these studies are still scattered with various approaches and disciplines, and have not been systematically mapped in a complete bibliometric analysis framework. The purpose of this study is to identify and map research trends on digital opinion movements on social media. This study uses a bibliometric analysis method with a quantitative approach. Data collection in this study uses the help of Publish or Perish software to obtain journal article data from the Google Scholar and Crossref databases with the keywords "digital opinion movement" and "social media" in the 2015-2025 period. The research findings found 227 articles discussing digital opinion movements with 222 authors and 4072 different keywords. The trend of digital opinion movement research shows a positive trend, while the visualization map based on keywords produces three clusters and the authors are divided into five clusters. The keywords 'medium', 'hashtag', 'digital movement opinion', and 'social media twitter' are research topics that are widely studied by researchers and are still hot topics. Meanwhile, the keywords 'gephi', 'instagram', 'response', 'interaction', 'relationship', 'sna', 'social media user', 'message' and 'opinion mobilization' are keywords that have not been widely used or studied in digital opinion movement research.

This is an open access article under the CC–BY-SA license

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan salah satu bentuk produk dari kemajuan teknologi yang menciptakan ruang publik *(public sphere)* digital bagi masyarakat dalam memulai diskusi. Ruang publik digital memungkinkan masyarakat untuk berdiskusi dan menyampaikan pendapat, ide, dan kritik kepada pemerintah secara praktis, karena tidak memerlukan tenaga dan waktu sebanyak yang dibutuhkan dalam interaksi di ruang publik nyata. Media sosial menawarkan kemudahan dalam mengakses dan menyebarkan informasi antara pengguna dengan cepat dalam jaringan yang luas (Nasution & Rojiati, 2021). Pengguna media sosial diberikan keleluasan dalam berinteraksi dengan berbagai individu lintas lokasi dan waktu, sehingga terciptapnya ruang interaksi yang melampaui batas temporal dan geografis.

Jadi, tidak mengherankan apabila media sosial menjadi pilihan alternatif bagi setiap individu untuk menyampaikan opini secara argumentatif dan bebas mengenai isu-isu politik, hingga mengkritisi kebijakan pemerintah (Andzani et al., 2024).Media sosial merupakan salah satu fenomena paling menonjol dan berpengaruh besar dalam aktifitas digital pengguna internet saat ini. Bahkan, lebih dari 80% pengguna internet memanfaatkan media sosial dalam aktivitas mereka sehari-hari (Irwanto et al., 2025). Menurut data We Are Social pada Januari 2025, jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia mencapai 5,31 miliar atau sekitar 64,7 % dari keseluruhan populasi dunia.

Sementara itu, 143 juta merupakan pengguna aktif media sosial di Indonesia yang setara dengan 50,2% populasi di dalam negeri (We Are Social, 2025). Tingginya jumlah populasi pengguna media sosial, baik di tingkat global maupun nasional, mempertegas peran penting media sosial sebagai ruang komunikasi, penyebaran informasi, serta pembentukan opini publik yang tentunya mempengaruhi dinamika politik. Selain itu, platform media sosial seperti Facebook, Twitter (X), Instagram, serta TikTok tidak hanya digunakan untuk mengabdikan momen pribadi, tetapi juga menjadi arena mobilisasi berbagai gerakan sosial dan politik yang disebabkan karena adanya kecepatan dan jangkauan yang luas (Rahma et al., 2024).Pada konteks inilah, *Digital Movement Opinion (DMO)* atau gerakan opini digital hadir sebagai artikulasi pendapat publik yang dimobilisasi melalui unggahan, komentar serta penggunaan tagar tertentu atas suatu isu di media sosial yang dapat mempengaruhi kebijakan, opini publik, dan perubahan sosial (Lubis et al., 2024). Gerakan opini digital adalah kondisi konseptual gerakan sosial dan opini publik yang terwujud dalam ruang media sosial (Rakhman et al., 2021). Gerakan ini lahir tanpa campur tangan aktor institusional atau pemimpin yang mengkoordinasikannya, melainkan sebagai respon spontan dan kolektif para pengguna media sosial terhadap isu yang Tengah ramai diperbincangkan (Eriyanto, 2020).

Opini publik mendorong keterlibatan dalam aksi kolektif dan evolusi gerakan sosial, mengingat pentingnya untuk mempertahankan dan membentuk tatanan sosial serta menciptakan perubahan politik (David, 2022). Ketika suatu opini yang bersifat spontan dan tidak terorganisasi oleh aktor tertentu, maka perhatian terhadap suatu isu menjadi mudah berubah dan tergeser. Pengguna yang tertarik pada masalah tersebut akan beralih kemasalah lain di hari berikutnya. Meskipun demikian, penggunaan tagar yang bersifat emosional berpotensi memicu reaksi spontan dari pengguna media sosial X, sehingga memperkuat penyebaran opini dan memperluas jangkauan perbincangan terkait isu tersebut (Ulya & Indainanto, 2024). Fenomena ini tercermin dari sejumlah gerakan sosial seperti gerakan #AksiBelaIslam, #GejayanMemanggil, #BengawanMelawan, dan #MosiTidakPercaya yang menunjukkan bagaimana masyarakat umum memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran publik, menyuarakan pendapat, mengkoordinasi aksi kolektif, hingga menekan lembaga-lembaga formal negara untuk mendukung agenda perubahan politik (Apriyani, 2021).

