

**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PADA KATA KUNCI
ESTEHEK INDONESIA TENTANG SOMASI PADA
PELANGGAN OLEH ESTHEK INDONESIA PADA MEDIA
SOSIAL TWITTER**

SKRIPSI



Oleh :

CHANDRA SETIAWAN

NPM. 1543010115

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2022

Lembar Persetujuan

**Analisis Jaringan Komunikasi pada Kata Kunci Esteh_Indonesia Tentang
Somasi Pada Pelanggan Oleh Esteh Indonesia pada Media Sosial Twitter**

Disusun Oleh :



CHANDRA SETIAWAN
NPM. 1543010115

Dosen Pembimbing



IRWAN DWI ARIANTO, S.SOS., M.I.Kom.
NIP. 197602082021211003

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN "Veteran" Jawa Timur**



DR. DRS. EC. GENDUT SUKARNO, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

Lembar Pengesahan

**Analisis Jaringan Komunikasi pada Kata Kunci Esteh_Indonesia Tentang
Somasi Pada Pelanggan Oleh Esteh Indonesia pada Media Sosial Twitter**

Oleh

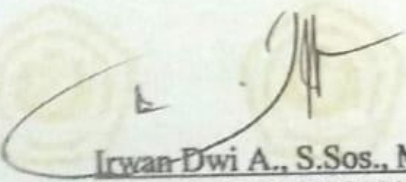
Chandra Setiawan
NPM.1543010115

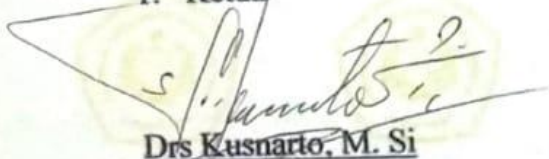
Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 26 Desember 2022

Pembimbing Utama


Tim penguji

1. Ketua

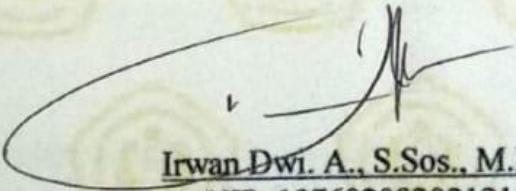

Irwan Dwi A., S.Sos., M.I.Kom
NIP. 197602082021211003


Drs Kusnarto, M. Si
NIP.195808011984021001

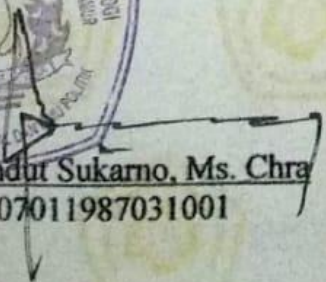
2. Sekretaris


Ririn P. T., S.Ikom., M.Med.Kom
NPT. 389041303401

3. Anggota


Irwan Dwi. A., S.Sos., M.I.Kom
NIP. 197602082021211003

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN "Veteran" Jawa Timur


Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, Ms. Chra
NIP. 195907011987031001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chandra Setiawan
NPM : 1543010115
Fakultas /Program Studi : FISIP / Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Jaringan Komunikasi Somasi Pada Pelanggan Oleh Esteh Indonesia Pada Kata Kunci Esteh_Indonesia Pada Media Sosial Twitter

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka

. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di

UPN "Veteran" Jawa Timur.
Surabaya 26 Desember 2022



Chandra Setiawan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, maka skripsi yang berjudul **”ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PADA KATA KUNCI ESTEH_INDONESIA PADA MEDIA SOSIAL TWITTER”** bisa penulis selesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dari berbagai pihak. Penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Allah SWT Alhamdulillah berkat rahmat dan hidayah-Nya lah, skripsi ini bisa terselesaikan. Dan puji syukur penulis panjatkan atas kemudahan – kemudahan yang selama ini telah diberikan oleh Allah SWT dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr.Yuli Candrasari, S.Sos, M.Si Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Irwan Dwi Arianto, S.Sos., M. Ikom. Selaku Dosen Pembimbing Proposal saya. Terima Kasih atas bimbingan yang telah bapak berikan.
4. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan semangatnya agar penulis cepat menyelesaikan laporannya.
5. Kepada Dosen Prodi Ilmu Komunikasi dan Staff TU Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

6. Terima kasih kepada teman-teman Commers'15 yang memberi saya semangat untuk menyelesaikan dan melanjutkan skripsi ini.

