

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Dalam sebuah penelitian, kajian terhadap penelitian terdahulu yang serupa perlu dilakukan. Hal ini dilakukan agar peneliti memiliki gambaran tentang apa yang akan diteliti. Peneliti menggunakan jurnal penelitian yang menggunakan teori jaringan komunikasi sebagai acuan untuk penelitian ini. Terdapat tiga jurnal penelitian yang digunakan sebagai acuan. Yang pertama yaitu jurnal yang telah diterbitkan di portal jurnal Internasional yang ditulis oleh Catur Suratnoaji, Nurhadi, dan Irwan Dwi Arianto yang berjudul **Public Opinion on Lockdown (PSBB) Policy in Overcoming COVID-19 Pandemic In Indonesia: Analysis Based on Big Data Twitter**. Penelitian ini dipublikasikan oleh KoreaScience pada tahun 2020, yaitu jurnal dari Asia yang membahas tentang penelitian opini publik. Penelitian ini berangkat dari munculnya berbagai opini publik di sosial media Twitter tentang kebijakan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) semenjak membludaknya kasus Covid-19 di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat berbagai opini publik atas kebijakan PSBB dari pemerintah Indonesia. Para peneliti beranggapan bahwa evaluasi kebijakan publik harus mengikutsertakan opini publik untuk memperhitungkan berbagai kelemahan dari kebijakan tersebut.

Penelitian ini menggunakan data dari sosial media karena penggunaannya lebih praktis. Penelitian ini mengobservasi besaran pengguna Twitter pada kelompok tersebut, akun-akun yang berpengaruh pada kelompok tersebut, cuitan yang paling berpengaruh, hingga jaringan komunikasi yang terbentuk. Hasil dari penelitian ini yaitu terlihatnya bahwa topik PSBB ini merupakan isu yang menarik. Hal ini terlihat dari sebanyak 79,502 pengguna aktif membentuk jaringan sebanyak 133,209. Kebijakan PSBB ini mendapat berbagai macam reaksi, hal ini terlihat dari analisis isi yang memperlihatkan sebanyak 14,4 persen sentimen positif, 17,5 persen sentimen negatif, dan 67,67 persen kata yang tak terkategori. Akun-akun yang berpengaruh pada jaringan komunikasi ini yaitu akun dari Presiden RI Jokowi, media daring dari Indonesia, dan akun-akun pemerintahan. Kelemahan dari penelitian ini yaitu di analisis pada level teksnya. Kata-kata yang memiliki nilai untuk diklasifikasi sentimennya tidak disaring sehingga munculnya *uncategorized words*. Pada penelitian teks untuk melihat sentimen, terdapat proses untuk memodifikasi data agar dapat digunakan. Proses tersebut yaitu *preprocessing data*, yaitu proses dimana data yang akan digunakan dibersihkan dan dipilah agar bisa digunakan (Buntoro, 2017).

Penelitian terdahulu kedua menggunakan jurnal penelitian berjudul **ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PERCAKAPAN #TETAPDUKUNGPSBB DI TWITTER PADA PENERAPAN PSBB KEDUA DKI JAKARTA** yang dipublikasikan oleh Jurnal Spektrum

Komunikasi. Penelitian ini ditulis oleh Priscilla Anestha dan Ahmad Fatoni pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis jaringan sosial. Topik yang diteliti yaitu jaringan sosial tweet dengan tagar #TetapDukungPSBB yang dianalisa dengan bantuan alat-alat di website *netlytic.com*. Penelitian ini berhasil mendapatkan data sejumlah 1000 tweets yang diambil dalam kurun waktu 1 September 2020 hingga 14 September 2020. Hasil dari penelitian ini yaitu tweet dengan tagar #TetapDukungPSBB ini memiliki diameter sebesar 16 dengan *feedback* (timbalbalik) yang rendah. Terdapat 5 aktor penting dalam jaringan ini, yaitu akun-akun dalam jaringan ini yang memiliki nilai *betweenness centrality* paling tinggi. Penelitian ini menggunakan data yang sedikit, yaitu hanya 1000 data karena terbatas oleh fitur dari alat website netlytic tersebut. Pembatasan seperti ini juga sama seperti yang ada pada aplikasi NodeXL, dimana para pengguna reguler hanya bisa mendapat tweet sebanyak 2500.

