

Kewarganegaraan Reflektif di Ruang Digital: Studi Fenomenologis Interpretatif atas Pengalaman Founder NGO dalam Mengelola Kritik dan Dukungan Netizen

Ludovikus Bomans Wadu^{a, 1*}

^a Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

¹ ludovikusbomanwadu@unikama.ac.id *

*korespondensi penulis

Informasi artikel

Received: 10 November 2025;

Revised: 12 Desember 2025;

Accepted: 31 Desember 2025.

Kata-kata kunci:

Kewarganegaraan

Reflektif;

Media Sosial;

Analisis Fenomenologis

Interpretatif.

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara NGO membangun interaksi dengan publik melalui kampanye sosial digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif founder Yayasan Barakarsa Indonesia dalam memaknai kritik dan dukungan netizen terhadap kampanye sosial yang dijalankan melalui media sosial. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi, penelitian ini menerapkan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) untuk menggali pengalaman hidup (*lived experience*) founder sebagai aktor kewarganegaraan digital. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap founder yang telah menjalankan kegiatan kerelawanan minimal dua tahun dan terlibat aktif dalam pengelolaan komunikasi digital. Hasil analisis mengungkap tema utama berdialog dengan ekosistem sosial, yang menggambarkan proses reflektif founder dalam mengelola kritik dan dukungan sebagai bagian dari perjalanan menjalankan misi sosial. Kritik dimaknai sebagai sarana evaluasi dan perbaikan program, sementara dukungan berfungsi sebagai validasi dan penguat motivasi. Temuan ini memperluas pemahaman tentang kewarganegaraan digital sebagai praktik reflektif yang melibatkan kerja psikologis berkelanjutan dalam konteks organisasi sipil.

ABSTRACT

Reflexive Citizenship in Digital Spaces: An Interpretative Phenomenological Study of NGO Founders' Experiences in Social Campaigns. The rise of social media has transformed how non-governmental organizations (NGOs) engage with the public through digital social campaigns. This study aims to explore the lived experiences of the founder of Yayasan Barakarsa Indonesia in making sense of netizens' criticism and support toward social campaigns conducted via social media. Employing a qualitative phenomenological design, the study used Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) to examine the founder's experiences as a digital civic actor. Data were collected through semi-structured, in-depth interviews with a founder who had been involved in volunteer activities for at least two years and was actively engaged in managing digital communication. The analysis identified a central theme, dialoguing with the social ecosystem, which captures the founder's reflective process in managing public feedback as part of their civic journey. Criticism was interpreted as a resource for program evaluation and improvement, while social support functioned as validation and motivational reinforcement. These findings contribute to an expanded understanding of digital citizenship as a reflective practice involving ongoing psychological work within civil society organizations.

Keywords:

Reflexive Citizenship;

Social Media

Interpretative

Phenomenological

Analysis.

Copyright © 2025 (Ludovikus Bomans Wadu). All Right Reserved

How to Cite: Wadu, L. B. (2025). Kewarganegaraan Reflektif di Ruang Digital: Studi Fenomenologis Interpretatif atas Pengalaman Founder NGO dalam Mengelola Kritik dan Dukungan Netizen. *Antropocene : Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora*, 5(3), 114–122. <https://doi.org/10.56393/antropocene.v5i3.4147>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah secara fundamental cara *Non-Governmental Organization* (NGO) dan yayasan kerelawanan membangun relasi dengan publik (Tripathi & Verma, 2017). Kampanye sosial yang sebelumnya berfokus pada aktivitas lapangan kini semakin bergeser ke ruang digital, di mana pesan-pesan kemanusiaan disebarluaskan melalui platform media sosial (Jaff, 2023). Ruang digital memungkinkan publik memberikan respon secara langsung dalam bentuk dukungan, kritik, maupun penolakan terhadap kegiatan sosial yang dijalankan NGO (Moreno-Cabanillas et al., 2024). Respon-respon ini tidak hanya memengaruhi jangkauan dan efektivitas kampanye, tetapi juga membentuk persepsi publik terhadap identitas dan kredibilitas organisasi (Crijns et al., 2017). Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai ruang interaksi yang dinamis sekaligus rentan, karena membuka peluang partisipasi publik yang luas namun sulit dikendalikan (Karanasios et al., 2019). Perubahan ini menempatkan NGO dan aktor di dalamnya pada posisi yang menuntut kemampuan adaptif dalam mengelola komunikasi dan relasi sosial di era digital (Bălăcescu, 2021).

