

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bentuk kecanggihan dari internet adalah segala informasi yang beredar di dalam internet diubah dalam bentuk data yang tersimpan rapi dalam sebuah bank data yang disebut big data. Big data merupakan sekumpulan data yang ukurannya diluar kemampuan perangkat lunak berbasis data khas untuk menangkap, menyimpan, mengelola, dan menganalisis. International Data Corporation (IDC) telah merilis bahwa sebanyak 1,8 ZB data telah dibuat pada akhir tahun 2011 dan memperkirakan bahwa tidak kurang dari 2,8 ZB data akan dikeluarkan dalam beberapa tahun mendatang (2016), sementara sejumlah data perusahaan sebesar 40 ZB akan dihasilkan perusahaan pada tahun 2020. Banjir data ini digolongkan dengan istilah baru yang disebut “Big Data” (Catur Suratnoaji, 2021, p. 65). Dalam Gartner IT Glossary, Big Data didefinisikan sebagai berikut : *Big Data is high-volume, high-velocity and/or high-variety information assets that demand costeffective, innovative forms of information processing that enable enhanced insight, decision making, and process automation*. Menurut Gartner karakteristik utama Big Data meliputi tiga hal yang biasa disingkat dengan 3V yaitu volume, velocity, dan variety. Volume terkait dengan besaran data yang harus dikelola berukuran super besar. Velocity berkenaan dengan kecepatan pemrosesan data yang harus mengimbangi pesatnya pertumbuhan jumlah data. Sedangkan variety merujuk

pada karakteristik sumber data yang sangat beragam, baik itu yang berasal dari basis data yang terstruktur maupun juga dari data-data yang tidak terstruktur (Maryanto, 2017). Menurut Badan Keamanan Nasional, Internet memproses 1826 petabyte (PB) data per hari. Pada tahun 2018, jumlah data yang dihasilkan setiap hari adalah 2,5 quintillion byte . Sebelumnya, International Data Corporation (IDC) memperkirakan bahwa jumlah data yang dihasilkan akan berlipat ganda setiap 2 tahun, dan terlebih lagi Google sekarang memproses lebih dari 40.000 pencarian setiap detik atau 3,5 miliar pencarian per hari sedangkan pengguna Facebook mengunggah 300 juta foto, 510.000 komentar , dan 293.000 pembaruan status per hari (Chun-Wei Tsai, 2015).

Dalam perkembangan big data terdapat sebuah masalah dalam memprosesnya, Fisher et al menunjukkan bahwa big data berarti data tersebut tidak dapat diproses oleh Sebagian sistem atau metode informasi saat ini karna big data tidak hanya sangat besar untuk di muat kedalam satu mesin, tetapi juga mengimplikasikan bahwa sebagian besar metode pencarian data tradisional atau analisis data secara tradisional yang dikembangkan guna menganalisis data secara terpusat tidak dapat secara langsung diterapkan kedalam big data. Dalam laporan Internal Data Corporation (IDC), menunjukkan bahwa penjualan bigdata 32,4 miliar dolar AS pada tahun 2017, 114 miliar dolar AS pada tahun 2018 terus meningkat hingga sekarang (Chun-Wei Tsai, 2015).

Terdapat banyak penelitian berbasis big data yang sudah dilakukan salah satu contohnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Eric Christian Lumban Tobing dan Irwan Dwi Arianto yang berjudul Analisis Jaringan Komunikasi Gerakan Digital #PERCUMALAPORPOLISI Di Twitter (2022). Pada penelitian tersebut menunjukkan masyarakat Indonesia yang tengah memprbincangan kinerja Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) dengan menggunakan #percumalaporpholisi di media sosial twitter. Tagar tersebut muncul sebagai gerakan digital masyarakat twitter yang kecewa dengan kinerja POLRI. Masyarakat twitter atau netizen saling berinteraksi melalui tagar tersebut sehingga membentuk sebuah jaringan komunikasi. Dari hasil analisis isinya ditemukan data berupa sebanyak 45.1% memiliki sentimen negatif, lalu sebesar 38.4% sentimen netral, dan 16.5% memiliki sentimen positif. Hal ini menunjukkan bahwa analisis jaringan komunikasi dan big data akan terus berkembang dan dibutuhkan di masa yang akan datang.