Lalu penelitian acuan yang ketiga adalah jurnal penelitian yang berjudul **GERAKAN OPINI DIGITAL #INDONESIATERSERAH PADA MEDIA SOSIAL TWITTER DI MASA PANDEMI COVID-19** yang ditulis oleh Fajar Rizali Rakhman, Rizky Wulan Ramadhani, Ahmad Fatoni dan diterbitkan pada tahun 2021. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *hashtag* #Indonesiaterserah digunakan sebagai sikap kekecewaan warganet pada pemerintah dan masyarakat terkait penanganan pandemi Covid-19. Tujuan peneliti melakukan penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana opini jaringan kelompok #IndonesiaTerserah di masa

pandemi. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method*, yaitu gabungan dari kualitatif dan kuantitatif menggunakan *netlytic* dan aplikasi statistik Gephi. Data yang diteliti terdapat 2000 *tweet*, 779 aktor, dan 863 relasi. *Digital Movement of Opinion* (DMO) digunakan untuk menganalisa data secara kualitatif. DMO adalah sebuah gerakan dalam media digital (media sosial) yang menciptakan jaringan virtual antar pengguna secara spontan dengan mengomentari sebuah permasalahan yang ada (Rakhman, Ramadhani, & Fathoni, 2021). Penelitian ini menunjukkan adanya pergerakan pendapat dengan peran para aktor yaitu @radioelshintia, @cnnindonesia (aktor populer), @ridwanhr (aktor perantara), @donadam68, @reiza\_patters, @toperendusara1, @bangariza, dan @kholil (aktor penting). Pada jaringan komunikasi #indonesiaterserah ini, kekecewaan warganet ditujukan pada masyarakat yang kurang sadar akan pentingnya menekan angka persebaran covid-19 sebesar 32%, kepada pemerintah selaku pembuat kebijakan sebesar 21%, dan pada keduanya sebesar 11%. Penggunaan hashtag dimaknai secara luas dan berbeda sebesar 36%.

Ketiga penelitian terdahulu diatas membahas tentang bagaimana publik merespon kebijakan yang dibuat oleh pemerintah di media sosial Twitter. Perbedaan ketiga penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada obyek penelitiannya. Topik yang diangkat pada penelitian ini adalah respon masyarakat pada program pemerintah terkait penyelesaian masalah guru honorer. Selain itu alat yang digunakan pada penelitian ini adalah

gephi yang digunakan untuk memvisualisasi dan menghitung statistik dari jaringan komunikasi kelompok yang didapat dan Rstudio untuk membantu menganalisis pada level teks dari data yang telah didapat.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1. Teknologi komunikasi**

Teknologi komunikasi tengah mengalami perkembangan yang pesat pada abad ke 20 ini. Hal ini ditandai dengan adanya perangkat yang terhubung ke internet menjadi pendamping dalam kehidupan sehari-hari manusia. Perkembangan ini mengakibatkan pesan khalayak lebih interaktif. Manovich memperjelas bahwa konsep dari interaktif tersebut menjadikan batasan-batasan fisik maupun sosial menjadi kabur (Nasrullah, 2014). Teknologi komunikasi itu sendiri adalah media pengetahuan dan keterampilan yang digunakan untuk mengalirkan informasi atau pesan dengan maksud untuk membantu menyelesaikan permasalahan manusia dalam konteks aktivitas sosial agar tujuan komunikasi tercapai (Setiawan, 2017).

Perkembangan teknologi komunikasi ini menyebabkan munculnya tiga pola pandang, yaitu *utopian*, *dystopian*, dan *technorealism* (Nasrullah, 2014). Ketiga pola pandang tersebut melihat bagaimana teknologi komunikasi memengaruhi beragam aspek kehidupan masyarakat, komunitas, hingga individu dan bagaimana mereka berinteraksi. Dalam pandangan *utopian*, perkembangan teknologi komunikasi memberi dampak kaburnya sekat atau tingkatan dalam

kehidupan manusia. Contoh dari pola pandangan ini yaitu semakin mudahnya berinteraksi dengan manusia yang lainnya tanpa terhalang jarak dan waktu menggunakan teknologi *handphone*. Hal ini nantinya dapat menyebabkan pola atau budaya baru dalam berinteraksi antara manusia, terlepas dari status sosial atau ekonominya. Berkebalikan dengan *utopian* yang menerima teknologi komunikasi dengan terbuka, *dystopian* memandang teknologi komunikasi dengan sangat hati-hati. Hal ini dikarenakan pola pandang ini menyatakan bahwa tatanan masyarakat menjadi terisolasi interaksinya serta telah terfragmentasi karena adanya interaksi yang tidak langsung dan termediasi oleh teknologi komunikasi.

