



Image Restoration Erick Thohir dalam Krisis Sepak Bola Nasional

(Studi Analisis Komentar Publik pada Instagram Resmi @erickthohir)

Fatih Raftsaal H. Kuswanto¹, Mega Yustari Pane²

Universitas Paramadina, Indonesia¹⁻²

Email Korespondensi: fatihraftsaal06@gmail.com, mega.yustari@students.paramadina.ac.id

Article received: 15 September 2025, Review process: 25 September 2025

Article Accepted: 10 Oktober 2025, Article published: 17 Desember 2025

ABSTRACT

The national football crisis, triggered by PSSI's decision under Erick Thohir's leadership regarding the national team coach change, generated massive public reactions on social media, impacting the organization's reputation. This research aims to analyze the image restoration strategies implemented by Erick Thohir through his official Instagram account @erickthohir. This study employed a descriptive qualitative approach using public comment content analysis. The primary data were 60 comments with the highest likes (Top Comments) on three @erickthohir's Instagram posts representing three crisis phases. The findings reveal a significant shift in public sentiment. The first phase (Shin Tae Yong's dismissal) was dominated by mixed sentiment. This sentiment turned negative, marked by anger and cynicism, in the second phase (failure to qualify for the World Cup). In the third phase (Patrick Kluivert's dismissal), the public response was more positive, appreciating Erick Thohir's corrective action and mortification strategies. The corrective action and mortification taken by Erick Thohir proved effective in managing perceptions and initiating the recovery of public trust in the digital space post-crisis.

Keywords: Image Restoration, Crisis Communication, Social Media, Public Opinion, PSSI.

ABSTRAK

Krisis sepak bola nasional, dipicu oleh keputusan PSSI di bawah kepemimpinan Erick Thohir terkait pergantian pelatih, telah menimbulkan reaksi publik masif di media sosial dan berdampak pada reputasi organisasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemulihan citra (image restoration) yang dilakukan Erick Thohir melalui akun Instagram resminya @erickthohir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi komentar publik. Data utama adalah 60 komentar dengan likes tertinggi (Top Comments) pada tiga unggahan Instagram @erickthohir yang merepresentasikan tiga fase krisis. Hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran sentimen publik signifikan. Fase pertama (pemberhentian Shin Tae Yong) didominasi sentimen campuran. Sentimen ini berubah menjadi negatif, kemarahan, dan sinisme pada fase kedua (kegagalan lolos Piala Dunia). Pada fase ketiga (pemecatan Patrick Kluivert), respons publik lebih positif, mengapresiasi langkah Erick Thohir yang menerapkan strategi corrective action dan mortification. Tindakan corrective action dan mortification yang diambil Erick Thohir terbukti efektif dalam mengelola persepsi dan memulai pemulihan kepercayaan publik di ruang digital pasca krisis.

Kata Kunci: Pemulihan Citra, Komunikasi Krisis, Media Sosial, Opini Publik, PSSI.

PENDAHULUAN

Sepak bola merupakan simbol kebanggaan nasional dan semua identitas nasional menyatu dengan dinamika sosial, politik, dan psikologis masyarakat. Setiap keberhasilan maupun kegagalan tim nasional menjadi refleksi dari kinerja dan kredibilitas PSSI serta peran Kemenpora dalam pembinaan olahraga. Di level kompetisi, Indonesia menjadi bagian dari Konfederasi Sepak Bola Asia (AFC), badan resmi sepak bola Asia yang berdiri pada 1954 dan kini menaungi 47 negara anggota. Sepak bola Indonesia di bawah naungan PSSI didirikan oleh seorang insinyur bernama Soeratin Sosrosoegondo. Namun, dinamika persepakbolaan Indonesia beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa krisis komunikasi dalam PSSI menjadi tantangan serius bagi kepercayaan publik. Puncaknya terjadi ketika Erick Thohir, sebagai Ketua Umum PSSI menghadapi tekanan publik setelah pemecatan pelatih Shin Tae Yong dan pengangkatan Patrick Kluivert pada saat ronde 3 Kualifikasi Piala Dunia 2026 Zona Asia berlangsung. Keputusan yang diambil di tengah kompetisi ini memicu gelombang reaksi publik. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana media digital menjadi *platform* bagi publik untuk mengekspresikan kekecewaan, kritik, maupun pembelaan terhadap pemimpin.