Sejak dikemukan oleh Barisione (2017), konsep gerakan opini digital telah menjadi rujukan dalam penelitian dari berbagai disiplin ilmu seperti ilmu politik, komunikasi, sosiologi, teknologi informasi, bahkan dalam kajian ilmu administrasi negara. Konsep ini dapat digunakan oleh peneliti untuk mengkaji mengenai dinamika opini publik di era digital, terutama yang berkaitan dengan respon publik terhadap terhadap kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah (Anbarini et al., 2023).

Gerakan opini digital memiliki signifikasi yang sama dengan gerakan opini melalui institusi tradisional. Peneliti dapat menerapkan analisis sentimen untuk memahami reaksi publik terhadap suatu isu atau peristiwa (Rahman et al., 2021). Bedanya, penelitian yang menggunakan opini digital di media sosial sebagai sumber data, menawarkan sejumlah keunggulan antara lain biaya yang murah, data dapat diakses secara *real time,* dan memberikan perspektif yang mungkin saja tidak bisa didapatkan melalui pendekatan konvensional (Septa & Kusumasari, 2023).

Seiring dengan hal tersebut, jumlah penelitian gerakan opini digital di media sosial setiap tahunnya meningkat. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih tersebar dengan berbagai pendekatan dan disiplin ilmu yang beragam, serta masih belum dipetakan secara sistematis dalam suatu kerangka analisis bibliometrik yang utuh. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Permana & Maani (2024) mengungkapkan bahwa analisis biobliometrik dapat digunakan untuk mengkaji tren publikasi penelitian sentimen publik terhadap kebijakan pemerintah Indonesia di media sosial, yang merupakan langkah awal untuk memahami opini publik untuk merumuskan kebijakan publik yang efektif. Jumlah publikasi yang membahas sentimen publik terhadap kebijakan pemerintah Indonesia di media sosial mengalami peningkatan secara signifikan pada tahun 2018-2021, dengan 1140 yang berhasil diidentifikasi dan mencakup 352 kata kunci yang membahas topik tersebut. Selanjutnya, penelitian Ramadhani & Pratiwi (2024) juga turut mengeksplorasi analisis bibliometrik dengan kata kunci "Social Network Analysis" AND "Komunikasi Politik" OR "Media Sosial" periode 2020 - 2023. Hasil menunjukan bahwa terjadi peningkatan signifikan dalam publikasi topik tersebut, terutama pada tahun 2023 dengan total 165 artikel.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memetakan tren penelitian tentang gerakan opini digital di media sosial melalui pendekatan analisis bibliometrik. Melalui pendekatan

JURNAL MULTI DISIPLIN DEHASEN (MUDE)
E-ISSN: 2828-1799
Dikelola dan Diterbitkan Oleh
LPPJPHKI Universitas Dehasen Bengkulu

ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman menyeluruh tentang arah dan perkembangan kajian bidang tersebut, serta menjadi rujukan bagi peneliti yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang gerakan opini digital di media sosial.

LANDASAN TEORI

Analisis Bibliometrik

Metode analisis bibliometrik mengadopsi pendekatan Pritchard (1996), yang mengevaluasi karakteristik literatur melalui teknik analisis statistik. Pritchard (1969) menjelaskan bahwa analisis bibliometrik merupakan sebagai suatu bentuk analisis yang bertujuan untuk menggambarkan proses hubungan yang terjadi serta mengkaji perkembangan variabel-variabel yang terlibat didalamnya (Putri, 2022). sementara itu, menuAnalisis bibliometrik menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menelusuri perkembangan penelitian mencakup topik-topik kajian dan penulis yang terlibat, dengan mempertimbangkan aspek intelektual, sosial dan konseptual disiplin ilmu. Analisis bibliometrik juga dapat mengidentifikasi jaringan dan hubungan antara penelitian dengan mengungkapkan tema-tema yang berkembangkan dari celah-celah penelitian yang ada (Ramadhani & Pratiwi, 2024). Studi ini memanfaatkan sejumlah indikator, antara lain kata kunci, jumlah publikasi, pola sitasi, dan kolaborasi antar penulis dalam menilai dinamika perkembangan suatu bidang ilmu penelitian dan kemajuan yang telah dicapai (Maulidyna, 2023) .Penelitian analisis bibliometrik telah dilakukan secara luar oleh para akademi lintas bidang, terutama mencakup gerakan sosial di media sosial (Anwar, 2025; Zahra et al., 2025; Valentino et al., 2024; Maulidyna, 2023). Penelitian yang dilakukan Anwar (2025) berkontribusi dalam pengembangan literatur gerakan sosial di era digital, karena mengeksplorasi tren dan mengidentifikasi isu-isu utama mengenai topik tersebut dari data publikasi ilmiah yang terindeks Scopus. Kemudian, analisis bibliometrik juga digunakan untuk tren publikasi tentang peran media sosial dalam aktivisme secara kuantitatif (Zahra et al., 2025).