Yang terakhir yaitu pandangan *technorealism*. Pandangan ini beranggapan bahwa teknologi komunikasi memang memberi dampak pada aspek sosial-politik, namun teknologi tersebut juga tidak selalu mendeterminasi atau mengubah secara total. Hal ini kemudian memunculkan dua prinsip, yaitu “*technologies are not neutral*” dan “*the internet is revolutionary, but not Utopian*”. Tiga pola pandang ini kemudian menjadi pondasi dalam melihat teknologi komunikasi saat ini.

### **2.2.2. Media Sosial**

Media sosial merupakan salah satu produk dari perkembangan teknologi saat ini. Media sosial, sesuai dengan namanya, adalah alat atau perangkat yang terhubung secara daring

yang digunakan untuk melakukan interaksi sosial dimanapun dan kapanpun. Menurut Mieke dan Young (Permassanty, 2018), media sosial adalah gabungan antara komunikasi personal yang saling berbagi antar individu. Terdapat beberapa karakteristik dari media sosial menurut Nasrullah (Johan, 2018), antara lain :

1. Jaringan (*network*), yang merupakan penghubung antar perangkat yang digunakan
2. Informasi. Dalam setiap penggunaannya, media sosial secara konstan memproduksi dan mendistribusi berbagai informasi yang diunggah oleh penggunanya. Hal ini menyebabkan media sosial menjadi wadah untuk bertukar informasi.
3. Asip (*archive*), menjelaskan bahwa setiap informasi yang mengalir dalam media sosial tersimpan di dalamnya. Setiap informasi atau data yang terunggah di media sosial tidak serta-merta menghilang begitu saja bahkan dalam hitungan tahun.
4. Adanya interaksi di dalamnya. Prinsip paling mendasar dari media sosial adalah interaksi sosial yang termediasi, jadi tentu saja akan ada suatu interaksi yang terjadi dalam media sosial tersebut.

Nasrullah kemudian mengkategorisasi media sosial ke dalam enam kategori besar (Puspitarini & Nuraeni, 2019), yaitu :

1. *Social networking* yaitu media sosial yang digunakan untuk berinteraksi sosial secara daring. Ciri utama dari media sosial ini yaitu terbentuknya jaringan pertemanan baru yang berdasarkan pada ketertarikan yang sama. Contoh dari media sosial ini yaitu *instagram* dan *facebook*.
2. *Blog* yaitu media sosial yang mewadahi penggunanya untuk mengunggah kegiatannya sehari-hari atau memberi komentar pada unggahan pengguna lain.
3. *Microblogging* yang merupakan versi pendek dari *blog*. Kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada hadirnya *Twitter* yang unggahannya dibatasi hanya sampai 140 karakter saja pada tahun 2015, namun pada tahun 2021 batasannya telah meningkat hingga 280 karakter per unggahan..
4. *Media sharing* yaitu media sosial yang unggahan-unggaahannya berupa dokumen dan media seperti video, audio, atau foto. Contoh dari media sosial ini yaitu Youtube
5. *Social Bookmarking* atau penanda sosial merupakan media sosial yang berfokus pada organisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari suatu informasi. Contoh dari media sosail ini yaitu [reddit.com](https://www.reddit.com) dan [github.com](https://github.com)
6. *Wiki*; merupakan sebuah situs yang menyediakan konten yang merupakan hasil dari kolaborasi dari penggunanya.

### 2.2.3. Twitter

Twitter, sesuai dengan jenis media sosialnya, yaitu media sosial yang unggahannya berbentuk teks dan berisi tentang keseharian dan atau pendapat pribadi dari penggunanya. Berdasarkan data dari hoosuite.com, sebuah situs yang berspesialisasi pada media sosial, Twitter memiliki sebanyak 330 juta pengguna aktif pada kuartal ke empat tahun 2020. Salah satu negara dengan pengguna Twitter terbanyak adalah Indonesia. Pada tahun 2020, Twitter menjadi media sosial nomor lima yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dibawah Instagram (katadata.co.id) dengan presentase sebesar 56% pengguna internet di Indonesia mengakses Twitter.