Dalam dinamika kampanye sosial digital, founder NGO menempati posisi strategis sebagai penggagas visi, pengelola komunikasi, sekaligus representasi nilai organisasi di ruang publik (Moreno-Cabanillas et al., 2024b). Kehadiran founder di media sosial sering kali tidak hanya dipersepsi sebagai individu, tetapi juga sebagai wajah dan suara organisasi yang mereka bangun (Park & Lee, 2013). Setiap respon netizen terhadap konten kampanye baik berupa dukungan maupun kritik berpotensi memengaruhi citra organisasi dan legitimasi misi sosial yang diusung (Illia et al., 2022). Kondisi ini menjadikan pengalaman founder dalam menghadapi interaksi digital sebagai pengalaman kewarganegaraan yang kompleks dan sarat tuntutan psikologis (Gordon et al., 2013). Founder dituntut untuk terus menafsirkan respon publik, menyeimbangkan idealisme sosial dengan ekspektasi audiens, serta menjaga keberlanjutan motivasi pribadi dan organisasi (Moura-Romero & Pertuze, 2025). Oleh karena itu, memahami posisi founder sebagai aktor kewarganegaraan digital menjadi penting untuk menelaah bagaimana praktik sosial NGO dijalankan dan dimaknai di era media sosial (Gu et al., 2023).

Respon netizen dalam kampanye sosial digital dapat dipahami sebagai bentuk umpan balik sosial yang memiliki implikasi psikologis dan organisasional (Hayes & Carr, 2020). Dukungan publik sering kali berfungsi sebagai sumber legitimasi dan penguat motivasi bagi founder dalam melanjutkan aktivitas kerelawanan (Wibowo, 2023). On the contrary, criticism or rejection can raise emotional challenges while questioning the effectiveness and direction of the campaign strategy (Chan et al., 2020). Dalam ruang digital, umpan balik ini hadir secara terbuka, cepat, dan sering kali tanpa filter, sehingga memperkuat intensitas interaksi antara NGO dan publik (Hall et al., 2019b). Cara founder memaknai dan merespons kritik serta dukungan tersebut menjadi faktor penting yang memengaruhi keberlanjutan komunikasi dan keterlibatan publik (Dover & Oreg, 2025). Oleh karena itu, respon netizen tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga membentuk proses refleksi dan pengambilan keputusan dalam pengelolaan kampanye sosial digital (Fedushko et al., 2023).

Sejumlah penelitian telah mengkaji penggunaan media sosial oleh NGO, terutama dalam kaitannya dengan strategi kampanye, mobilisasi dukungan, dan peningkatan visibilitas organisasi (Di Lauro et al., 2019). Namun, kajian-kajian tersebut cenderung berfokus pada efektivitas pesan, keterlibatan audiens, atau dampak kampanye secara kuantitatif (Kurnia & S, 2025). Masih terbatas penelitian yang menelaah pengalaman subjektif aktor di balik kampanye sosial digital, khususnya founder NGO, dalam menghadapi dinamika respon netizen (Arianto & Risdwiyanto, 2021). Padahal, pengalaman personal founder dalam memaknai kritik dan dukungan publik berpotensi memengaruhi arah komunikasi, ketahanan psikologis, dan keberlanjutan misi sosial organisasi (Aust et al., 2024). Perspektif fenomenologis yang menggali makna pengalaman hidup founder masih jarang digunakan dalam studi tentang NGO dan media sosial. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian yang

berfokus pada proses pemaknaan dan refleksi founder sebagai aktor kewarganegaraan digital dalam ekosistem media sosial.