Dalam komunikasi krisis, keputusan Erick Thohir dipandang sebagai "*Organizational Crisis*" sebuah peristiwa berisiko tinggi dan berdampak luas dalam reputasi lembaga serta persepsi publik pada kinerja kepemimpinannya (Collins et al., 2023). Krisis bukan hanya soal kegagalan organisasi, masyarakat juga melihat bagaimana pemimpin mengelola persepsi dan ekspektasi publik menghasilkan komunikasi yang cepat dan konsisten (Coombs & Holladay, 2012). Melalui *Image Restoration Theori* menegaskan bahwa pemulihan citra lembaga bergantung pada strategi komunikasi seperti *denial*, *evasion of responsibility*, *reducing offensiveness*, *corrective action*, dan *mortification* (Benoit, 1995). Masyarakat pada masa krisis mencari kejelasan, harapan, dan arah dari seorang pemimpin (Collins et al., 2023). Dalam hal ini komunikasi Erick Thohir melalui akun instagram dan media konferensi menjadi alat utama dalam menciptakan ketenangan publik (Collins et al., 2023). Krisis menjadi momen untuk meninjau ulang konsep kepemimpinan dan melakukan *sensemaking* membingkai ulang makna krisis bagi organisasi dan publik (Probert & James, 2011). Komunikasi internal dan eksternal dalam krisis penting dan ketidakkonsistenan pesan di antara struktur organisasi dapat memperburuk persepsi publik dan menimbulkan krisis kepercayaan (Johansen et al., 2012). Bahwa olahraga yang dimediasi oleh media berperan besar dalam membentuk persepsi publik karena masyarakat memperlakukan media sebagai "realitas sosial" (Bruce, 2013). Dalam *Sport Management Review* menyoroti pentingnya *adaptive capacity* lembaga olahraga terhadap krisis sosial dan lingkungan termasuk krisis reputasi dan kepercayaan (Orr & Inoue, 2019).

Krisis komunikasi di dunia olahraga dapat berlangsung di ruang digital yang terbuka dan partisipatif. Publik kini memiliki kapasitas untuk memproduksi opini, memviralkan narasi, dan memengaruhi arah kebijakan melalui media sosial. Bahwa perubahan opini publik dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan dan arah kebijakan pemerintah. Dalam hal ini demokrasi, aktor politik dan lembaga publik cenderung menyesuaikan respons komunikasinya terhadap