Demikian kata pengantar dari penulis, semoga dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan pembaca seluruhnya.

Surabaya, Desember 2022

Penyusun,

Chandra Setiawan
NPM.1543010115

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan.....	i
Lembar Pengesahan	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Kajian Sosial Media.....	13
2.2.2 Media Sosial.....	14
2.2.3 Twitter.....	18
2.2.5 Analisis Jaringan Komunikasi	21
2.2.5.1 Konsep Dasar Analisis Jaringan Komunikasi	23
2.2.5.2 Tipe Relasi	23
2.2.5.3 Struktur Jaringan Komunikasi	25
2.2.5.4 Level Analisis	26
2.2.6 Big Data	28
2.2.7 NodeXL.....	29
2.2.8 Kebebasan Berpendapat.....	32
2.3 Kerangka Berpikir.....	32

BAB III	34
3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional dan Variabel	35
3.3 Populasi, Sampel Penelitian, dan Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1. Populasi.....	38
3.3.2. Sampel Penelitian.....	40
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Metode Analisis Data.....	41
BAB IV	44
4.1 Gambaran Umum.....	44
4.1.1 Gambaran Umum Penggunaan Kata Kunci Pada Media Sosial Twitter .	44
4.1.2 Gambaran Umum Somasi yang Dilayangkan Oleh Esteh Indonesia Kepada Pengguna Twitter @Ghandoy	45
4.1.3 Gambaran Umun Kata Kunci Es Teh.....	46
4.2 Penyajian Data dan Analisis Data.....	46
4.2.1 Sumber Informasi.....	46
4.2.2 Data Keseluruhan Jaringan	47
4.2.3 Data Time Series.....	49
4.2.4 Data Nilai Rata-Rata Jaringan.....	50
4.2.5 Data Sentralitas	52
4.2.6 Visualisasi Jaringan.....	54
4.2.7 Clustering.....	55
4.3 Analisis Data.....	56
4.3.1 Analisis Konten Media.....	56
4.3.1.1 Reach.....	56
4.3.1.2 Engagement.....	62
4.3.1.3 Virality	65
4.3.2 Analisis Perilaku Aktor.....	67
4.3.3 Analisis Jaringan	68
4.3.3.1 Degree Centrality	68
4.3.3.2 Closeness Cenytality	70
4.3.3.3 Betweeness Centrality.....	71
4.3.3.4 Eigenvector Centrality	73

Gambar 4. 12 Data Eigenvector Centrality	73
4.3.3.5 Clustering	74
4.3.3.5.1 Cluster @alifiaamd	74
4.3.3.5.2 Cluster @gandhoyyz.....	76
4.3.3.5.3 Cluster @esteh_indonesia.....	77
4.3.4 Arah Opini Masyarakat Dalam Topik.....	78
BAB V	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna Internet dan Sosial Media di Indonesia dari Hotsuite	2
Gambar 1. 2 Grafik pengguna twitter dunia dari Statista	5
Gambar 1. 3 Tweet @gandhoy, @AdhityaHanzak, dan @esteh_Indonesia	7
Gambar 4. 1 Tabel Data Keseluruhan Jaringan.....	48
Gambar 4. 2 Visualisasi Jaringan.....	54
Gambar 4. 3 Top Tweet Esteh Indonesia.....	58
Gambar 4. 4 Top Tweet @ohmyv3nus	59
Gambar 4. 5 Top Tweet @alifiamd	61
Gambar 4. 6 Top Word	63
Gambar 4. 7 DataTimes Series.....	66
Gambar 4. 8 Sentimen.....	67
Gambar 4. 9 Data In-degree dan Out-degree	69
Gambar 4. 10 Data Closeness Centrality	71
Gambar 4. 11 Data Betweenness Centrality	72
Gambar 4. 12 Data Eigenvector Centrality	73
Gambar 4. 13 Cluster @alifiaamd.....	74
Gambar 4. 14 Cluster @gandhoyyz	76
Gambar 4. 15 Cluster @ohmyv3nus	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data sentralitas berdasarkan in-degree	86
Lampiran 2 Data sentralitas berdasarkan out-degree	86
Lampiran 3 Data sentralitas berdasarkan <i>betweenness centrality</i>	87
Lampiran 4 Data sentralitas berdasarkan pada <i>closeness centrality</i>	87
Lampiran 5 Data sentralitas berdasarkan <i>eigenvector centrality</i>	88