Meskipun sejumlah penelitian telah menyoroti strategi, jangkauan, dan dampak kampanye digital NGO, masih terbatas kajian yang menelaah pengalaman subjektif aktor kunci di balik kampanye tersebut. Secara khusus, sedikit penelitian yang mengeksplorasi bagaimana founder NGO mengalami dan memaknai respon publik baik kritik maupun dukungan sebagai bagian dari proses kewarganegaraan reflektif di ruang digital. Akibatnya, pemahaman tentang kerja psikologis dan reflektif yang menopang keberlanjutan peran founder dalam kampanye sosial digital masih belum terartikulasikan secara memadai.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya kajian tentang relasi antara NGO, media sosial, dan kewarganegaraan digital melalui pendekatan fenomenologis. Dengan menempatkan pengalaman subjektif founder sebagai fokus analisis, studi ini menawarkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana aktor NGO memaknai kritik dan dukungan publik dalam ruang digital. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar reflektif bagi founder dan pengelola NGO dalam merancang strategi komunikasi yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Pemahaman tentang cara mengelola respon netizen secara reflektif berpotensi membantu NGO menjaga konsistensi nilai, kredibilitas organisasi, dan motivasi internal. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan tentang tantangan psikologis yang dihadapi founder dalam kampanye sosial digital. Dengan demikian, studi ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori, tetapi juga relevan bagi praktik pengelolaan NGO di era media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif founder NGO dalam memaknai kritik dan dukungan netizen pada kampanye sosial yang dijalankan melalui media sosial. Secara khusus, studi ini berfokus pada bagaimana founder menafsirkan respon publik, mengelola dinamika emosional yang muncul, serta merefleksikan dampaknya terhadap motivasi dan pengelolaan organisasi. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk menangkap makna pengalaman hidup founder sebagaimana dirasakan dan direfleksikan dalam konteks interaksi digital. Penelitian ini tidak berupaya mengukur efektivitas kampanye atau persepsi publik secara kuantitatif, melainkan memahami proses pemaknaan yang berlangsung di balik praktik komunikasi NGO. Dengan menempatkan pengalaman founder sebagai pusat analisis, penelitian ini berupaya memberikan gambaran tentang tantangan dan peluang dalam pengelolaan kampanye sosial digital. Fokus ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang peran aktor NGO sebagai pelaku kewarganegaraan digital di era media sosial.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif founder NGO dalam memaknai kritik dan dukungan netizen pada kampanye sosial berbasis media sosial. Analisis data dilakukan menggunakan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) guna memahami proses penafsiran makna pengalaman hidup (*lived experience*) para founder dalam interaksi digital. Partisipan dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria founder NGO Barakarsa Indonesia yang telah menjalankan kegiatan kerelawanan minimal dua tahun dan terlibat aktif dalam pengelolaan komunikasi media sosial. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur yang berfokus pada pengalaman menghadapi respon netizen, dinamika emosional, serta strategi reflektif dalam mengelola komunikasi digital. Seluruh wawancara direkam dan ditranskripsikan secara verbatim, kemudian dianalisis secara idiografis melalui pembacaan berulang, pencatatan eksploratoris, dan pengembangan tema subordinat serta superordinat. Keabsahan penelitian dijaga melalui prinsip *trustworthiness* yang mencakup kredibilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas, disertai reflektivitas peneliti sepanjang proses analisis. Penelitian ini dilaksanakan dengan

memperhatikan prinsip etika, termasuk persetujuan sadar (*informed consent*), kerahasiaan identitas partisipan, dan hak partisipan untuk mengakhiri partisipasi kapan saja.

Hasil dan Pembahasan

Analisis data menggunakan IPA mengungkap satu tema subordinat utama yang menggambarkan pengalaman founder NGO Barakarsa Indonesia sebagai aktor kewarganegaraan reflektif di ruang digital dalam menghadapi respon netizen terhadap kampanye sosial di media sosial, yaitu Berdialog dengan Ekosistem Sosial: Mengelola Umpan Balik sebagai Bagian dari Perjalanan. Tema ini merepresentasikan bagaimana founder secara aktif memaknai kritik dan dukungan publik sebagai bagian dari praktik kewarganegaraan reflektif dalam mengelola kampanye sosial digital. Respon netizen tidak dipersepsi secara tunggal sebagai ancaman atau penguatan semata, melainkan sebagai bentuk dialog sosial yang menuntut penilaian reflektif, penyaringan makna, dan pengelolaan psikologis yang berkelanjutan. Melalui proses idiografis, tema ini tersusun atas tiga subtema yang saling terkait dan menggambarkan dinamika refleksi founder dalam menavigasi ruang kewarganegaraan digital.