Berbeda dengan Facebook dan instagram, Twitter lebih berfokus sebagai media untuk berbagi atau berpendapat tentang suatu hal atau topik oleh penggunanya. Lalu, jika suatu topik menjadi sangat banyak dibicarakan oleh banyak pengguna lainnya maka topik tersebut akan menjadi *trending topic* yang merupakan salah satu fitur yang ada di Twitter.

Fitur lain yang terdapat pada media sosial ini yaitu :

1. Tweet

Fitur ini merupakan fitur utama dari media sosial Twitter. Fitur ini digunakan untuk menulis atau mengunggah sesuatu di Twitter.

2. Retweet

Retweet merupakan sebuah fitur dimana pengguna dapat mengirim ulang tweet dari seseorang maupun tweet dari dirinya sendiri. Saat ini fitur retweet banyak digunakan untuk menunjukkan sikap setuju atau membenarkan tweet yang diretweet.

3. Follow

Fitur ini digunakan jika seorang pengguna ingin mengikuti unggahan-unggahan dari suatu pengguna yang lain.

4. Favourite

Fitur ini merupakan fitur untuk menandai tweet-tweet yang dipilih agar dapat dibaca lagi nantinya.

5. Hashtag

*Hashtag* atau tagar biasanya dicantumkan pada sebuah tweet sebagai penanda mengikuti topik dari tagar tersebut. Semakin banyak tweet yang menggunakan tagar yang sama, maka tagar tersebut akan dapat mudah dikenali oleh para pengguna lainnya.

Fitur-fitur yang tersedia di media sosial Twitter ini memungkinkan para penggunanya untuk saling berinteraksi,

terlepas dari adanya hubungan secara langsung maupun tidak. Hal ini menjadikan pola komunikasi yang ada di media sosial Twitter ini menjadi *many-to-many* dan *few-to-few* yang berbeda dengan media konvensional dengan pola *one-to-many* (seperti buku, radio, dan tv) dan *one-to-one* (surat dan telepon) (Nasrullah, 2014).

#### **2.2.4. Digital Activism**

Fenomena warganet melawan polisi dalam media sosial Twitter ini menjadi salah satu gerakan digital (digital activism) yang dilakukan oleh warganet untuk melakukan aksi yang termediasi oleh internet. Gerakan digital berangkat dari sebuah konsep gerakan sosial yang menggunakan media digital dalam pengerjaannya. Mary (2010) dalam bukunya yang berjudul *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*, menjelaskan bahwa gerakan sosial adalah: gerakan yang dibuat oleh jaringan-jaringan dari interaksi informal para aktor yang bisa berupa individu, organisasi, dan kelompok; 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 (Joyce et al., 2010). Kemudahan-kemudahan dari menggunakan internet sebagai media dalam melakukan gerakan sosial yaitu :

1. Adanya kemudahan dalam mengakses dan menemukan informasi. Internet menyediakan akses untuk publikasi dan alat-alat dan media untuk memonitor dan membagikan informasi. Internet juga memberikan kesempatan untuk mencari informasi yang biasanya dibatasi.
2. Menyebarkan dan melaporkan informasi. Selain menyediakan media untuk mencari informasi, internet juga membantu kegiatan aktivis untuk menyebarkan dan melaporkan informasi. Hal ini bisa dilihat dari adanya situs-situs blogging dan *micro-blogging* yang saat ini banyak digunakan, seperti Twitter. Para aktivis juga dapat lebih menghemat biaya dengan menggunakan media tersebut.
3. Melakukan koordinasi. Internet menawarkan sebuah wadah bagi para aktivis dalam melakukan kegiatannya untuk berkoordinasi. Wadah-wadah tersebut memberikan akses untuk saling bertukar pikiran mengenai suatu isu dan mengkoordinasikan gerakan digital. Wadah tersebut dapat berupa grup Facebook, Twitter, hingga pertemuan tatap-muka menggunakan Skype ataupun Google Meet.

