

**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI TENTANG ISU KEBIJAKAN
KENAIKAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI 11% DI *TWITTER***

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

MAULANA FADIA HADI

18043010181

**KEMENTRIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN
ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI TENTANG ISU KEBIJAKAN
KENAIKAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI 11% DI *TWITTER*

Disusun Oleh:

Maulana Fadia Hadi
NPM. 18043010181

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama,


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

Mengetahui,

DEKAN


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI TENTANG ISU KEBIJAKAN
KENAIKAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI 11% DI *TWITTER*

Oleh

Maulana Fadia Hadi

NPM. 18043010181

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur pada tanggal 9 Juni 2023

Menyetujui,

Pembimbing


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

Tim Penguji,

1. Ketua


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

2. Sekretaris


Dra. Dyva Claretta, M.Si

NIP. 196601072021212001

3. Anggota


Drs. Kusnarto, M.Si

NIP. 195808011984021001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN “Veteran” Jawa Timur


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maulana Fadia Hadi
NPM : 18043010181
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Jaringan Komunikasi Tentang Isu Kebijakan Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai 11% di Twitter

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di Universitas Pembangunan Nasional “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 disetujui 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 dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 14 Juni 2023



Maulana Fadia Hadi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan kekuatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI MENGENAI ISU KEBIJAKAN KENAIKAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI 11% DI TWITTER** dengan baik.

Penelitian ini tentu tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan kepada penulis, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pembimbing Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si atas waktu, bimbingan, ilmu, arahan dan dukungannya selama ini.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini antara lain :

1. Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, kekuatan dan kesabaran kepada peneliti sehingga peneliti memiliki semangat untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur serta selaku dosen pembimbing peneliti.
3. Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, M.Med.Kom., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa

Timur dan semua dosen ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.

4. Kepada kedua Orang Tua dan juga Adik saya Aisyah Nadia Hadi yang selalu memberikan support dan dorongan untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik
5. Kepada sahabat saya Dany, Rizky, Juju dan Ary yang telah menjadi partner dalam berdiskusi serta support system dalam menangani segala bentuk masalah yang muncul pada masa perkuliahan
6. Kepada Semua teman-teman yang telah turut membantu, baik secara langsung maupun tidak, dalam pengerjaan penelitian ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, peneliti ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat, dengan harapan semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Peneliti sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti akan menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini

Sidoarjo, 31 Mei 2023

Maulana Fadia Hadi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Teknologi Komunikasi.....	15
2.2.2 <i>Big Data</i>	16
2.2.3 Opini Publik.....	17
2.2.4 Media Sosial	21
2.2.5 <i>Twitter</i>	25
2.2.6 Teori Jaringan	26
2.2.7 Social Network Analysis.....	28
2.2.8 Analisis Jaringan Komunikasi	29
2.2.9 Netlytic.....	38
2.2.10 Gephi.....	39
2.3 Kerangka Berpikir.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Metode Penelitian	41
3.2 Definisi Operasional dan Variabel.....	42
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5 Metode Analisis Data.....	51
3.5.1 Level Analisis Konten Media Sosial.....	52
3.5.2 Level perilaku pengguna jejaring sosial.....	53
3.5.3 Level Jaringan.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1. Gambaran Umum Trending Topic di Twitter	55
4.1.2. Gambaran Umum Isu Kenaikan PPN	56
4.1.3. Gambaran Umum Kenaikan PPN di Twitter	57
4.2 Penyajian Data dan Analisis Data.....	57
4.2.1. Sumber Informasi	57
4.2.2 Data Keseluruhan Jaringan	58
4.2.3 Data Time Series.....	60
4.2.4 Data Nilai Rata-Rata Jaringan	62
4.2.5 Data Sentralitas	64
4.2.6 Data <i>Modularity</i>	65
4.2.7 Visualisasi Jaringan	71
4.3 Analisis Data.....	73
4.3.1 Analisis Konten Media	73
4.3.2 Analisis Perilaku Aktor.....	89
4.3.3 Analisis Jaringan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
DAFTAR LAMPIRAN.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tweet penolakan kenaikan PPN.....	8
Gambar 1.2 Tweet yang mengeluhkan pemberlakuan kebijakan kenaikan PPN....	8
Gambar 1.3 Tweet yang mendukung kebijakan kenaikan PPN.....	9
Gambar 3.1 <i>Time series</i> Percakapan Kenaikan PPN di <i>Twitter</i>	48
Gambar 3.2 Halaman pembuatan <i>dataset</i> pada Netlytic.....	50
Gambar 3.3 Menu Network Analysis.....	51
Gambar 4.1 Opsi Self-loops pada Gephi.....	58
Gambar 4.2 Grafik <i>Time series</i> Data Penelitian.....	61
Gambar 4.3 Top <i>hashtag cluster</i> 465.....	67
Gambar 4.4 Top <i>hashtag cluster</i> 477.....	69
Gambar 4.5 Top <i>hashtag cluster</i> 315.....	70
Gambar 4.6 Top <i>hashtag cluster</i> 279.....	71
Gambar 4.7 Visualisasai Jaringan Keseluruhan.....	72
Gambar 4.8 Top <i>In-degree Centrality</i>	74
Gambar 4.9 <i>Nodes</i> @alindardiantoro.....	75
Gambar 4.10 Tweet @alindardiantoro.....	76
Gambar 4.11 Tweet @gabisaminumkopi.....	77
Gambar 4.12 <i>Nodes</i> @fullmoonfolks.....	78
Gambar 4.13 Tweet @fullmoonfolks.....	79
Gambar 4.14 <i>Nodes</i> @pretcieux.....	80
Gambar 4.15 Tweet @pretcieux.....	81
Gambar 4.16 Tweet @prastow.....	82
Gambar 4.17 Diagram Relasi Jaringan.....	84
Gambar 4.18 <i>Timeseries</i> Pembicaraan Kenaikan PPN.....	85
Gambar 4.19 <i>Wordcloud</i> percakapan dalam jaringan.....	87
Gambar 4.20 Sentiment Isu Kenaikan PPN.....	90