sentimen publik dalam menjaga legitimasi dan dukungan (Anderson et al., 2017). Pergantian pelatih tim nasional di tengah kompetisi dinilai dari respon publik digital yang muncul sebagai penilaian masyarakat terhadap kepemimpinan, dalam situasi krisis seperti ini, komunikasi yang efektif menjadi alat utama menegosiasikan kembali kepercayaan dan legitimasi publik. Bahwa platform media sosial seperti Instagram berperan sebagai wacana publik terbentuk secara spontan melalui algoritma dan interaksi horizontal antarpengguna (Kovic et al., 2018) Bahwa pola keterlibatan netizen dapat memengaruhi persepsi publik secara struktural terhadap institusi dan aktor politik olahraga. Integrasi dua temuan ini memperlihatkan bahwa krisis pergantian pelatih dapat tercipta krisis citra di ruang publik digital. Erick Thohir dihadapkan pada tantangan ganda seperti menjaga stabilitas internal PSSI dan mengelola arus opini publik yang masif di media sosial. Respons publik terhadap retorika politik bersifat kognitif dan afektif yakni emosi spontan berupa *arousal* (intensitas) dan *valence* (arah positif atau negatif) (Bakker et al., 2021) Dalam PSSI, retorika dan tindakan Erick Thohir (misalnya pemecatan pelatih atau pernyataan pasca pertandingan) memicu respons emosional digital yang dapat diukur melalui komentar netizen. Selanjutnya, dimensi datafikasi kebencian (*datafication of hate*) menunjukkan bahwa ujaran kebencian di ruang digital menjadi fenomena sosial-linguistik yang kompleks dan harus dipahami sebagai praktik sosial dan emosional yang dihasilkan oleh algoritma, politik ekspresi, dan bias sosial (Laaksonen et al., 2020). Dalam fenomena yang terjadi pada Erick Thohir, pola komentar yang bernuansa marah, sarkastik, atau bahkan berlebihan memperlihatkan bagaimana media sosial memperkuat polarisasi dan menciptakan *affective publics* yang terhubung oleh emosi bersama. Bahwa strategi komunikasi yang efektif harus melibatkan tiga komponen utama yaitu kejelasan pesan dan konsistensi informasi, kredibilitas sumber dan empati komunikator, serta partisipasi publik dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan (Hyland-Wood et al., 2021). Lebih lanjut, Hyland-Wood et al. juga menekankan bahwa dalam era media digital, keberhasilan komunikasi krisis tidak hanya diukur dari efektivitas pesan resmi, tetapi juga dari kemampuan pemimpin mengelola persepsi di ruang publik daring (Hyland-Wood et al., 2021). Dalam krisis komunikasi modern, dinamika opini publik bergerak untuk memperkuat antara tindakan elite dan reaksi publik. Proses yang disebut sebagai *agenda seeding* menunjukkan bagaimana aksi sosial dan reaksi publik dapat membentuk persepsi elite dan mengarahkan kebijakan secara tidak langsung, fenomena ini relevan dalam sepak bola Indonesia, di mana tindakan Erick Thohir sebagai Ketua Umum PSSI (misalnya pemecatan pelatih Shin Tae-Yong) memicu reaksi publik luas melalui media sosial dan memengaruhi narasi media arus utama serta sikap PSSI terhadap krisis (Wasow, 2020). Bahwa media sosial secara sistematis menciptakan *echo chambers* sebagai ruang interaksi homogen dalam memperkuat pandangan dan emosi pengguna sejenis melalui bias algoritmik dan seleksi informasi (Cinelli et al., 2021) Di platform seperti Instagram, pengguna cenderung terpapar narasi yang sesuai dengan kepercayaan mereka sendiri. Akibatnya, dalam krisis komunikasi terhadap PSSI memuat ekspresi kekecewaan spontan dan juga dapat dilihat polarisasi emosional: kelompok pro-Erick dan anti-

Erick membentuk narasi berbeda dan memperkuat persepsi masing-masing terhadap kebenaran dan tanggung jawab krisis.