ABSTRAK

Analisis Jaringan Komunikasi Pada Kata Kunci Esteh_Indonesia Pada Media Sosial Twitter

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pemetaan jaringan komunikasi yang terbentuk pada jaringan komunikasi, persebaran informasi serta aktor yang berperan perihal isu somasi oleh Esteh Indonesia yang menggunakan kata kunci *esteh_indonesia* pada media sosial *Twitter*. Penggunaan media sosial memungkinkan tiap penggunanya untuk saling berinteraksi secara langsung terhadap suatu isu seperti somasi pelanggan oleh Esteh Indonesia yang memungkinkan terbukanya ruang publik untuk diskusi. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif yang memudahkan peneliti dalam mengetahui aktor dengan peran penting dalam jaringan komunikasi. Aktor dengan peran penting ini ditunjukan dari informasi yang disebarkan dan seberapa sering beropini terkait isu tersebut. Peran yang ditunjukkan itu dapat menjadi acuan dalam menentukan sentimen yang ditunjukkan oleh aktor tersebut. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini dikumpulkan menggunakan bantuan dari perangkat lunak NodeXL dengan metode *crawling data* pada media sosial. Hasil yang ditunjukkan oleh penelitian ini terdapat tiga aktor dengan nilai sentralitas yang tinggi yaitu @esteh_indonesia, @alifiamd, dan @OHMYV3NUS. Sementara itu sentimen yang timbul lebih cenderung netral pada penelitian ini. Terdapat tiga kluster paling besar yang ada penelitian ini yang dapat menunjukkan bagaimana tiap sentimen yang muncul dalam jaringan komunikasi.

Kata kunci : Esteh Indonesia, Analisis Jaringan Komunikasi, Media Sosial, Twitter.

ABSTRACT

Communication Network Analysis On Keywords Esteh_Indonesia On Twitter Social Media

This study aims to find out how the mapping of communication networks formed on communication networks, the distribution of information and actors who play a role in sue issues by Esteh Indonesia who use the keywords *esteh_indonesia* on *social media Twitter*. The use of social media allows each user to interact directly with each other on an issue such as customer sue by Esteh Indonesia which allows open public spaces for discussion. Researchers use descriptive quantitative research methods that make it easier for researchers to find out actors with important roles in communication networks. Actors with this important role are derived from the information disseminated and how often opinionated they are on the issue. The role shown can be a reference in determining the sentiment shown by the actor. The data collected in this study was collected using the help of NodeXL software by crawling data on social media. The results shown by this study are three actors with high centrality values, namely @esteh_indonesia, @alifiamd, and @OHMYV3NUS. Meanwhile, the sentiment that arises is more likely to be neutral in this study. There are three largest clusters in this study that can show how each sentiment arises in a communication network.