Struktur jaringan dalam gerakan sosial secara digital memiliki beberapa karakteristik, yaitu;

- i. *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.
- ii. *Polycentric*, yaitu kelompok-kelompok tersebut memiliki beberapa pusat dan pemimpin (aktor) yang pengaruhnya cenderung bersifat sementara.
- iii. *Integrated*, yaitu relasi-relasi yang ada saling terhubung melalui hubungan interpersonal antar aktor atau melalui identitas bersama dan seperangkat kepercayaan bersama. Gerakan digital #percumalaporpolisi ini kemudian berkembang hingga menciptakan sebuah jaringan komunikasi kelompok yang terjadi pada media sosial Twitter.

Fenomena #percumalaporpolisi ini menjadi salah satu gerakan digital yang masif terjadi di media sosial Twitter. Anggota gerakan digital #percumalaporpolisi ini kemudian saling berinteraksi hingga menciptakan jaringan relasi komunikasi yang terjadi pada media sosial Twitter.

#### **2.2.5. Teori Jaringan Sosial**

Teori jaringan oleh Barry Wellman menjelaskan hubungan-hubungan sosial yang terjadi pada masyarakat yang

menghubungkan tiap aktor sehingga membentuk suatu jaringan (Sulistiawati, 2018). Sebelum sekumpulan individu dapat disebut sebagai sebuah jaringan, mereka terlebih dahulu harus sudah berinteraksi. Interaksi sosial dapat diartikan sebagai “*the mutual and reciprocal influencing by two or more people of each other’s behaviour*”, sehingga harus ada dua aspek yang harus dipenuhi agar tercipta interaksi sosial yaitu kontak sosial dan komunikasi (Wahyudi & Sasongko, 2019). Interaksi yang terjadi pada tiap aktor akan membentuk suatu jaring yang menghubungkan antar aktor dan jika jaring yang tercipta melalui banyak aktor akan terlihat seperti sebuah jaringan (*network*). Aktor disini tidak hanya dapat berupa individu, namun juga kelompok atau instansi karena fokus dari teori ini yaitu hubungan yang terjadi pada struktur mikro hingga makro.

Menurut Wellman (Rahman, Baidhowi, & Agnesia, 2015), terdapat beberapa prinsip yang logis pada teori jaringan ini, yaitu :

1. Kadar atau intensitas ikatan antar aktor biasanya simteris
2. Ikatan individu dianalisis dalam konteks struktur jaringan yang lebih luas
3. Adanya hubungan silang antar kelompok jaringan
4. Jaringan bersifat transitif. Jika X memiliki hubungan dengan Y dan Y memiliki hubungan dengan Z, maka sangat memungkinkan adanya hubungan antara X dan Z.

5. Adanya ikatan asimetris dalam sistem jaringan yang mengakibatkan adanya distribusi sumber daya yang terbatas tidak merata
6. Dengan adanya distribusi yang timpang dari sumber daya yang terbatas menimbulkan entah itu kerja sama maupun kompetisi. Beberapa kelompok akan bergabung untuk mendapatkan sumber daya yang terbatas itu dengan kerja sama, sedangkan kelompok lain bersaing dan memperebutkannya.

Teori ini melihat bagaimana interaksi masyarakat dapat membentuk suatu jaringan (*network*) sehingga dapat terlihat bagaimana keterikatan para aktornya (*connectedness*).

#### **2.2.6. Analisis Jaringan Komunikasi**

Analisis jaringan komunikasi menitikberatkan pada relasi para aktor dalam suatu kumpulan interaksi. Aktor tersebut dapat berupa individu maupun lembaga. Eriyanto menjelaskan jaringan komunikasi merupakan metode analisis yang secara sederhana dapat menggambarkan dan menjelaskan jaringan sosial dan struktur jaringan (Rakhman et al., 2021). Lebih lanjut, Eriyanto dalam bukunya menjelaskan terdapat beberapa kelebihan analisis jaringan komunikasi sebagai suatu metode, yaitu metode ini dapat menggambarkan proses suatu peristiwa atau fenomena komunikasi terbentuk. Lalu metode ini dapat memperlihatkan posisi suatu aktor dan pengaruhnya dalam struktur sosial yang dapat melihat pendapat,

sikap, hingga perilaku kelompok sosial dalam masyarakat. Yang terakhir yaitu metode ini dapat memperlihatkan perbandingan aktor dalam maupun luar jaringan.