penelitian terdahulu yaitu meneliti komentar netizen di Instagram terkait pemberitaan pemecatan Shin Tae Yong dengan menganalisis tiga aspek respon komunikasi: kognitif, afektif, dan konatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa netizen bersikap kritis terhadap keputusan PSSI, mengekspresikan emosi berupa kekecewaan dan kemarahan, serta menunjukkan perilaku protes melalui komentar-komentar yang bersifat reaktif dan sarkastik (Sarrah Kurnia Fadhillah & Yuli Santri Isma, 2025). Penelitian "Analisis Framing Erick Thohir sebagai Ketua Umum PSSI dalam Pemberitaan Media Republika Online dan Kompas.com" mengungkapkan bahwa pemberitaan mengenai kepemimpinan Erick Thohir banyak dikonstruksi dalam bingkai evaluatif dan politis. Republika cenderung menampilkan citra Erick Thohir sebagai reformis yang membawa pembaruan di tubuh PSSI, sedangkan Kompas.com menyoroti aspek transparansi dan manajemen krisis federasi dalam menghadapi isu publik (Reyvi et al., 2023). Berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yang menitikberatkan pada framing media dan analisis isi pemberitaan, penelitian ini memusatkan perhatian pada komunikasi krisis Erick Thohir melalui media sosial pribadinya, yaitu akun Instagram resmi @erickthohir. Penelitian ini menggunakan kerangka teori Image Restoration (Benoit, 1995) untuk menelusuri bagaimana Erick Thohir membangun kembali citra dan kepercayaan publik dalam tiga fase krisis: pemberhentian Shin Tae Yong, kegagalan Timnas Indonesia lolos ke Piala Dunia 2026, dan pemecatan Patrick Kluivert.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, pendekatan ini dipilih untuk memahami makna, bentuk komunikasi, serta dinamika opini publik dalam situasi krisis PSSI, khususnya ketika Erick Thohir sebagai Ketua Umum PSSI menghadapi tiga momentum krisis besar yaitu pengumuman pemberhentian Shin Tae Yong dan pengangkatan Patrick Kluivert, kegagalan Timnas Indonesia lolos ke Piala Dunia 2026, dan Pemecatan Patrick Kluivert pasca kegagalan tersebut. Ketiga peristiwa tersebut dipandang sebagai rangkaian *crisis timeline* yang mencerminkan fase *pre-crisis*, *crisis response*, dan *post-crisis* dalam manajemen komunikasi krisis Erick Thohir. Data utama penelitian ini diperoleh dari komentar publik pada tiga unggahan resmi akun Instagram @erickthohir, yang dianalisis berdasarkan jumlah likes tertinggi (Top Comments) sebagai representasi opini publik dominan (*salient opinion*) di setiap fase krisis. Komentar yang dipilih secara purposive digital sampling, dengan mempertimbangkan relevansi terhadap isu, tingkat keterlibatan publik (*engagement*), serta kandungan opini atau emosi yang jelas. Komentar tersebut mencerminkan respon publik terhadap kebijakan PSSI, performa Timnas, dan citra kepemimpinan Erick Thohir. Data sekunder meliputi rilis resmi di laman pssi.org, pemberitaan media daring (Kompas, CNN, Tempo, Detik), serta literatur ilmiah terkait komunikasi krisis dan opini publik digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital dan dokumentasi manual. Peneliti menelusuri kolom komentar pada tiga unggahan utama, menyalin

komentar dengan jumlah likes terbanyak, mencatat konteks waktu dan interaksi, serta menyimpan tangkapan layar untuk verifikasi. Proses seleksi dilakukan dengan empat kriteria utama: (1) komentar relevan dengan isu krisis, (2) memiliki likes terbanyak, (3) ditulis oleh pengguna non-institusional, dan (4) mengandung ekspresi emosi atau opini yang jelas (dukungan, kritik, evaluasi). Pendekatan ini dianggap representatif untuk menangkap opini publik digital yang paling menonjol di ruang komunikasi daring. Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi deskriptif, dengan tiga tahap: (1) reduksi data, yaitu menyeleksi komentar yang relevan; (2) klasifikasi sentimen, dengan mengelompokkan komentar ke dalam kategori pro, kontra, dan netral; serta (3) analisis naratif-emosional, yang menelusuri tema utama, bentuk retorika, dan emosi publik seperti kekecewaan, dukungan, sinisme, atau optimisme. Hasil analisis kemudian ditafsirkan menggunakan dua kerangka teori utama: Image Restoration Theory (Benoit, 1995) untuk mengidentifikasi bentuk strategi komunikasi krisis Erick Thohir (seperti denial, corrective action, reducing offensiveness, atau mortification).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis 60 komentar publik dengan *likes* tertinggi pada tiga unggahan resmi akun Instagram @erickthohir, yang merepresentasikan fase krisis dalam kepemimpinan Erick Thohir sebagai Ketua Umum PSSI, yakni: (1) pemberhentian Shin Tae Yong dan pengangkatan pelatih baru Patrick Kluivert, (2) kegagalan Tim Nasional Indonesia lolos ke Piala Dunia 2026, dan (3) pemecatan Patrick Kluivert sebagai pelatih Tim Nasional Indonesia. Setiap unggahan mencerminkan dinamika emosional publik dan perubahan persepsi dalam manajemen PSSI di bawah Erick Thohir dan analisis dilakukan berdasarkan teori *Image Restoration* (Benoit, 1995). Secara umum, ditemukan adanya pergeseran emosi publik dari apresiasi dan harapan ketika PSSI memutuskan kontrak dengan Shin Tae Yong dan memberikan jabatan kepada Patrick Kluivert (fase I), menuju kemarahan dan sinisme (fase II), dan berakhir pada rasionalisasi serta evaluasi (fase III). Pola ini menunjukkan siklus krisis komunikasi di era media sosial, di mana emosi publik membentuk tekanan sosial yang dapat memengaruhi citra lembaga dan pemimpin.