Keywords: Esteh Indonesia, Communication Network Analysis, Social Media, Twitter.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki era perkembangan teknologi informasi suatu data pada *platform* komunikasi dapat dilakukan pengolahan, pengambilan, penyusunan, manipulasi, menyimpan hingga memproses data dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mendapatkan sebuah informasi yang aktual, faktual, dan relevan ataupun untuk pemanfaatan berbagai kepentingan mulai dari tingkat pribadi, kelompok, bisnis, maupun politik. Iltifat HusainMD, Blanke BriggsMD dkk dalam jurnal (Anestesia dan Fatoni, 2020, hal. 3) mengatakan bahwa saat kita membicarakan mengenai ketertarikan publik, platform komunikasi telah menjadi platform yang terdepan sejak tahun 1990 an di seluruh dunia, dan tidak dapat di abaikan bahwa media digital telah menjadi dominan yang menjadikan komunikasi meliputi seluruh dunia. Data yang dihasilkan dari pemanfaatan teknologi komunikasi

Pengoperasian teknologi informasi bisa dilakukan dengan berbagai macam perangkat, meskipun pada awalnya hanya menggunakan komputer dengan komputer lainnya. Selama terdapat sebuah jaringan yang menghubungkan perangkat - perangkat tersebut (Wardiana, 2005). Berkembangnya teknologi informasi menciptakan *platform* komunikasi yang mencakup seluruh dunia dalam bentuk jaringan yang terhubung yang dikenal dengan internet. Hadirnya internet memberikan dampak pada perubahan pada aspek-aspek kehidupan masyarakat mulai dari pendidikan, berbelanja,

kesehatan, komunikasi, pemerintahan dan berbagai bidang lain. Perkembangan pada bidang komunikasi terjadi pada dahulunya komunikasi hanya bisa dilakukan secara luring (luar jaringan) kini telah dapat dilakukan secara daring (dalam jaringan).

Pemanfaatan internet hampir mencakup seluruh seluruh masyarakat Indonesia dan tiap tahun mengalami perkembangan . Berdasarkan hasil laporan digital oleh Hootsuites (We Are Social) pada Februari 2022 tercatat 204,7 juta masyarakat Indonesia telah mengakses internet berkembang 2,1 juta dibanding data tahun sebelumnya yang hanya 202,6 juta pengguna internet dan memiliki 191,4 juta pengguna media sosial yang juga mengalami kenaikan sebesar 21,4 juta dari tahun sebelumnya. Dengan data masyarakat Indonesia yang begitu besar akan membuat pertukaran informasi atau data masyarakat Indonesia menjadi cepat dan kompleks atau biasa disebut Big Data.



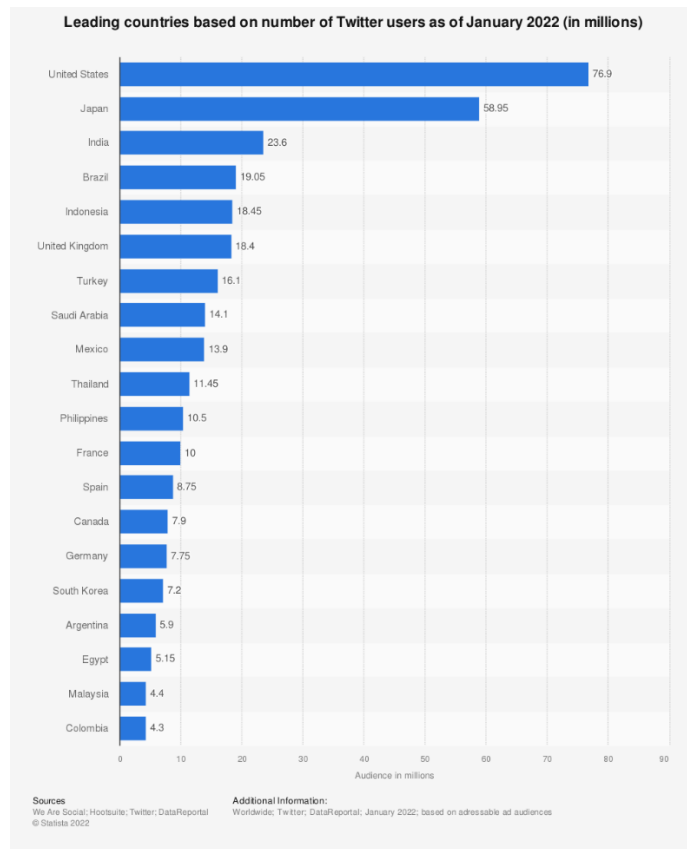
Gambar 1. 1 Jumlah pengguna Internet dan Sosial Media di Indonesia dari Hotsuite