Studi aktivisme juga oleh dipetakan oleh Valentino et al. (2024) dalam analisis bibliometrik yang menyajikan laporan laporan komprehensif terkait penelitian aktivisme digital dengan peran media sosial Twitter sebagai kontributor dalam pengembangan gerakan tersebut, seperti gerakan #DOYOURMAGIC. Terakhir, analisis bibliometrik digunakan untuk meninjau publikasi terkait gerakan sosial feminisme di media sosial (Maulidyna, 2023). Meskipun penelitian-penelitian tersebut mengkaji analisis bibliometrik terkait gerakan sosial di media sosial, namun sejauh ini belum ada penelitian terkait tren publikasi gerakan opini digital dengan analisis bibliometrik.

Gerakan Opini Digital

Gerakan opini digital merupakan sebuah gerakan sosial yang dilakukan melalui platform online. Gerakan opini digital merupakan konseptualisasi gerakan sosial dan opini publik yang berkembang di ruang media sosial (Barisione & Ceron, 2017). Menurut Eriyanto (2020), gerakan opini digital dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk dari aktivisme digital yang ditandai adanya respon spontan dan tidak terorganisasi dari pengguna media sosial. Pada praktiknya, pengguna media sosial di berikan keleluasaan untuk memposting apapun seperti gambar, video, teks singkat, atau tautan ke konten lain, bahkan menyukai dan mengomentari suatu isu tanpa ada intervensi dari aktor-aktor yang mengendalikanya.

Menurut Barisione et al. (2017), gerakan opini digital memiliki 4 ciri-ciri sebagai berikut:

a. Cenderung terjadi secara spontan dan tidak terstruktur, artinya para pengguna media sosial menyampaikan pendapat mereka secara langsung tanpa perencanaan, baik dalam bentuk dukungan, kritik, maupun tanggapan netral terhadap isu yang sedang ramai dibicarakan.
b. Durasi berlangsungnya gerakan opini digital relatif singkat, hal ini merupakan akibat dari karakter spontanitas yang melekat pada gerakan opini digital tersebut.
c. Bersifat seragam dalam respon, karena para pengguna media sosial biasanya menunjukkan posisi yang jelas, apakah mendukung atau menentang suatu isu tertentu.
d. Melibatkan berbagai sektor atau kelompok sosial, yang bersama-sama menyuarakan opini mengenai suatu topik hingga tercipta jejaring virtual yang luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis bibliometrik dengan pendekatan kuantitatif. Tahapan proses penelitian analisis bibliometrik ini dimulai dengan mendefinisikan tujuan dan ruang lingkup, memilih teknik dan data, dan melakukan analisis bibliometrik, serta melaporkan temuan. Berikut ini disajikan tabel dari tahapan proses analisis bibliometrik:

Tabel 1. Tahapan Analisis Bibliometrik

TAHAPAN	KETERANGAN
Menentukan tujuan dan ruang lingkup analisis bibliometrik	Tujuan penelitian analisis bibliometrik ini yaitu untuk menganalisis tren penelitian gerakan opini digital di media sosial
Memilih teknik untuk analisis data bibliometrik	Penelitian analisis bibliometrik menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis interpretasi hasil
Memilih data untuk analisis bibliometrik	Penelitian ini mengambil data artikel ilmiah dari *database* Google Scholar dan Crossref dengan menggunakan keyword "gerakan opini digital", "digital movement opinion" dan "media sosial" dengan bantuan *software* Publish Or Perish (PoP)
Melakukan analisis bibliometrik dan melaporkan temuan	Hasil analisis divisualisasikan dengan bantuan *software* VOSViewer dan diinterpretasikan untuk mengidentifikasi tren penelitian gerakan opini digital di media sosial.

Sumber : (Donthu et al., 2021)

Berdasarkan tabel tahapan analisis bioliometrik, setelah menentukan tujuan dan ruang lingkup dari analisis bioliometrik, peneliti mencari dan mengumpulkan data artikel jurnal dari *database* Google Scholar dan Crossref dengan menggunakan *keyword* "gerakan opini digital" dan "media sosial" dalam rentang waktu 2015-2025. Peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak Publish or Perish untuk mempermudah pengumpulan data publikasi artikel. Data yang telah dikumpulkan kemudian disimpan dalam format CSV, kemudian data di seleksi untuk menyesuaikan dengan topik penelitian. Proses seleksi dilakukan terhadap data yang mengalami kesalahan atau *error,* kemudian data yang diterbitkan selain dalam bentuk artikel (buku, tesis, atau disertasi), dan terakhir eliminasi dilakukan pada judul dan abstrak yang tidak berkaitan dengan gerakan opini digital di media sosial. Proses seleksi ini dibantu dengan menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel sebagai alat pengolahan data (Handayani & Yuhertiana, 2024).Setelah melewati proses seleksi, diperoleh sebanyak 232 artikel dari database Google Scholar dan Crossref yang memenuhi kriteria. Selanjutnya, data artikel tersebut divisualisasi menggunakan perangkat lunak VOSviewer. Pada Tahapan ini, penulis menjalankan perangkat lunak VOSviewer untuk mengidentifikasi *cluster* dan memetakan jejaring *author* yang berkontribusi dalam kajian gerakan opini digital dalam rentang waktu 2015-2025. Analisis data akan disajikan menggunakan tiga jenis visualisasi: visualisasi jaringan *(network visualization*), visualisasi waktu *(overlay visualization),* dan visualisasi kepadatan *(density visualization).*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Perkembangan Publikasi Ilmiah tentang Gerakan Opini Digital