Salah satu teknologi yang sangat membantu dalam sebuah penelitian berbasis big data adalah media sosial. Media sosial merupakan bagian dari tumbuh kembang internet. Pada era digital, media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar

ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Kaplan, 2010). Ada berbagai macam media sosial yang sedang digandrungi saat ini antara lain Whatsapp, Instragam, Tiktok, Facebook, Youtube, twitter dan lain-lain. Setiap media sosial memiliki karakteristik dan kegunaannya masing-masing. Sebagai contoh Instagram berguna untuk memposting hasil foto, Tik-tok berguna untuk mengunggah video berdurasi singkat, serta twitter yang berisi cuitan atau postingan yang berupa curhatan, foto, video, berita-berita yang sedang ramai diperbincangkan.

Twitter merupakan salah satu jejaring media sosial yang populer digunakan masyarakat di Indonesia. Menurut laporan Statista, terdapat 18,45 juta pengguna aplikasi yang didirikan oleh Jack Dorsey ini di Tanah Air per Januari 2022 lalu. Capaian ini menempatkan Indonesia sebagai negara pengguna Twitter terbanyak ke-5 di dunia. Amerika Serikat (AS) merupakan negara pengguna Twitter terbanyak di dunia. Tercatat, ada 76,9 juta pengguna Twitter di Negeri Paman Sam. Jepang menduduki urutan kedua dengan jumlah pengguna Twitter terbanyak yakni mencapai 58,95 juta pengguna. India dan Brasil berada di urutan ketiga dan keempat dengan masing-masing sebanyak 23,6 juta pengguna dan 19,05 juta pengguna Twitter. Adapun di Indonesia sebanyak 18,4 juta pengguna aktif Twitter. (Dixon, 2022)

Twitter merupakan media sosial yang berbasis teks digital dimana unggahan pada media sosial tersebut berupa teks. Unggahan pada Twitter biasa disebut tweet atau ciutan dalam bahasa Indonesia. Tweet pada Twitter biasanya memuat opini tentang berbagai aspek kehidupan, seperti tentang politik,

ekonomi, fenomena alam, pendidikan, hiburan, dan lain-lain (Rahutomo, 2018). Unggahan atau postingan pada Twitter berisi tentang keluhan-keluhan tentang berbagai hal. Tweet yang dapat memberi dampak atau memberi kesan kepada pengguna lain dan dapat berpotensi menjadi trending topic. Trending topic merupakan salah satu fitur dari Twitter dimana jika suatu topik dibahas oleh banyak orang maka topik tersebut akan muncul di kolom trending topic. (Arianto, 2022) untuk dapat mengetahui apa yang sedang menjadi trending biasanya pengguna twitter akan masuk kedalam fitur pencarian yang akan otomatis disuguhkan berita atau fenomena apa yang sedang hangat diperbincangkan.

Berbicara mengenai trending topic, salah satu berita yang sedang hangat diperbincangkan dalam media sosial twitter, yakni kasus Mario Dandy Satrio (20) yang diketahui telah menganiaya David (17) dirumahnya Kompleks Grand Permata, Pesanggrahan, Jakarta Selatan pada tanggal 20 Februari 2023. Buntut panjang kasus ini membuat menteri Sri Mulyani mendapatkan masalah integritas dan kepercayaan publik terhadap kementerian keuangan bagian direktorat jenderal pajak, karena ayah Mario adalah pejabat direktorat jenderal pajak yang masih aktif bertugas saat insiden tersebut terjadi. Murka Sri Mulyani pada akhirnya lebih mengerucut pada sosok bapak Mario, Rafael. Mobil Jeep Rubicon yang dipakai Mario dalam melakukan aksinya membuka kotak pandora. Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara (LHKPN) yang dimiliki Rafael Alun senilai Rp 56,1 miliar dipandang tidak selaras dengan profil pekerjaannya. Rafael Alun ayah Mario Dandy, diklarifikasi KPK karena