#### **2.2.6.1 Konsep Dasar**

Terdapat beberapa istilah-istilah atau konsep dasar yang melekat pada setiap penelitian jaringan ini (Eriyanto, 2014), yaitu :

##### **a. Node & Edge**

Node merupakan istilah yang merujuk pada aktor dalam sebuah jaringan. Aktor tidak hanya dapat berupa seorang individu, namun juga dapat mewakili organisasi, institusi, perusahaan, dan sebagainya. Sementara edge merupakan istilah untuk interaksi yang terjadi diantara dua node atau lebih. Node digambarkan sebagai sebuah titik dalam sebuah jaringan komunikasi, sedangkan edge diwakili oleh gambar garis. Jika tidak terdapat sebuah garis yang menghubungkan sebuah node maka node tersebut tidak memiliki interaksi sama sekali (*isolate*).

##### **b. Tipe Relasi**

Terdapat beberapa jenis relasi yang terjadi pada antar aktor dalam sebuah jaringan.

###### *1. One Mode vs Two Mode*

Jenis relasi ini membedakan relasi yang terjadi berdasarkan tipe aktornya. Tipe One Mode merupakan jaringan yang terjadi jika aktor yang saling berinteraksi memiliki tipe yang sama, sebagai contoh yaitu jika aktor yang saling berinteraksi sama-sama merupakan sebuah lembaga maka tipe relasi tersebut yaitu one mode. Namun jika salah satu aktor dalam relasinya merupakan sebuah individu maka tipe relasinya yaitu two mode.

## 2. *Directed vs Undirected*

Tipe relasi ini melihat arah dari interaksi antar aktor. Pada relasi directed, arah interaksi pada tiap aktor terlihat jelas pengirim dan penerimanya. Namun pada jaringan undirected tidak dapat diketahui siapa yang merupakan pengirim dan siapa penerima.

## 3. *Simetris vs Asimetris*

Tipe relasi ini memiliki konsep yang sama dengan tipe *directed-undirected*. Relasi simetris merupakan tipe relasi dua arah yang dimana para aktornya memiliki peran yang sama. Jika salah satu aktor dihilangkan maka tidak akan ada interaksi yang terjadi. Namun relasi Asimetris berjalan

sebaliknya. Interaksi yang terjadi hanya satu arah dan jika komunikasi tidak ada maka tetap akan ada komunikasi yang terjadi (komunikasi kelompok).

#### 4. *Valued & Unvalued*

Jenis relasi ini membedakan relasi berdasarkan intensitas relasinya. Jika dalam sebuah jaringan diperlihatkan jumlah interaksi yang terjadi antar aktor maka relasi tersebut memiliki nilai (valued), namun jika tidak diperlihatkan, maka interaksi yang terjadi tidak memiliki nilai (Unvalued).

#### c. Struktur Jaringan

##### 1) Komponen

Komponen merupakan pengelompokan para aktor yang setidaknya memiliki satu relasi dalam jaringan. Jika suatu aktor memiliki setidaknya satu saja relasi terhadap aktor lain sehingga membentuk suatu sekelompok aktor yang berinteraksi maka aktor tersebut merupakan bagian dari komponen itu.

##### 2) Klik

Klik merupakan bagian yang lebih rekat daripada komponen. Untuk dapat bergabung pada suatu klik,

suatu aktor harus memiliki interaksi dengan semua anggota klik.

3) Bridges

Bridges merupakan relasi yang terjadi pada dua aktor berbeda kelompok sehingga saling menghubungkan dua kelompok yang berbeda tersebut.

4) Hubs

Hubs merujuk pada suatu aktor yang memiliki relasi paling banyak dalam jaringan. Hubs kadang juga disebut sebagai *degree centrality*

5) Cutpoint

Cutpoint merupakan node yang berada diantara para aktor lainnya dalam sebuah kelompok. Jika aktor tersebut tidak ada maka aktor lain dalam kelompok akan terpecah. Biasanya aktor yang menjadi Cutpoint memiliki *betweenness centrality* yang paling tinggi.