Berdasarkan penelusuran pada Google Scholar dan Crossref dengan kata kunci "gerakan opini digital", "digital movement opinion", dan "media sosial" dalam rentang waktu 2015-2025, diperoleh sebanyak 227 artikel yang membahas topik tersebut. Berdasarkan gambar 1, jumlah publikasi yang membahas gerakan opini digital menunjukkan tren peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015, hamper tidak ditemukan adanya publikasi yang membahas topik ini. Meskipun demikian, jumlah publikasi meningkat dalam periode 2016-2020 dengan juma publikasi yang masih berada dibawah 10 setiap tahunnya. Peningkatan signifikan terjadi pada tahun 2021, jumlah publikasi melonjak mencapai 41 artikel. Puncak jumlah publikasi tertinggi selama periode pengamatan terjadi pada tahun 2023 sebanyak 73 artikel. Jumlah publikasi mengalami penurunan di tahun 2024 menjadi 36, sementara di awal periode tahun 2025 jumlah publikasi sebanyak 14 artikel yang sudah terbit. Data ini menunjukan bahwa penelitian mengenai gerakan opini digital terus meningkat dalam satu dekade terakhir ini, sekaligus menandakan peningkatan minat kalangan akademisi yang mengkaji topik ini. Berikut gambar grafik jumlah publikasi penelitian gerakan opini digital setiap tahunnya :

Gambar 1. Jumlah Publikasi Penelitian Gerakan Opini Per Tahun

JURNAL MULTI DISIPLIN DEHASEN (MUDE)
E-ISSN: 2828-1799
Dikelola dan Diterbitkan Oleh
LPPJPHKI Universitas Dehasen Bengkulu

Mengacu pada data jumlah publikasi gerakan opini digital di media sosial, teridentifikasi sebanyak 10 jurnal teratas dari 227 artikel yang dipublikasikan. Pemilihan jurnal berdasarkan jumlah penerbitan artikel terbanyak. Adapun jurnal publikasi artikel terbanyak yaitu Jurnal Komunikasi Profesional sebanyak 10 artikel, selanjutnya Jurnal isjd-demos dan Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi masing-masing sebanyak 4 artikel. Terakhir, masing-masing 3 artikel dari jurnal BroadComm, Jurnal Ilmu Komunikasi, Jurnal Kajian Jurnalisme, Jurnal Komunikasi, Jurnal Komunikasi Global, Jurnal Komunikasi Islam dan Wacana : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi. Berikut ini data jurnal berdasakan jumlah publikasi artikel terbanyak yaitu :

Tabel 2. Jurnal Menurut Publikasi Artikel Terbanyak

No	Jurnal	Jumlah Artikel	Jumlah Sitasi
1.	Jurnal Komunikasi Profesional	10	21
2.	ijd-demos	4	4
3.	Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi	4	1
4.	BroadComm	3	2
5.	Jurnal Ilmu Komunikasi	3	11
6.	Jurnal Kajian Jurnalisme	3	34
7.	Jurnal Komunikasi	3	1
8.	Jurnal Komunikasi Global	3	3
9.	Jurnal Komunikasi Islam	3	12
10.	Wacana : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi	3	26

Sumber : Publish Or Perish (2025)

Selain menyajikan data jurnal publikasi artikel terbanyak, terdapat juga 10 judul artikel dengan jumlah sitasi tertinggi. Artikel yang berjudul *"#MeToo And The Promise And Pitfalls Of Challenging Rape Culture Through Digital Feminist Activism"* memperoleh jumlah sitasi tertinggi mencapai 1141. Posisi kedua ditempati oleh artikel yang berjudul *"Social Media Teams as Digital Vanguards: The Question Of Leadership In The Management Of Key Facebook And Twitter Accounts Of Occupy Wall Street, Indignados And UK Uncut*" dengan jumah sitasi mencapai 191. Posisi selanjutnya, jumlah sitasi sebesar 171 dari artikel yang berjudul *"#Bringbackourgirls: Digital Communities Supporting Real-World Change And Influencing Mainstream Media Agendas".* Berikut ini tabel yang berisi data artikel berdasarkan jumlah disertasi yaitu :

Tabel 3. Jumlah Artikel Berdasarkan Jumlah Sitasi

No	Penulis	Judul Artikel	Jurnal	Jumlah Sitasi
1.	K Mendes, J Ringrose, J Keller	# MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism	European Journal of Women Studis	1141
2.	P Gerbaudo	Social media teams as digital vanguards: the question of leadership in the management of key Facebook and Twitter accounts of Occupy Wall Street, Indignados and UK Uncut	Information, Communication & Society	191
3.	C Carter Olson	# BringBackOurGirls: digital communities supporting real-world change and influencing mainstream media agendas	Feminist media studies	171
4.	M Li, N Turki, CR Izaguirre, C DeMahy…	Twitter as a tool for social movement: An analysis of feminist activism on social media communities	Journal of Comunity Psychology	170
5.	M Barisione, A Michailidou, M Airoldi	Understanding a digital movement of opinion: The case of# RefugeesWelcome	Social Media and European Politics: Re- thinking Power and Legitimacy in the Digital Era	135