Fase I – Pemberhentian Shin Tae Yong dan Pengangkatan Patrick Kluivert

Data diperoleh dari unggahan resmi Erick Thohir pada tanggal 11 January 2025 yang mengumumkan berakhirnya masa kepelatihan Shin Tae-yong dan pengangkatan Patrick Kluivert. Komentar publik menunjukkan campuran antara rasa terima kasih, nostalgia, dan kekecewaan pendukung terhadap cara komunikasi PSSI.

Tabel 1. Komentar Publik Representatif pada Fase I (Pemberhentian Shin Tae Yong dan Pengangkatan Patrick Kluivert)

Komentar	Jumlah Like	Kategori Sentime
Terima kasih mantan terindah	14.913	Campuran

@shintayong7777 , welcome pacar baru @patrickkluivert9 . Ingat.. jgn bahas mantan sama pacar baru krn itu kurang baik. Semoga bersama pacar baru kita bisa sampe ke pelaminan (Piala Dunia)		
Semoga ini jadi keputusan terbaik. Semangat pak ET!!	4.391	Positif
Wkwk setelah coach shin upload barulah dia upload bilang terima kasih. Harus dikasih contoh dulu ya pak, biar tau caranya berterima kasih	3.925	Negatif

Secara umum, Fase I memperlihatkan pola *mixed sentiment*, dukungan terhadap Erick Thohir dan bercampur dengan kritik etis terhadap manajemen komunikasi. Dalam kerangka Image Restoration Theory (Benoit, 1995), unggahan ini gagal sepenuhnya memenuhi strategi “reducing offensiveness”, karena pesan ganda (perpisahan dan pengangkatan) menimbulkan ambiguitas publik.

Fase II: Kegagalan Timnas Indonesia Lolos ke Piala Dunia 2026

Fase kedua memperlihatkan perubahan tajam dalam opini publik, ditandai oleh dominasi sentimen negatif dan kekecewaan emosional.

Tabel 2. Komentar Publik Representatif pada Fase II (Kegagalan Timnas Indonesia Lolos ke Piala Dunia 2026)

Komentar	Jumlah Like	Kategori Sentimen
Aku ngrasa kasihan sama para pemain berjuang mati matian. In my	72.780	Negatif

opinion: Tapi dirombak rombak sama pelatih mereka kecewa nya pasti melebihi kita pak.		
#PatrickOUT	36.031	Negatif
Anda berhasil membuat pecinta sepakbola patah hati Pak	35.186	Negatif

Komentar publik tidak hanya menyalahkan pelatih Indonesia yaitu Patrick Kluivert, sebagai pimpinan PSSI Erick Thohir harus menerima kritikan dari keputusannya. Ungkapan seperti “Pejabat tidak boleh mencari pembenaran untuk tindakan merangkap jabatan...” (4.238 likes) menandai pergeseran opini publik dari kekecewaan teknis menjadi kritik struktural terhadap tata kelola PSSI. Secara wacana, Fase II mencerminkan puncak *crisis response phase* di mana citra Erick Thohir mengalami tekanan dan strategi komunikasi saat ini yang dituntut oleh publik adalah akuntabilitas dan evaluasi.