Big data adalah kumpulan data yang besar, cepat, dan kompleks sehingga sulit untuk pengelolaannya dibandingkan dengan data-data yang umum yang dapat diolah secara tradisional bahkan membutuhkan aplikasi yang khusus. Gartner IT Glossary, mendefinisikan BigData sebagai berikut *Big Data is high-volume, high-velocity and/or high-variety information assets that demand cost, effective, innovative forms of information processing that enable enhanced insight, decision making, and process automation.* Berdasarkan definisi tersebut, dapat kita tarik kesimpulan bahwa terdapat 3 karakteristik utama dari Big Data yaitu *volume, velocity, dan variety*. *Volume* disini berkaitan dengan besaran data yang harus dikelola dimana data tersebut berukuran sangat besar dan kompleks. *Velocity* berkenaan dengan kecepatan pemrosesan data yang harus mengimbangi pesatnya pertumbuhan jumlah data. Sedangkan *Variety* merujuk pada karakteristik dari sumber data tersebut yang sangat beraneka ragam, baik itu yang berasal dari basis data yang terstruktur maupun juga dari data-data yang tidak terstruktur. (Maryanto, 2017 hal. 14-15).

Dalam pengimplementasian Big Data diperlukan platform untuk menjadi sumber pengambilan data salah satunya adalah media sosial yang memiliki kompleksitas data yang tinggi, variatif, serta pertumbuhan data nya seperti pada platform media sosial Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube. Media sosial sendiri hingga kini menjadi media dengan penyebaran informasi

tercepat dan terluas serta terbebas. Hal tersebut dapat terjadi karena media sosial merupakan salah satu aspek penting bagi masyarakat karena menjadi alternatif ruang publik untuk menyalurkan berbagai pendapat, aspirasi, bertukar pikiran, ataupun sekedar bersosialisasi (Bhakti, 2020 hal. 4).

Berdasarkan data dari Hootsuite, pada Februari 2022 terdapat 204,7 juta penduduk menjadi pengguna internet atau 73,7% dari total keseluruhan penduduk Indonesia dan sebanyak 191,7 jutanya menjadi pengguna media sosial atau 68,9% penduduk Indonesia menjadi pengguna media sosial. Data tersebut menunjukkan media sosial menjadi salah satu platform terbesar dalam pemanfaatan Internet. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah Twitter dengan jumlah 18,45 juta orang mengakses Twitter dari Indonesia berdasarkan laporan dari Statista dengan dasar audiens iklan yang dapat dialamatkan. Pengguna Twitter masuk pada top 5 pengguna Twitter terbanyak di dunia menyebabkan twitter sebagai salah satu media sosial dengan persebaran informasi yang cepat di Indonesia. Twitter seringkali menjadi media untuk mendiskusikan dan menyebarkan informasi tentang suatu isu yang tengah hangat di masyarakat.



Gambar 1. 2 Grafik pengguna twitter dunia dari Statista

Salah satu isu yang sempat menjadi perbincangan *netizen* twitter Indonesia adalah EsTeh Indonesia yang menjadi *Trending Topic* di Indonesia dengan jumlah *tweet* mencapai lebih dari 25.000 cuitan pada tanggal 26 September 2022. Hal ini dikarenakan dikeluarkannya surat somasi oleh Es Teh Indonesia kepada akun @Gandhoy yang merupakan salah satu pelanggan mereka yang melakukan protes terhadap kadar gula salah satu minuman mereka. Dalam unggahan tersebut, lapak penyedia minuman tersebut keberatan dengan kritik yang disampaikan oleh warganet. Hal tersebut dikarenakan kritikan tersebut mengandung unsur pencemaran nama baik dan disebut melukai hati pihak Esteh Indonesia.