6.	M Barisione, A Ceron	A digital movement of opinion? Contesting austerity through social media	Social Media and European Politics: Re- thinking Power and Legitimacy in the Digital Era.	85
7.	C Juditha	Buzzer di media sosial pada pilkada dan pemilu Indonesia	Seminar Nasional Komunikasi Dan Informatika	84
8.	E Eriyanto	Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on# BubarkanKPAI vs# KamiBersamaKPAI Hashtags	Jurnal Komunikasi Indonesia	42
9.	R Salam, A Kho	Pengaruh manajemen pemasaran virtual terhadap produk umkm	Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Informasi	36
10.	GN Bakry, IM Kusmayadi	Peran pers sebagai aktor gerakan digital tagar# solidaritasuntukntt di Twitter	Jurnal Kajian Jurnalisme	30

Sumber : Publish Or Perish (2025)

Pembahasan

Visualisasi Kata Kunci Artikel "Gerakan Opini Digital", "Digital Movement Opinion" dan "Media Sosial" Menggunakan Aplikasi VOSViewer

Hasil analisis 227 artikel publikasi tentang gerakan opini digital di media sosia, ditemukan kemunculan kata kunci secara bersamaan *(co-occurrence).* Kata kunci dibatasi dengan jumlah minimum kemunculan sebanyak 6 dari frekuensi 4072 kata kunci dan diperoleh sebanyak 87 jenis kata kunci yang memenuhi ambang batas *(threshold).* Kata kunci yang paling sering muncul adalah kata 'medium' 88 kali, disusul kata 'tagar' 71 kali dan kata 'digital movement' sebanyak 49 kali. Urutan kata kunci yang paling banyak digunakan tertera pada gambar :

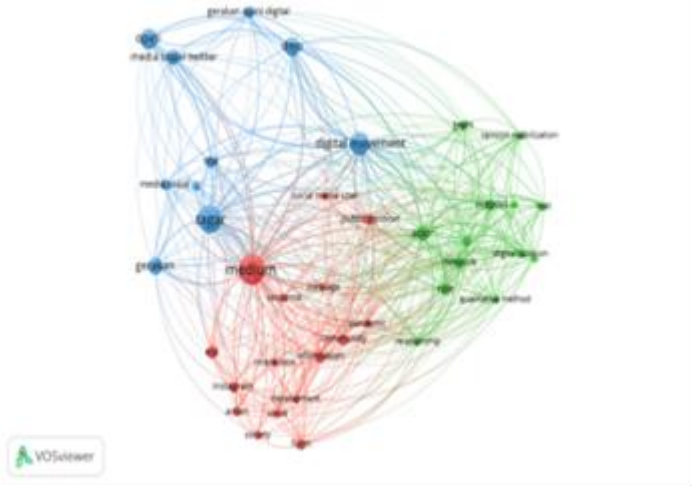
Gambar 2. Kata Kunci dalam Penelitian Publikasi Gerakan Opini Digital

Sumber : Hasil Olahan VOSviewer (2025

Hasil analisis kata kunci dapat ditunjukan melalui *network visualization* yang menghasilkan 3 klaster yang berbeda. Setiap cluster ditandai dengan warna merah, hijau, dan biru yang mewakili setiap item yang berisikan kata kunci dalam artikel publikasi yang divisualisasikan dalam bentuk lingkaran. Besar kecilnya ukuran lingkaran dipenuhi oleh bobot dari masing-masing kata kunci. Semakin besar lingkaran, menandakan bahwa kata kunci tersebut telah banyak diteliti dan memiliki banyak hubungan dengan kata kunci yang lain, dan begitu juga sebaliknya. Garis antar item menghubungkan satu kata kunci dengan kata kunci yang lainnya. Jarak antar kunci menunjukkan tingkat keterhubungan berdasarkan frekuensi kemunculan secara bersamaan (Handayani & Yuhertiana, 2024). Artinya, penelitian mengenai gerakan opini digital di media sosial memiliki banyak bahasan dan terhubung satu sama lain. Berikut ini *network visualization* artikel gerakan opini digital di media sosial yaitu :

JURNAL MULTI DISIPLIN DEHASEN (MUDE)
E-ISSN: 2828-1799
Dikelola dan Diterbitkan Oleh
LPPJPHKI Universitas Dehasen Bengkulu

Gambar 3. Network Visualization Penelitian Gerakan Opini Digital di Media Sosial

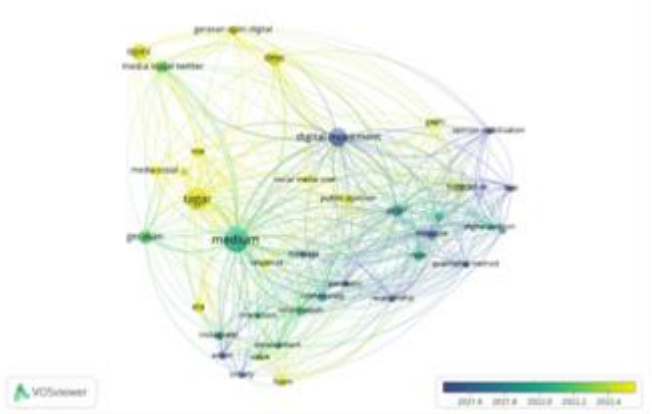


Sumber : Hasil Olahan VOSviewer (2025)