Fase III: Pemecatan Patrick Kluivert Pasca Kegagalan

Fase ketiga menunjukkan perubahan arah komunikasi krisis Erick Thohir, yang awalnya defensif setelah kegagalan Indonesia lolos ke piala dunia menjadi *responsibility-taking*. Publik menanggapi unggahan pemecatan pelatih dengan nada lebih positif dan apresiatif, meskipun tetap mengandung unsur evaluatif.

Tabel 3. Komentar Publik Representatif pada Fase III (Pemecatan Patrick Kluivert oleh Erick Thohir)

Komentar	Jumlah Like	Kategori Sentimen
Jika ekspektasi tidak dapat terpenuhi inilah resiko nya. Saya harap dengan ini Timnas kita akan menjadi lebih baik dan kuat dari sebelumnya.	36.439	Netral
Asekk pelatih baru lagi , di suruh percaya proses lagi	28.372	Negatif

Kalau PSSI nya baik, Timnasnya juga akan baik.	19.459	Negatif
Yang sudah tau proses coach @shintaeyong7777 maka biarkan prosesnya Berlanjut bukan dari 0 lagi. Please Pak	18.654	Negatif
Gak sedikit opsi pelatih yang lebih qualified, semoga pak ET lebih bijak & jeli dalam pemilihan pelatih berikutnya.	11.015	Netral
Terima Kasih Banyak Pak Sudah Mendengarkan Aspirasi Kami, Demi Martabat Indonesia IDID	7.445	Positif
good decision pak! thank you for listening our voices.	3.915	Positif

Pola ini menunjukkan bahwa publik menghargai tindakan tegas, namun belum sepenuhnya memulihkan kepercayaan kepada PSSI dan kepemimpinan Erick Thohir. Secara keseluruhan, Fase III merepresentasikan tahap **post-crisis recovery**, di mana Erick Thohir mulai menerapkan strategi *corrective action* dan *mortification* (mengakui kesalahan dan memperbaiki kebijakan).

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi pemulihan citra (*image restoration*) yang diterapkan Erick Thohir sebagai Ketua Umum PSSI di Instagram resminya bukanlah tindakan statis, melainkan sebuah proses yang dinamis dan evolutif. Strategi ini secara aktif merespons dan dibentuk oleh tekanan serta sentimen publik yang berkembang di ruang digital. Temuan utama menunjukkan adanya pergeseran opini publik yang sangat jelas melalui tiga fase krisis yang dianalisis. Analisis sentimen terhadap komentar publik membuktikan

bahwa persepsi audiens digital berubah secara signifikan seiring dengan perkembangan isu dan langkah komunikasi yang diambil oleh Erick Thohir.

Analisis berdasarkan Teori Pemulihan Citra menunjukkan perbedaan efektivitas strategi yang jelas. Pada fase pertama (pemberhentian Shin Tae Yong), pesan ganda yang disampaikan gagal menerapkan strategi *reducing offensiveness* secara penuh, sehingga menghasilkan sentimen campuran (*mixed sentiment*). Memuncaknya sentimen negatif, kemarahan, dan sinisme pada fase kedua (kegagalan lolos Piala Dunia) menjadi titik balik yang menuntut akuntabilitas. Pemulihan citra baru terbukti efektif pada fase ketiga (pemecatan Patrick Kluivert), di mana Erick Thohir secara tegas menerapkan strategi *corrective action* (tindakan perbaikan) dan *mortification* (mengakui kesalahan). Langkah ini direspons positif oleh publik, mengindikasikan bahwa dalam krisis digital, akuntabilitas dan tindakan korektif yang tegas lebih efektif memulihkan kepercayaan. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa bagi pemimpin organisasi di era media sosial, mengelola persepsi publik menuntut kemampuan untuk beralih dari strategi defensif ke strategi yang berorientasi pada tindakan nyata. Penelitian ini berfokus pada Instagram; oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis secara komparatif bagaimana strategi ini dikelola di platform lain seperti X (Twitter) atau media arus utama. Selain itu, studi lanjutan dapat mendalami bagaimana *affective publics* (publik emosional) yang terbentuk secara spontan di media sosial memengaruhi keberlanjutan reputasi dan legitimasi pemimpin dalam jangka panjang pasca krisis.