6) Pemencil (Isolate)

Isolate merupakan aktor mandiri yang tidak tergabung pada kelompok manapun dalam sebuah jaringan

### 2.2.6.2 Analisis Konten Media

Analisis pada level ini bertujuan untuk melakukan evaluasi kesuksesan sebuah akun, negara, pemerintah, ataupun simbol-simbol dalam sosial media. Aspek-aspek yang diperhatikan dalam level analisis ini yaitu (Smith, 2011) :

- a. *Reach* yaitu matriks yang mengukur jangkauan sebuah akun terhadap audiens. Yang menjadi indikator dalam matriks ini yaitu total *followers*, *views*, dan informasi mengenai demografi audiens untuk mengukur jangkauan.
- b. *Engagement* digunakan untuk mengukur seberapa aktif suatu akun dalam membuat konten sosial media dan seberapa banyak umpan-baliknya. Matriks ini diukur melalui tiga aspek, yaitu *conversation*, *amplification*, dan *applause*.
- c. *Virality*. Pada pengukuran ini peneliti melihat keberhasilan suatu pesan atau konten dengan topik tertentu yang dikelompokkan dalam hashtag yang sama. Yang menjadi indikator dalam pengukuran ini yaitu jumlah pengguna yang menggunakan tagar tersebut.

### **2.2.6.3 Analisis Perilaku Aktor**

Pada level analisis ini peneliti melihat bagaimana opini yang beredar mengenai suatu topik atau isu. Terdapat tiga

indikasi penilaian sentimen pada suatu topik, yaitu sentimen positif, negatif, dan netral (Suratnoaji & Arianto, 2021:157)

#### **2.2.6.4 Analisis Jaringan**

Level ini menjelaskan jaringan secara keseluruhan. Analisis pada level ini lebih melihat ke bagaimana sentralitas aktor, clustering, dan karakteristik & struktur dari jaringan. Ukuran yang dipakai dalam analisis jaringan adalah sentralitas, hal ini merujuk pada seberapa sentral aktor dalam suatu jaringan. Ada empat ukuran sentralitas yang digunakan, yaitu sentralitas tingkatan (*degree centrality*), sentralitas kedekatan (*closeness centrality*), sentralitas keberantaraan (*betweenness centrality*), dan eigenvektor (*eigenvector*). Sentralitas tingkatan memperlihatkan seberapa banyak relasi yang dimiliki oleh suatu node. Sentralitas kedekatan menggambarkan seberapa dekat suatu aktor dengan aktor lain dalam jaringannya. Kedekatan ini diukur dari berapa *path* yang dilalui seorang aktor agar dapat berinteraksi dengan aktor lainnya. sentralitas keberantaraan yaitu sentralitas yang memperlihatkan posisi seorang aktor sebagai seorang perantara antara aktor lainnya. aktor yang memiliki sentralitas keberantaraan yang tinggi akan memiliki kekuasaan yang besar karena aktor ini

berhubungan dengan kontrol dan manipulasi informasi. Lalu yang terakhir yaitu eigenvektor, yaitu sentralitas yang berhubungan dengan tingkat kepopuleran seorang aktor. Sentralitas ini tidak berbicara tentang seberapa banyak orang yang dia kenal, namun siapa yang dia kenal (Eriyanto, 2014).

Analisis jaringan komunikasi ini tidak hanya digunakan untuk melihat interaksi para aktor dalam dunia nyata, namun juga dapat diaplikasikan pada interaksi di dunia maya (virtual) yang terjadi di media sosial. Untuk melakukan itu, peneliti membutuhkan alat dan perangkat yang dapat mendukungnya. Contoh perangkat yang dapat digunakan untuk melihat interaksi yang terjadi di media sosial yaitu Gephi.

### **2.2.7 Gephi**

Gephi merupakan salah satu alat sumber-terbuka yang diciptakan untuk membantu menganalisa sebuah data jaringan sebagaimana para pengguna mencoba untuk memahami relasi-relasi antara sekelompok orang atau institusi atau fenomena tentang relasi lainnya. Aplikasi ini menyediakan berbagai alat untuk mendukung sebuah penelitian tentang jaringan komunikasi. Gephi membantu analisis data untuk mengungkap pola-pola, trend, dan cerita yang ada di balik data tersebut. Alat ini mengkombinasikan berbagai *plugin*

untuk mengeksplor, analisa, spalisasi, menyaring, mengelompokkan, memanipulasi semua tipe jaringan.