Pertama, Founder Barakarsa Indonesia memaknai kritik dari netizen sebagai pengalaman yang menantang secara emosional pada tahap awal, namun secara reflektif dipahami sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan program dan strategi kampanye. Kritik tidak selalu dianggap sebagai serangan personal, melainkan sebagai umpan balik yang dapat membuka perspektif baru mengenai efektivitas kegiatan sosial yang dijalankan.

“Kritik itu jadi bahan belajar untuk ke depannya. Kadang kritik yang mereka berikan memang berdasarkan riset atau data yang benar.”

Bagi partisipan ini, kritik yang disertai argumen atau data dipersepsi sebagai masukan objektif yang membantu memperbaiki arah program. Pemaknaan serupa juga terlihat pada partisipan lain yang menempatkan kritik sebagai bagian penting dalam proses peningkatan kualitas kampanye sosial.

“Kritik justru sangat penting pada tahap ini untuk memperbaiki program yang mungkin sebelumnya belum tepat sasaran.”

Verbatim tersebut menunjukkan adanya orientasi reflektif dan pembelajaran berkelanjutan, di mana kritik dimasukkan ke dalam proses pengambilan keputusan organisasi, bukan dihindari atau ditolak secara defensif.

Selain kritik, yang kedua adalah dukungan dari netizen muncul sebagai pengalaman yang bermakna dan berfungsi sebagai penguat psikologis bagi founder. Dukungan dipersepsi sebagai bentuk pengakuan publik terhadap nilai dan dampak kegiatan sosial yang dijalankan Barakarsa Indonesia, sekaligus memperkuat motivasi untuk melanjutkan kampanye.

“Ketika ada dukungan, itu sangat berpengaruh... rasanya seperti mendapat dorongan baru.”

Dukungan tidak hanya dimaknai sebagai respons emosional positif, tetapi juga sebagai indikator bahwa pesan sosial yang disampaikan dapat diterima dan berdampak.

“Dukungan seperti itu juga menunjukkan bahwa apa yang kita lakukan ternyata bisa membantu dan menginspirasi orang lain.”

Menariknya, bentuk dukungan yang bersifat tidak langsung juga dianggap signifikan oleh founder.

“Keberanian mereka untuk melakukan repost itu merupakan bentuk dukungan yang cukup berarti.”

Verbatim ini menunjukkan bahwa interaksi simbolik di media sosial tetap memiliki makna psikologis yang kuat dalam memperkuat rasa keterhubungan antara NGO dan publik digitalnya.

Ketiga, Di tengah intensitas respon publik di media sosial, founder Barakarsa Indonesia mengembangkan strategi reflektif untuk menjaga batas psikologis agar tetap fokus dan profesional. Kritik yang dianggap tidak konstruktif tidak selalu direspons secara emosional, melainkan dikelola secara selektif.

“Saya harus tetap profesional... tidak ingin komentar negatif mengganggu pekerjaan saya.”

Strategi ini diperkuat dengan sikap membatasi keterlibatan emosional terhadap komentar yang tidak relevan dengan tujuan kampanye.

“Saya bukan tipe orang yang memikirkan komentar negatif terlalu jauh... kalau bisa saya jawab, akan saya jawab. Kalau tidak, saya biarkan saja.”

Selain itu, partisipan juga menggunakan strategi regulasi diri untuk menjaga kondisi emosional yang mendukung kinerja.

“Saya pribadi kalau bekerja itu memang harus sambil mendengarkan musik... suasana hati saya lebih terbangun.”

Temuan ini menunjukkan bahwa menjaga jarak emosional secara selektif dipahami sebagai upaya adaptif untuk mempertahankan otonomi dan keberlanjutan peran founder dalam mengelola kampanye sosial digital.