Gambar 4.21 Data top <i>in-degree</i> dan <i>out-degree centrality</i>	92
Gambar 4.22 Data top <i>Closeness Centrality</i>	94
Gambar 4.23 Data top <i>Betweenness Centrality</i>	95
Gambar 4.24 Data top <i>Eigenvector Centrality</i>	97

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Keseluruhan Jaringan.....	59
Tabel 4.2 Metriks rata-rata jaringan.....	62
Tabel 4.3 Data sentralitas jaringan.....	64
Tabel 4.4 Data Modularity.....	66
Tabel 4.5 Data <i>clustering coefficient</i>	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Top <i>Degree Centrality (In-degree)</i>	111
Lampiran 2 Data Top <i>Degree Centrality (Out-degree)</i>	111
Lampiran 3 Data Top <i>Betweenness Centrality</i>	112
Lampiran 4 Data Top <i>Closeness Centrality</i>	112
Lampiran 5 Data Top <i>Eigenvector Centrality</i>	113
Lampiran 6 <i>Wordcloud</i> Percakapan Kenaikan PPN 11%.....	113

ABSTRAK

Isu kenaikan PPN 11% ramai diperbincangkan masyarakat pada tanggal 1 April 2022 dimana di media sosial *twitter*, kata kunci PPN 11% menjadi salah satu trending topic. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemetaan jaringan komunikasi serta arah opini yang terjadi dari jaringan komunikasi kenaikan PPN 11% yang terjadi pada 1-20 April 2022 di media sosial *twitter*. Hadirnya media sosial ditengah masyarakat membuat masyarakat dapat lebih leluasa dalam memberikan opininya terkait isu yang sedang ramai menjadi bahan pembicaraan masyarakat umum. Penelitian ini merupakan penelitian jaringan komunikasi dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan crawling menggunakan perangkat lunak Netlytic yang kemudian dianalisis lebih mendalam dengan menggunakan Gephi. Berdasarkan analisis dengan teknik multilevel analisis yang telah dilakukan yaitu dengan analisis konten media, analisis perilaku serta analisis jaringan ditemukan tiga aktor yang memiliki pengaruh yang besar dalam jaringan ini yaitu akun @alindardiantoro, @fullmoonfolks dan @pretcieux. Selain itu sentiment yang muncul cenderung netral, namun terdapat perbedaan yang sangat besar antara sentiment menolak dan mendukung. Didalam jaringan ini terdapat 4 kelompok besar yang terbentuk dimana setiap kelompok memiliki pandangan atau keberpihakannya masing-masing terkait isu kenaikan PPN.

Kata Kunci: PPN 11%, Analisis Jaringan Komunikasi, Big Data

ABSTRACT

The issue of the 11% VAT increase was widely discussed by the public on April 1 2022 where on Twitter, the keyword PPN 11% became one of the trending topics. The purpose of this research is to find out how the communication network is mapped and the direction of opinion that occurs from the 11% increase in VAT communication network that occurred on April 1-20 2022 on Twitter. The presence of social media in the midst of society allows people to be more flexible in giving their opinions regarding issues that are currently being talked about by the general public. This research is a communication network research with a descriptive approach. Data collection was carried out by crawling using Netlytic software which was then analyzed in more depth using Gephi. Based on the analysis using the multilevel analysis technique that has been carried out, namely by analyzing media content, behavior analysis and network analysis, it was found that three actors have a large influence in this network, namely the accounts @alindardiantoro, @fullmoonfolks and @pretcieux. In addition, the sentiments that appear tend to be neutral, but there is a very big difference between rejecting and supporting sentiments. Within this network there are 4 major groups formed where each group has its own view or side regarding the issue of VAT increases.

Keywords: VAT 11%, Social Network Analysis, Big Data