Diketahui, awal permasalahannya dari cuitan pada 25 September 2022 dari sebuah akun dengan username @Gandoy yang melakukan protes terhadap rasa salah satu menu minuman Es Teh Indonesia yang terlalu manis sebagai berikut

*“abis minum es teh indonesia yang chizu red velvet untuk pertama dan terakhir kali. a***** lu lu g*** yak itu bukan minuman t** tapi gula 3kg dikocok sama sp bahan kue t**** bet siapa yang bikin ni minuman b***** bangkrut ae lu mending daripada diabetes massal”*

Cuitan tersebut memicu berbagai respon oleh warga net salah satunya dari @AdhityaHanzak yang merespon dengan pasal UU ITE

“Fix lu kalo di kasusin es teh Indonesia kena Pasal 28 ayat (2) UU ITE “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan Informasi yang ditunjukkan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompo masyarakat tertentu” 6 tahun penjara”

Dengan cuitan yang demikian juga mendapat respon langsung dari akun *official* Esteh Indonesia @esteh_indonesia sebagai berikut

“Halo kak, terima kasih supportnya. Sehubungan denga tweet tsb, datanya sudah diterima oleh tim legal kami.”



Gambar 1. 3 Tweet @gandhoy, @AdhityaHanzak, dan @esteh_Indonesia

Akibat dari cuitan itu akun @Gandhoy mengalami somasi pada tanggal 26 September 2022 yang berisi permintaan untuk melakukan permintaan maaf dan klarifikasi atas cuitan yang dilakukan sebelumnya paling lambat 2x24 jam. Fenomena ini memicu berbagai pendapat oleh warganet karena pelayanan somasi ini dinilai melanggar hak konsumen dan pembungkaman kebebasan dalam mengemukakan pendapat serta dianggap merenggut hak konsumen untuk mengkritik produk yang dibelinya.

Berdasarkan fenomena somasi yang dilakukan oleh Esteh Indonesia, peneliti tertarik untuk meneliti isu yang sedang panas

dibicarakan di media sosial terutama twitter. Twitter ini dipilih sebagai platform untuk memahami isu dikarenakan memiliki fitur yang mendukung penelitian seperti kata kunci, trending topic, tagar atau hastag. Pada penelitian ini, akan menggunakan kata kunci Esteh_indonesia yang sempat menjadi trending topic. Peneliti mengharapkan dapat ditemukannya interaksi yang tercipta dalam topik ini, melalui pesan-pesan yang disampaikan pengguna twitter pada kata kunci Esteh Indonesia terbentuknya kelompok serta persebaran klasifikasi, dan juga menemukan aktor-aktor yang berperan pada isu kasus somasi dan pembungkaman kebebasan berpendapat yang dilakukan oleh Esteh Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, yang telah dipaparkan di atas maka peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana pemetaan jaringan komunikasi yang terbentuk pada kata kunci Esteh_Indonesia di media sosial twitter serta menganalisa peran aktor yang terlibat di dalamnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan jaringan komunikasi yang terbentuk dan pada kata kunci Esteh_Indonesia di media sosial twitter serta menganalisa peran aktor yang terlibat di dalamnya

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

- a. Peneliti mengharapkan penelitian ini bisa menyajikan pemaparan pemetaan jaringan komunikasi yang terkait dengan isu-isu yang ada di media sosial twitter secara jelas
- b. Peneliti juga mengharapkan penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi yang menjelaskan penggunaan teori-teori komunikasi dan sekaligus yang berkaitan dengan new media, jaringan komunikasi, dan sekaligus dapat dijadikan kajian untuk bahan penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a Penelitian ini secara praktis dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait proses analisis jaringan komunikasi menggunakan program aplikasi nodexl melalui fitur Twitter Search Network.
- b Penelitian ini secara praktis dapat memberikan wawasan dan pemahaman kepada masyarakat luas serta mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur dalam melihat dan memanfaatkan media sosial untuk kepentingan pribadi maupun kelompok.