

# 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 diabaikan 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.



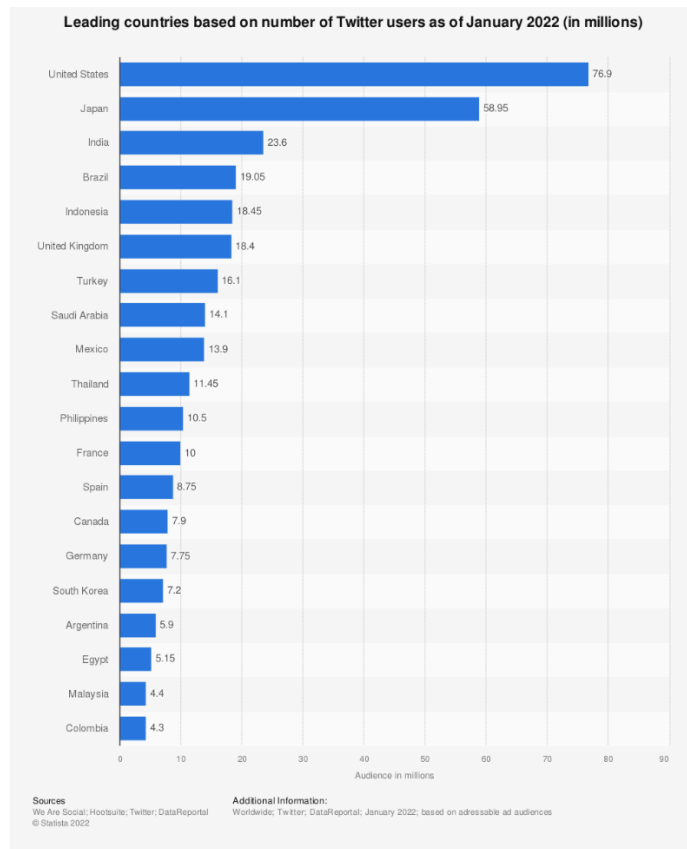
Gambar 1. 1 Jumlah pengguna Internet dan Sosial Media di Indonesia dari Hotsuite

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 minumannya. 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 kelompok 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.