Secara keseluruhan, tema Berdialog dengan Ekosistem Sosial menggambarkan pengalaman founder NGO Barakarsa Indonesia dalam menavigasi ruang digital yang penuh dengan umpan balik publik. Kritik dan dukungan dimaknai sebagai bagian dari dialog reflektif yang membentuk cara founder memahami diri, organisasi, dan relasi dengan masyarakat. Pengelolaan umpan balik sosial tidak hanya menjadi tantangan komunikasi, tetapi juga proses psikologis yang memengaruhi motivasi, strategi, dan ketahanan dalam menjalankan misi sosial. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman founder dalam kampanye sosial digital merupakan perjalanan reflektif yang terus berkembang seiring interaksi dengan ekosistem sosial daring.

Berdasarkan temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman founder NGO Barakarsa Indonesia dalam menghadapi respon netizen merupakan bentuk praktik kewarganegaraan reflektif yang berlangsung di ruang digital. Founder tidak sekadar berperan sebagai pengelola organisasi atau komunikator kampanye, tetapi juga sebagai aktor kewarganegaraan yang secara aktif menafsirkan, menilai, dan merespons dinamika sosial yang muncul dari interaksi dengan publik daring. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai arena kewarganegaraan digital, tempat nilai, legitimasi, dan makna tindakan sosial terus dinegosiasikan (Gagrčin, 2025). Proses reflektif yang ditunjukkan founder mengindikasikan bahwa kewarganegaraan tidak berhenti pada tindakan partisipatif, melainkan melibatkan kerja psikologis internal yang berkelanjutan (Montero, 2009).

Pemaknaan kritik sebagai sarana evaluasi dan pembelajaran mencerminkan karakter utama kewarganegaraan reflektif, yaitu kemampuan individu untuk merekonstruksi makna tindakan sosial melalui refleksi diri (Hickson, 2011). Kritik tidak dipahami sebagai ancaman terhadap identitas organisasi atau personal founder, melainkan sebagai stimulus yang mendorong peninjauan ulang strategi dan tujuan kampanye. Dalam kerangka kewarganegaraan reflektif, proses ini menunjukkan

bagaimana warga dalam hal ini founder NGO menggunakan respon publik sebagai bahan refleksi untuk mempertahankan relevansi dan kualitas kontribusi sosialnya. Temuan ini memperlihatkan bahwa kritik publik dapat berfungsi sebagai mekanisme demokratis yang memperkaya praktik sosial, selama dimaknai secara reflektif dan tidak defensif.

Dukungan netizen yang dimaknai sebagai validasi dan penguat motivasi menunjukkan bahwa kewarganegaraan reflektif berkembang melalui relasi timbal balik antara aktor sosial dan lingkungan digitalnya (Ohme, 2018). Pengakuan publik, termasuk dalam bentuk dukungan simbolik seperti *repost*, berperan dalam memperkuat keyakinan founder terhadap nilai misi sosial yang dijalankan. Dalam perspektif kewarganegaraan reflektif, dukungan ini tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan identitas warga sebagai aktor sosial yang diakui dan bermakna. Dengan demikian, relasi digital antara NGO dan netizen menjadi sumber legitimasi sekaligus energi psikologis bagi keberlanjutan keterlibatan sosial founder.

Kemampuan founder untuk membangun batas psikologis terhadap respon negatif mencerminkan bentuk kewarganegaraan reflektif yang matang (Castro-Tejerina, 2014). Menjaga jarak emosional secara selektif bukan merupakan bentuk penarikan diri dari ruang publik, melainkan strategi adaptif untuk mempertahankan otonomi dan fokus dalam menjalankan peran sosial (Norgaard, 2006). Dalam konteks kewarganegaraan digital yang ditandai oleh intensitas dan keterbukaan interaksi, kemampuan ini menjadi krusial untuk mencegah kelelahan psikologis dan disrupsi kinerja. Praktik pengelolaan diri yang ditunjukkan founder menegaskan bahwa kewarganegaraan reflektif juga mencakup kemampuan mengatur keterlibatan emosional terhadap dinamika sosial yang tidak selalu konstruktif.