1. Kluster pertama ditandai dengan warna merah dan terdiri dari enam belas item, yaitu action, community, development, era, form, information, instagram, interaction, medium, message, response, social media user, society, dan value
2. Klaster kedua ditunjukkan dengan warna hijau dan mencakup sebanyak tiga belas item, meliputi: actor, communication network, digital opinion, gephi, mobilization, network, opinion mobilization, qualitative method, relationship, role, support, text, tweet data.
3. Klaster ketiga divisualisasikan dengan warna biru, mencakup sepuluh item yang saling berkaitan dalam satu topik tematik, yaitu: analisis, digital movement, dmo, gerakan, gerakan opini digital, media sosial, media sosial twitter, opini, sna, tagar

Menurut Ramadhani & Pratiwi (2024), *overlay visualization* dan *density visualization* dapat dimanfaatkan untuk mengindentifikasi tema-tema penting dalam penelitian. *Overlay visualization* memberikan gambaran berdasarkan waktu publikasi, ketika jaringan penghubung dan warna lingkaran yang semakin cerah menandakan bahwa topik tersebut merupakan kajian yang relatif baru. Berikut ini gambaran *overlay visualization* artikel penelitian gerakan opini digital di media sosial :

Gambar 4. Overlay Visualization Penelitian Gerakan Opini Digital di Media Sosial



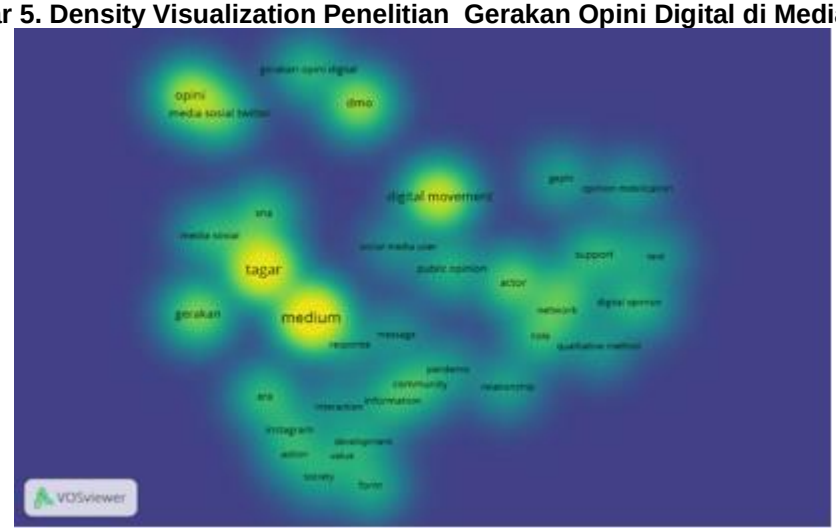
Sumber : Hasil Olahan VOSviewer (2025)

Berdasarkan gambar 4 dapat dilihat bahwa pembahasan yang paling banyak dikaji dalam artikel gerakan opini digital di media sosial adalah ‘medium’ atau media. Ha ini terjadi karena adanya pergeseran dari cara masyarakat menyampaikan dan membentuk opini publik di media digital. Di berbagai media digital yang paling umum digunakan oleh masyarakat yaitu media sosial. Media sosial menjadi media utama dalam penyebaran informasi, membangun interaksi, dan memobilisasi opini yang berujung dalam pembentukan aksi gerakan digital oleh komunitas masyarakat. Banyak para peneliti yang kemudian tertarik untuk mengkaji lebih lanjut terkait peran dan perkembangan gerakan digital di media

sosial Twitter dan Instagram. Namun, topik dalam penelitian ini akan cenderung mengalami pergeseran setiap tahunnya, seiring dengan perubahan tren yang berkembang pada masing-masing tahun tersebut.

Pada tahun 2021, ketika terjadi pandemi COVID 19, banyak penelitian yang berfokus pada gerakan digital atau 'digital movement', 'opinion mobilization', 'relationship', 'network' dengan motode kualitatif. Kemudian, pada tahun 2022 penelitian berfokus pada penggunaan media sosial instagram dan twitter dalam mobilisasi opini yang semakin meningkatpasca pandemi COVID 19. Periode ini lebih menekankan peran, keterhubungan, serta interaksi aktor dalam komunitas digital. Terakhir, pada tahun 2022 penelitian berfokus terhadap Social Network Analysis (SNA) yang mengkaji jaringan aktor dalam gerakan opini digital di media sosial X dengan bantuan perangkat lunak Gephi. Selanjutnya, density visualization yang menunjukan kerapatan suatu topik dalam tren penelitian. Melalui *density visualization*, peneliti dapat mengetahui kata kunci penelitian yang sering atau jarang digunakan. Indikator untuk menentukan seberapa sering kata kunci tersebut digunakan dapat dilihat dari warna yang terkandung dalam kata kunci semakin terang dan jelas warnanya, maka kata kunci tersebut sering digunakan didalam penelitian. Sementara itu, jika warnanya semakin redup dan gelap warnanya, maka kata kunci tersebut masih jarang diteliti. *Density visualization* jaringan penelitian dengan kata kunci "gerakan opini digital", "digital movement opinion" dan "media sosial" ditunjukkan dalam Gambar 6 di bawah ini:

Gambar 5. Density Visualization Penelitian Gerakan Opini Digital di Media Sosial



Sumber : Hasil Olahan VOSviewer (2025)

Berdasarkan gambar 6 *density visualization* penelitian gerakan opini digital di media sosial, beberapa topik penelitian yang memiliki tingkat kepadatan yang tinggi terdapat pada kata kunci 'medium', 'tagar', 'digital movement opinion', dan 'media sosial twitter'. Kata-kata kunci tersebut merupakan topik penelitian yang banyak dikaji oleh peneliti dan masih menjadi topik hangat. Sedangkan kata kunci 'gephi', 'instagram', 'response', 'interaction', 'relationship', 'sna', 'social media user', 'message' dan 'opinion mobilization' memiliki tingkat kerapatan yang rendah.