mempunyai harta kekayaan yang tidak sesuai dengan jabatannya sebagai eselon III di Ditjen Pajak Kemenkeu. Tak hanya itu, Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) juga menemukan ada indikasi transaksi janggal diduga terkait pencucian uang di rekening Rafael Alun. Dalam konferensi pers kemenkeu akan mengungkapkan kasus 69 pegawai kemenkeu yang disebut memiliki harta kekayaan tak wajar, serta tidak terdaftar melalui Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara (LHKPN). (Sijabat, 2023) Harta kekayaan fantastis dan tingkah laku keluarga pejabat pajak tersebut menimbulkan gelombang ajakan di kalangan masyarakat dengan munculnya hastag yang menjadi trending topic pada media social twitter yakni #percumabayarpajak.

Fenomena kekecewaan netizen terhadap ditjen pajak kemenkeu dalam media sosial twitter merupakan suatu bentuk *digital activism* atau Gerakan digital dengan media internet. (Joyce, 2010) mencoba mengartikan digital activism sebagai sebuah aktivitas atau praktek yang mendalam dan eksklusif. “mendalam” mencakup semua praktik kampanye sosial dan politik yang menggunakan infrastruktur jaringan digital dan “eksklusif” karena tidak termasuk praktek latihan di dalamnya. Adanya unsur mendalam dan eksklusif pada pengertian digital activism tersebut menjadikan digital activism dianggap sebagai terminologi yang paling tepat untuk mendiskusikan berbagai hal terkait kegiatan aktivisme yang menggunakan infrastruktur jaringan digital. Selain itu individu, organisasi, dan kelompok saling terikat oleh pandangan yang sama dan perasaan solidaritas yang menjadikan para peserta gerakan memiliki tujuan yang sama dalam suatu peristiwa tertentu, termasuk dalam konflik politik atau

budaya sebagai hasil dari perubahan sosial. Internet kemudian memberikan kemudahan bagi pelaku gerakan sosial dalam melakukan aksinya. Kemudahan-kemudahan dari menggunakan internet sebagai media dalam melakukan gerakan sosial yaitu adanya kemudahan dalam mengakses dan menemukan informasi, menyebarkan dan melaporkan informasi, hingga melakukan koordinasi. (Joyce, 2010)

Struktur jaringan dalam gerakan sosial secara digital memiliki beberapa karakteristik, yaitu; segmented, dimana digital activism membentuk beberapa kelompok yang ukurannya dapat melebar atau mengecil seiring anggota baru bergabung sedangkan yang lain keluar mengikuti ketertarikan masing-masing. Lalu polycentric, yaitu kelompok-kelompok tersebut memiliki beberapa pusat dan pemimpin (aktor) yang pengaruhnya cenderung bersifat sementara. Integrated, yaitu relasi-relasi yang ada saling terhubung melalui hubungan interpersonal antar aktor atau melalui identitas bersama dan seperangkat kepercayaan bersama. Gerakan digital #percumabayarpajak ini kemudian berkembang hingga menciptakan sebuah jaringan komunikasi kelompok yang terjadi pada media sosial Twitter. (Arianto, 2022)

Jaringan komunikasi termasuk dalam suatu metode analisis yang secara sederhana dapat menggambarkan dan menjelaskan jaringan sosial dan struktur jaringan (Eriyanto, 2014). Studi jaringan komunikasi menggambarkan relasi suatu aktor yang dapat dinyatakan dalam orang, lembaga, perusahaan, negara, dan lainnya yang mana satu dengan lainnya berada di dalam struktur sosial tertentu. Jaringan komunikasi memiliki beberapa kelebihan dalam suatu metode

yakni, (1) menggambarkan proses terbentuknya suatu peristiwa atau fenomena komunikasi; (2) dapat memperlihatkan posisi suatu aktor dan kekuatannya di dalam struktur sosial yang dapat melihat pendapat, sikap, hingga perilaku kelompok sosial dalam masyarakat; (3) dapat memperlihatkan perbandingan aktor dalam jaringan, ataupun yang berbeda dengan jaringan (Faust and Skvoretz, 2002:270-273 dalam (Eriyanto, 2014)