Secara konseptual, temuan penelitian ini memperluas kajian Psikologi Kewarganegaraan dengan menyoroti peran refleksi psikologis dalam praktik kewarganegaraan digital berbasis NGO. Studi ini menunjukkan bahwa kewarganegaraan di era media sosial tidak hanya berkaitan dengan partisipasi dan advokasi, tetapi juga dengan kemampuan aktor sosial untuk memaknai dan mengelola umpan balik publik secara reflektif (Gagrčin et al., 2022). Dengan menempatkan pengalaman founder NGO sebagai pusat analisis, penelitian ini menegaskan bahwa aktor organisasi sipil merupakan subjek penting dalam memahami dinamika kewarganegaraan digital. Perspektif ini membuka ruang bagi kajian lanjutan yang menempatkan pengalaman subjektif aktor sosial sebagai elemen kunci dalam memahami praktik kewarganegaraan di era digital.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi kajian Psikologi Kewarganegaraan dengan memperluas pemahaman tentang kewarganegaraan reflektif dalam konteks organisasi sipil dan ruang digital (Stevenson et al., 2015). Temuan menunjukkan bahwa kewarganegaraan tidak hanya diwujudkan melalui partisipasi individu sebagai warga negara, tetapi juga melalui peran aktor organisasi, seperti founder NGO, yang secara aktif menegosiasikan makna tindakan sosial di hadapan publik digital. Studi ini menegaskan bahwa respon netizen baik kritik maupun dukungan berfungsi sebagai mekanisme reflektif yang membentuk identitas, motivasi, dan orientasi tindakan aktor kewarganegaraan digital. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologis, penelitian ini juga memperkaya literatur dengan menempatkan pengalaman subjektif sebagai elemen kunci dalam memahami dinamika kewarganegaraan di era media sosial. Temuan ini membuka ruang integrasi antara Psikologi Kewarganegaraan, studi NGO, dan kajian komunikasi digital dalam satu kerangka reflektif yang lebih holistik.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelola NGO dalam merancang dan mengelola komunikasi kampanye sosial di media sosial. Pemahaman bahwa kritik dan dukungan merupakan bagian dari dialog reflektif dengan publik dapat membantu founder dan tim NGO mengelola respon netizen secara lebih adaptif dan tidak reaktif. Strategi komunikasi yang mendorong refleksi, evaluasi terbuka, dan penyaringan respon publik berpotensi meningkatkan ketahanan psikologis aktor NGO sekaligus menjaga konsistensi nilai organisasi. Selain itu, temuan mengenai

pentingnya menjaga batas psikologis menunjukkan bahwa praktik komunikasi digital yang sehat tidak menuntut keterlibatan emosional tanpa batas, melainkan keseimbangan antara keterbukaan dan perlindungan diri. Bagi NGO, implikasi ini menegaskan bahwa keberhasilan kampanye sosial digital tidak hanya ditentukan oleh jangkauan dan visibilitas, tetapi juga oleh kapasitas reflektif aktor organisasi dalam mengelola relasi dengan publik digital secara berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan temuan. Pertama, fokus penelitian yang terbatas pada founder NGO Barakarsa Indonesia membatasi kemungkinan generalisasi temuan ke konteks NGO lain dengan karakteristik, skala, dan dinamika komunikasi yang berbeda. Kedua, penggunaan pendekatan IPA dengan jumlah partisipan yang terbatas menekankan kedalaman pemahaman pengalaman subjektif, namun tidak dimaksudkan untuk merepresentasikan seluruh pengalaman aktor NGO secara luas. Ketiga, data penelitian bersumber dari narasi reflektif partisipan yang sangat dipengaruhi oleh konteks komunikasi digital, relasi personal dengan audiens, serta kemampuan refleksi individu. Selain itu, interaksi antara peneliti dan partisipan dalam proses wawancara turut membentuk konstruksi makna yang dihasilkan, meskipun upaya refleksivitas dan transparansi analisis telah dilakukan.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi pengalaman aktor NGO lain, seperti pengelola media sosial, relawan inti, atau mitra komunitas, guna memperoleh perspektif yang lebih beragam tentang pengelolaan respon publik di ruang digital. Studi komparatif antar NGO dengan latar isu sosial dan strategi komunikasi yang berbeda juga berpotensi memperkaya pemahaman tentang praktik kewarganegaraan reflektif dalam konteks organisasi sipil. Penelitian longitudinal dapat dilakukan untuk menangkap dinamika pemaknaan founder terhadap kritik dan dukungan seiring perkembangan organisasi dan perubahan ekosistem media sosial. Selain itu, pendekatan metodologis campuran (*mixed methods*) dapat dipertimbangkan untuk menghubungkan pengalaman subjektif dengan indikator komunikasi digital, seperti pola interaksi, jangkauan pesan, atau sentimen publik. Arah penelitian ini diharapkan dapat memperkuat kajian interdisipliner antara Psikologi Kewarganegaraan, studi NGO, dan komunikasi digital.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman founder NGO Barakarsa Indonesia dalam menghadapi respon netizen terhadap kampanye sosial di media sosial merupakan proses reflektif yang membentuk praktik kewarganegaraan digital. Kritik dan dukungan publik tidak dipersepsi semata sebagai penilaian eksternal, melainkan dimaknai sebagai bagian dari dialog berkelanjutan antara organisasi dan ekosistem sosial daring. Melalui proses refleksi, founder mampu menegosiasikan tuntutan publik dengan nilai dan tujuan sosial yang diusung, sekaligus menjaga motivasi dan keberlanjutan peran organisasionalnya. Temuan ini menegaskan bahwa kewarganegaraan digital dalam konteks NGO tidak hanya diwujudkan melalui partisipasi dan visibilitas kampanye, tetapi juga melalui kapasitas aktor organisasi untuk mengelola makna, emosi, dan relasi sosial secara reflektif. Dengan demikian, studi ini memperkaya Psikologi Kewarganegaraan dengan perspektif fenomenologis yang menempatkan pengalaman subjektif founder NGO sebagai fondasi penting dalam memahami dinamika komunikasi sosial di era digital.