Artinya, topik penelitian dengan kata kunci tersebut belum banyak digunakan atau diteliti dalam penelitian gerakao opini digital.Gerakan opini digital dapat digunakan dalam penelitian media sosial twitter, namun belum banyak peneliti yang membahas dengan menggunakan media sosial Instagram. Hal ini dapat ditandai dengan tingkat kepadatan media sosial Twitter yang cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan Instagram. Selain itu, peneliti juga tidak banyak membahas tentang Social Analysis Network (SNA) untuk mengidentifikasi peran, inetraksi serta hubungan aktor dalam gerakan opini digital di media sosial Instagram, terutama dengan bantuan perangkat lunak Gephi. Oleh karena itu, topik pembahasan ini merupakan topik baru yang perlu diteliti dengan banyaknya fenomena yang terjadi saat ini.

Tren Publikasi Penelitian Gerakan Opini Digital Berdasarkan Penulis

Melalui analisis bibliometrik dengan pendekatan visualisasi jaringan, diperoleh hasil tampilan seperti yang terlihat pada Gambar 7. Analisis ini menampilkan nama-nama penulis *(author)* yang menunjukkan adanya keterkaitan atau hubungan antara jurnal-jurnal yang mereka tulis. Keterkaitan tersebut tercermin dari publikasi sejumlah penulis yang divisualisasikan dalam bentuk lingkaran-lingkaran kecil dengan warna berbeda.

Warna-warna tersebut menunjukkan klaster tertentu, di mana setiap klaster merepresentasikan kelompok penulis yang memiliki hubungan atau keterkaitan paling kuat satu sama lain. Terdapat 5 kluster

JURNAL MULTI DISIPLIN DEHASEN (MUDE)
E-ISSN: 2828-1799
Dikelola dan Diterbitkan Oleh
LPPJPHKI Universitas Dehasen Bengkulu

pada *network visualisasi,* yaitu 2 klaster dengan masing-masing berisi 1 penulis yang berkaitan dan 3 klaster dengan masing-masing berisi 2 penulis yang berkaitan.

Gambar 6. Peta Pemetaan Jaringan Penulis dalam Penelitian *Gerakan Opini Digital di Media Sosial*

Sumber : Hasil Olahan VOSviewer (2025)

Tabel 4. Daftar Jumlah Cluster Penulis dalam Penelitian Gerakan Opini Digital di Media Sosial

No	Cluster	Penulis
1	Kesatu	andreas ryan sanjaya
2	Kedua	bambang arianto
3	Ketiga	fr rakman, rw ramadhani, a fa
4	Keempat	gita jurniarti, citra fransisca
5	Kelima	m barisione, a ceron

Sumber : Hasil Olahan VOSviewer (2025)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis bibliometrik tren penelitian gerakan opini digital di media soaial yang terindeks Google Scholar dan Crossref dalam rentang waktu 2015-2025 ditemukan sebanyak 227 artikel yang membahas topik ini. Dari jumlah tersebut, teridentifikasi sebanyak 222 penulis dan 4072 kata kunci yang berbeda. Jumlah publikasi artikel tertinggi munul pada tahun 2023 sebanyak 73 artikel, sedangkan tahun 2015 hamir tidak ditemukan publikasi mengenai topik gerakan opini di media sosial. Adapun jurnal publikasi artikel terbanyak yaitu Jurnal Komunikasi Profesional sebanyak 10 artikel dan penulis yang mendapatkan tertinggi sitasi yaitu K Mendes, J Ringrose, J Keller yang mencapai 1141. Kata kunci yang paling sering muncul adalah ‘medium’ 88 kali, disusul ‘tagar’ 71 kali dan ‘digital movement; sebanyak 49 kali. Hasil analisis kata kunci dipetakan melalui analisis jaringan yang menghasilkan 3 klaster yang berbeda. Jika dilihat dari visualisasi kerapatan, kata kunci ‘medium’, ‘tagar’, ‘digital movement opinion’, dan ‘media sosial Twitter’ memiliki tingkat kerapatanyang tinggi. Kata-kata kunci tersebut merupakan topik penelitian yang banyak dikaji oleh peneliti dan masih menjadi topik hangat. Sedangkan kata kunci ‘gephi’, ‘instagram’, ‘response’, ‘interaction’, ‘relationship’, ‘sna’, ‘social media user’, ‘message’ dan ‘opinion mobilization’ memiliki tingkat kerapatan yang rendah. Artinya, topik penelitian dengan kata kunci tersebut belum banyak digunakan atau diteliti dalam penelitian gerakao opini digital.