Analisis Jaringan Komunikasi tertarik dengan pertanyaan mengenai bagaimana struktur jaringan dan siapa aktor yang memegang peranan kunci dalam suatu jaringan. Terdapat beberapa hal yang menjadi keunikan sendiri dalam proses analisisnya. *Pertama*, jaringan komunikasi menggambarkan proses sehingga bisa menjelaskan terbentuknya fenomena atau peristiwa komunikasi. *Kedua*, studi jaringan komunikasi menekankan pada posisi aktor dan kekuatan aktor dalam struktur sosial. *Ketiga*, studi jaringan komunikasi memungkinkan kita melakukan perbandingan aktor dalam jaringan atau perbandingan antar struktur jaringan yang berbeda. *Keempat*, jaringan komunikasi tertarik dengan penggambaran perubahan fenomena atau peristiwa komunikasi.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk meneliti jaringan komunikasi mengenai #percumabayarpajak di twitter. Peneliti memilih untuk menggunakan media sosial twitter karena fasilitas *trending topic* yang dimiliki dan fitur untuk mencari sebuah topik dengan menggunakan tagar, kata maupun kalimat (Twitter sebagai kanal deteksi isu). Peneliti memilih untuk menggunakan kata #percumabayarpajak sebagai data dalam penelitian ini.

Peneliti berharap dengan menggunakan Analisis Jaringan Komunikasi dapat ditemukan interaksi yang terbentuk antar pengguna, pesan-pesan yang ramai di bicarakan mengenai topik ini, Peneliti menggunakan studi analisis jaringan sosial dengan menganalisis interaksi dalam kelompok melalui tiga level, yaitu pada level sistem jaringan yang utuh, konten media, perilaku aktor. Analisis jaringan komunikasi berbasis big data dengan mengumpulkan data yang dibutuhkan dapat diperoleh menggunakan data yang telah tersedia di bank data. Data yang diambil dari bulan Maret sampai April 2023. Penelitian ini melihat bagaimana jaringan komunikasi dari #percumabayarpajak terbentuk di dalam media sosial dan bagaimana analisis pada level jaringan utuh, konten media, dan level perilaku aktornya. Kata kunci utama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu “#percumabayarpajak”. Dengan populasi penelitian adalah semua *nodes berbahasa indonesia* yang memiliki hubungan antara kata kunci #percumabayarpajak. Analisis jaringan dilakukan untuk mengetahui siapa saja yang menjadi aktor utama dalam proses penyebaran informasi terkait #percumabayarpajak dan bagaimana relasi yang terbentuk antar aktor serta struktur komunikasi dalam sistem pada pengguna Indonesia di media sosial twitter. Pada penelitian ini menggunakan aplikasi Gephi. Gephi merupakan aplikasi sumber terbuka yang berfungsi untuk memvisualisasi graf jaringan dan berisi alat-alat untuk menganalisisnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah ditulis, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yakni bagaimana jaringan komunikasi yang terbentuk dalam proses penyebaran informasi terkait #percumabayarpajak di media sosial Twitter?

1.3 Tujuan penelitian

Untuk mengetahui bagaimana jaringan komunikasi yang terbentuk dalam proses penyebaran informasi terkait #percumabayarpajak di media sosial Twitter.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran komprehensif terhadap pemetaan jaringan komunikasi yang terbentuk dalam pembahasan mengenai suatu topik oleh pengguna media sosial twitter
- b. Peneliti berharap penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi yang menjelaskan penggunaan teori-teori komunikasi yang berkaitan dengan new media, komunikasi organisasi, analisis jaringan komunikasi, dan sekaligus dapat dijadikan kajian untuk bahan penelitian-penelitian selanjutnya.

Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini secara praktis dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait proses analisis jaringan komunikasi menggunakan aplikasi *gephi*.
- 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.