Referensi

- Aust, A. M., Aundrup, M., Greven, A., & Brettel, M. (2024). Exploring the relationship between hybrid founder social identities and entrepreneurs' psychological resilience. *Journal of Small Business Management*, 63(4), 1518–1551. <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.2392714>
- Bălăcescu, A. (2021). Visibility and communication of small NGOs in the context of digital transformation. *Journal of Research and Innovation for Sustainable Society*, 3(2), 201–208. <https://doi.org/10.33727/jriss.2021.2.22:201-208>
- Castro-Tejerina, J. (2014). "Psytizens": the co-construction of the professional identity of psychology
-

- students in the postmodern world. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 48(4), 393–417. <https://doi.org/10.1007/s12124-014-9279-x>
- Chan, H., Mazzucchelli, T. G., & Rees, C. S. (2020). The battle-hardened academic: an exploration of the resilience of university academics in the face of ongoing criticism and rejection of their research. *Higher Education Research & Development*, 40(3), 446–460. <https://doi.org/10.1080/07294360.2020.1765743>
- Crijns, H., Cauberghe, V., Hudders, L., & Claeys, A. (2017). How to deal with online consumer comments during a crisis? The impact of personalized organizational responses on organizational reputation. *Computers in Human Behavior*, 75, 619–631. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.046>
- Di Lauro, S., Tursunbayeva, A., & Antonelli, G. (2019). How Nonprofit Organizations Use social media for fundraising: A Systematic Literature review. *International Journal of Business and Management*, 14(7), 1. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n7p1>
- Dover, Y., & Oreg, S. (2025). Tell me who its founders are and I'll tell you what your online community looks like: Online community founders' personality and community attributes. *arXiv (Cornell University)*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2505.01219>
- Fedushko, S., Molodetska, K., & Syrov, Y. (2023). Analytical method to improve the decision-making criteria approach in managing digital social channels. *Heliyon*, 9(6), e16828. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16828>
- Gagrčin, E. (2025). Who should act, when, and where? The SCOPE framework for establishing responsibility and legitimacy in digital citizenship. *Communication Theory*. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaf029>
- Gagrčin, E., Porten-Cheé, P., Leißner, L., Emmer, M., & Jørring, L. (2022). What makes a good citizen online? The emergence of discursive citizenship norms in social media environments. *Social Media + Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221084297>
- Gordon, E., Baldwin-Philippi, J., & Balestra, M. (2013). Why we engage: How theories of human behavior contribute to our understanding of civic engagement in a digital era. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2343762>
- Gu, M. M., Huang, C. F., & Lee, C. J. (2023). Investigating university students' digital citizenship development through the lens of digital literacy practice: A Translingual and transemiotizing perspective. *Linguistics and Education*, 77, 101226. <https://doi.org/10.1016/j.linged.2023.101226>
- Hall, N., Schmitz, H. P., & Dedmon, J. M. (2019b). Transnational advocacy and NGOs in the digital Era: new forms of networked power. *International Studies Quarterly*. <https://doi.org/10.1093/isq/sqz052>
- Hayes, R. A., & Carr, C. T. (2020). Getting called out: Effects of feedback to social media corporate social responsibility statements. *Public Relations Review*, 47(1), 101962. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101962>