DAFTAR RUJUKAN

- Anderson, B., Böhmelt, T., & Ward, H. (2017). Public opinion and environmental policy output: A cross-national analysis of energy policies in Europe. *Environmental Research Letters*, 12(11). <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aa8f80>
- Bakker, B. N., Schumacher, G., & Rooduijn, M. (2021). Hot Politics? Affective Responses to Political Rhetoric. *American Political Science Review*, 115(1), 150–164. <https://doi.org/10.1017/S0003055420000519>
- Benoit, W. L. (1995). *Image Repair Discourse and Crisis Communication*.
- Bruce, T. (2013). Reflections on Communication and Sport. *Communication & Sport*, 1(1–2), 125–137. <https://doi.org/10.1177/2167479512472883>
- Cinelli, M., De, G., Morales, F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The Echo Chamber Effect on Social Media. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118/-/DCSupplemental.y>
- Collins, M. D., Dasborough, M. T., Gregg, H. R., Xu, C., Midel Deen, C., He, Y., & Restubog, S. L. D. (2023). Traversing the storm: An interdisciplinary review of crisis leadership. *Leadership Quarterly*, 34(1). <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2022.101661>
- Coombs, W. Timothy., & Holladay, S. J. . (2012). *The handbook of crisis communication*. Wiley-Blackwell.
- Hyland-Wood, B., Gardner, J., Leask, J., & Ecker, U. K. H. (2021). Toward effective government communication strategies in the era of COVID-19. *Humanities*

- and *Social Sciences Communications*, 8(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00701-w>
- Johansen, W., Aggerholm, H. K., & Frandsen, F. (2012). Entering new territory: A study of internal crisis management and crisis communication in organizations. *Public Relations Review*, 38(2), 270–279. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.11.008>
- Kovic, M., Rauchfleisch, A., Sele, M., & Caspar, C. (2018). Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures. *Studies in Communication Sciences*, 18(1), 69–85. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2018.01.005>
- Laaksonen, S. M., Haapoja, J., Kinnunen, T., Nelimarkka, M., & Pöyhtäri, R. (2020). The Datafication of Hate: Expectations and Challenges in Automated Hate Speech Monitoring. *Frontiers in Big Data*, 3. <https://doi.org/10.3389/fdata.2020.00003>
- Orr, M., & Inoue, Y. (2019). Sport versus climate: Introducing the climate vulnerability of sport organizations framework. In *Sport Management Review* (Vol. 22, Issue 4, pp. 452–463). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.09.007>
- Probert, J., & James, K. T. (2011). Leadership development: Crisis, opportunities and the leadership concept. *Leadership*, 7(2), 137–150. <https://doi.org/10.1177/1742715010394810>
- Reyvi, F., Nayottama, A., & Sihing Gusti, Y. (2023). ANALISIS FRAMING ERICK THOHIR SEBAGAI KETUA UMUM PSSI DALAM PEMBERITAAN MEDIA REPUBLIKA ONLINE DAN KOMPAS.COM. In *JULI* (Vol. 6, Issue 2).
- Sarrah Kurnia Fadhillah, & Yuli Santri Isma. (2025). Analisis Komentar Netizen di Instagram pada Pemberitaan Pemecatan Shin Tae-Yong. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 196–205. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i1.1566>
- Wasow, O. (2020). Agenda Seeding: How 1960s Black Protests Moved Elites, Public Opinion and Voting. *American Political Science Review*, 114(3), 638–659. <https://doi.org/10.1017/S000305542000009X>.