Saran

Penelitian ini mengungkapkan bahwa studi kajian gerakan opini digital di media sosial terus berkembang dan memberikan pengaruh signifikan terhadap dinamika ruang publik digital. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya tidak hanya mengandalkan analisis bibliometrik, tetapi juga dapat mengintegrasikan pendekatan lainnya, seperti analisis isi, analisis sentimen, analisis wacana dan *Social Analysis Network (SNA)* untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Hal ini terlihat dari *research gap* gerakan opini digital yang belum banyak membahas tentang *Social Analysis Network (SNA)* untuk mengidentifikasi peran, interaksi serta hubungan aktor dalam gerakan opini digital di media sosial, terutama dengan bantuan perangkat lunak Gephi. Selain itu, pemerintah juga perlu berperan aktif sebagai penggerak opini publik yang konstruktif melalui kanal resmi media sosialnya, guna mendorong

keterlibatan aktif warga negara dalam diskusi publik, terutama mengenai respon masyarakat terhadap kebijakan yang diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Anbarini, R., Adi Wibowo, S. K., Asri Sjarifah, N., & Abdullah, A. (2023). Mobilizing the Digital Opinion Movement #OraSudiSumbangIKN on Twitter. Jurnal Komunikasi, 15(1), 18–36.

Andzani, D., Virgin, D., Pristica, B., & Dwihadiah, D. L. (2024). Analisis Peran Media Sosial Dalam Proses Mediatisasi Politik: Perspektif Komunikasi Politik Dan Partisipasi Publik. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi, Vol. 11 No(1), 1003–1011.

Anwar, R. K. (2025). Digital Social Movements and Political Participation of the Indonesian Millennial Generation : Research Trends Based on Bibliometric Analysis Using VOSviewer and Biblioshiny. 8(1), 118–132.

Apriyani, T. (2021). Peran Sosial Media pada Gerakan Protes Massa Aksi dan Demokrasi Baru di Era Digital (The Role of Social Media in Mass Protest Movements and New Democracy in the Digital Age). Kalijaga Journal of Communication, 3(1), 17–30.

Barisione, M., Michailidou, A., & Airoldi, M. (2019). Understanding a digital movement of opinion: the case of #RefugeesWelcome. Information Communication and Society, 22(8), 1145–1164.

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 133(May), 285–296.

Eriyanto, E. (2020). Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on #BubarkanKPAI vs #KamiBersamaKPAI Hashtags. Jurnal Komunikasi Indonesia, 8(3).

Handayani, D. L., & Yuhertiana, I. (2024). Pelaporan Keberlanjutan Pada Perguruan Tinggi: Sebuah Analisis Bibliometrik. Jurnal E-Bis : Ekonomi-Bisnis Pelaporan Keberlanjutan Pada Perguruan Tinggi, 8(2), 549–560.

Lubis, A. Y., Esfandiary, D., & Bonifasius S, P. (2024). Analisis Jaringan Gerakan Opini Digital Mengenai Kebijakan Elon Musk Di Media Sosial X Pada Tagar #Twitterlayoffs. BroadComm, 6(1), 51–63.

Maulidyna, Y. (2023). Gerakan Feminisme Islam di era Digital: Analisis Bibliometrik pada Database Demensions. Gunung Djati Convference Series, 23, 854–874.

Nasution, N. A., & Rojiati, U. (2021). Moderasi Beragama Dalam Ruang Digital: Gerakan Opini Digital #Skb3Menteri. Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan, 15(1), 10–19. https://doi.org/10.38075/tp.v15i1.198

Permana, I., & Maani, K. D. (2024). Publication Trend of Public Sentiment Towards Indonesia Government Policies. Sinkron : Jurnal dan Penelitian Teknik Informatika, 8(3), 2061–2069.

Putri, A. K. (2022). Analisis Bibliometrik Pada Pengaruh Berita Di Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja Di Lingkungan Masyarakat. Jurnal Common, 5(2), 108–117. https://doi.org/10.34010/common.v5i2.6351

Rahma, A. A. R., Ardianti, H., & Firman, K. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dinamika Sosial Masyarakat Kontemporer. Jurnal Komounikasi Digital Dan Penyiaran Islam, 1(2), 37–48.

Ramadhani, R. W., & Pratiwi, D. A. (2024). Analisis Bibliometrik : Perkembangan Social Network Analysis dalam Riset Komunikasi Politik Pada Media Sosial di Indonesia. Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 15(1).

Septa, R. R., & Kusumasari, B. (2023). Opini Publik Terkait Tren Isu Kesehatan: Analisis Konten pada Twitter dan Portal Berita di Yogyakarta. PESIRAH: Jurnal Administrasi Publik, 2(2), 34–43.

Ulya, H., & Indainanto, Y. I. (2024). Mobilisasi Gerakan Opini Digital #TolakRUUKesehatan di Media Sosial. Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi, 13(1), 146–156.

Valentino, D., Aafiyah, K., Wiranda, I., & Rakhmawati, N. A. (2024). Analisis Bibliometrik Tentang Peran Twitter / X Dalam Mobilisasi Dukungan Sosial : Dari # Doyourmagic Hingga Gerakan Solidaritas. Etika Teknologi Informasi, 1(1).

Zahra, S. F., Anwar, R. K., & Lusiana, E. (2025). Trend Publikasi Tentang Peran Media Sosial Dalam Aktivisme Pendekatan Bibliometrik. Jurnal Pustaka Budaya, 12(1), 39–51.