- Hickson, H. (2011). Critical reflection: reflecting on learning to be reflective. *Reflective Practice*, 12(6), 829–839. <https://doi.org/10.1080/14623943.2011.616687>
- Illia, L., Colleoni, E., Etter, M., & Meggiorin, K. (2022). Finding the tipping point: when heterogeneous evaluations in social media converge and influence organizational legitimacy. *Business & Society*, 62(1), 117–150. <https://doi.org/10.1177/00076503211073516>
- Jaff, D. (2023). The surge of spreading harmful information through digital technologies: a distressing reality in complex humanitarian emergencies. *The Lancet Global Health*, 11(6), e821–e822. [https://doi.org/10.1016/s2214-109x\(23\)00207-3](https://doi.org/10.1016/s2214-109x(23)00207-3)
- Karanasios, S., Cooper, V., Balcells, M. P., & Hayes, P. (2019). Inter-Organizational collaboration, information flows, and the use of social media during disasters: a focus on vulnerable communities. *Proceedings of the . . . Annual Hawaii International Conference on System Sciences/Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. <https://doi.org/10.24251/hicss.2019.363>
- Kurnia, E., & S, N. (2025). Komunikasi Persuasif dan Propaganda: Perspektif Psikologi dalam Komunikasi Sosial. *Journal on Teacher Education*, 6(3), 32–39. <https://doi.org/10.31004/jote.v6i3.40553>
- Montero, M. (2009). Community action and research as citizenship construction. *American Journal of Community Psychology*, 43(1–2), 149–161. <https://doi.org/10.1007/s10464-008-9224-6>
-

- Moreno-Cabanillas, A., Castellero-Ostio, E., & Castillo-Esparcia, A. (2024). Digital Communication and Social Organizations: An evaluation of the communication strategies of the Most-Valued NGOs worldwide. *Future Internet*, 16(1), 26. <https://doi.org/10.3390/fi16010026>
- Moura-Romero, C., & Pertuze, J. A. (2025). Founder identity in social ventures: a framework and research agenda. *Social Enterprise Journal*, 1–28. <https://doi.org/10.1108/sej-03-2025-0063>
- Norgaard, K. M. (2006). “People want to protect themselves a little bit”: emotions, denial, and social movement nonparticipation*. *Sociological Inquiry*, 76(3), 372–396. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682x.2006.00160.x>
- Ohme, J. (2018). Updating citizenship? The effects of digital media use on citizenship understanding and political participation. *Information Communication & Society*, 22(13), 1903–1928. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2018.1469657>
- Park, H., & Lee, H. (2013). Show us you are real: The effect of Human-Versus-Organizational presence on online relationship building through social networking sites. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 16(4), 265–271. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0051>
- Stevenson, C., Hopkins, N., Luyt, R., & Dixon, J. (2015). The Social Psychology of Citizenship: Engagement with citizenship studies and future research. *Journal of Social and Political Psychology*, 3(2), 192–210. <https://doi.org/10.5964/jspp.v3i2.581>
- Tripathi, S., & Verma, S. (2017). Social media, an emerging platform for relationship building: A study of engagement with nongovernment organizations in India. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 23(1). <https://doi.org/10.1002/nvsm.1589>
- Wibowo, A. A. (2023). Altruisme dalam Membangun Solidaritas Sosial Komunitas Relawan. *Jurnal Socius Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 31–40. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.450>