Terdapat 3 bagian pada tampilan utamanya, bagian-bagian tersebut yaitu :

(a) Data Laboratory

Pada bagian ini pengguna akan melihat data-data yang sudah diimpor ke Gephi. Pada bagian ini pengguna dapat melihat rincian data yang telah diimpor.

(b) Overview

Pengguna dapat melihat Data yang sudah diimpor seperti titik-titik dan garis (node & edges) yang membentuk suatu jaringan. Berbagai fungsi untuk memanipulasi data tersebut ada di bagian ini seperti perhitungan sentralitas, kepadatan jaringan, dan sebagainya.

(c) Preview

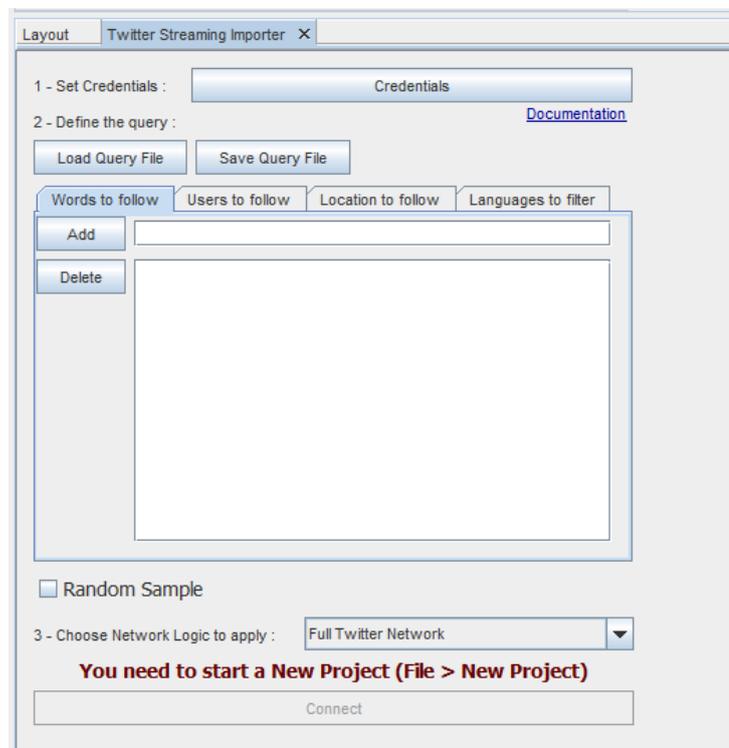
Pada bagian preview ini pengguna dapat mengatur bentuk dari graf jaringan yang diperoleh di bagian overview. Kostumisasi tampilan graf yang dapat dilakukan disini meliputi tampilan node, label tiap node hingga garis edge. Setelah melakukan kostumisasi, pengguna dapat menyimpan hasil visualisasi graf ke dalam bentuk png atau svg atau pdf.

Untuk dapat melakukan visualisasi sebuah jaringan pengguna terlebih dahulu harus mengimpor data untuk divisualisasi. Terdapat

berbagai cara untuk melakukan impor data, mulai dari impor *spreadsheet*, *MySQL import*, ataupun *CSV import*. Aplikasi ini bahkan menyediakan *plugin* dimana pengguna dapat mengambil data secara langsung dari internet (Twitter) menggunakan *Twitterstreamingimporter*.

### 2.2.6.1. *Twitterstreamingimporter*

Plugin ini menghubungkan Gephi ke *Twitter Streaming API*, yaitu sebuah basis data dari Twitter dimana pengguna dapat mendapatkan data-data atau tweet-tweet, dan menyajikannya sebagai graf.



**Gambar 2.1** *plugin twitterstreamingimporter* pada Gephi

Plugin ini dapat menyajikan sebuah graf dengan dua cara, pertama yaitu dengan menyajikan graf dengan data jaringan yang penuh. Data yang akan disajikan pada graf ini meliputi pengguna, tweet, hashtag, *urls*, hingga media yang telah didapat. Cara yang kedua yaitu graf yang menyajikan data dari pengguna ke pengguna saja.

Untuk dapat menggunakan plugin ini pengguna terlebih dahulu harus menyediakan koneksi internet dan kunci API dari Twitter. Untuk mendapatkan kunci API ini pengguna harus mengirimkan formulir permintaan ke pengembang App Twitter.

### **2.2.8 Kerangka Berpikir**

