

**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PADA ISU ADAKAMI  
DI *PLATFORM* MEDIA SOSIAL TWITTER (X)**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**SYAHRIAN NAUFAL ALFARIZY**

**NPM 20043010079**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2023**

**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PADA ISU ADAKAMI  
DI PLATFORM MEDIA SOSIAL TWITTER (X)**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**SYAHRIAN NAUFAL ALFARIZY**

**NPM 20043010079**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PADA ISU ADAKAMI DI**  
***PLATFORM MEDIA SOSIAL TWITTER (X)***

Disusun oleh:


Syahrian Naufal Alfarizy  
NPM. 20043010079

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui  
**PEMBIMBING**

  
**Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos., M.I.Kom.**  
NIP. 197602082021211003

Mengetahui  
**DEKAN FISIP**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.**  
NIP. 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PADA ISU ADAKAMI DI PLATFORM MEDIA SOSIAL TWITTER (X)**

Oleh:

**Syahrian Naufal Alfarizy**  
**NPM. 20043010079**

**Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Pada tanggal 28 Mei 2024**

**PEMBIMBING UTAMA**

**TIM PENGUJI**

**Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos., M.I.Kom.**  
**NIP. 197602082021211003**

**Dr. Yuli Candrasari, M.Si.**  
**NIP. 197107302021212003**

**Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos., M.I.Kom.**  
**NIP. 197602082021211003**

**Drs. Saifudin Zuhri, M.Si.**  
**NIP. 197006122021211002**

**Mengetahui,  
DEKAN FISIP**

**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.**  
**NIP. 196804182021211006**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syahrian Naufal Alfarizy  
NPM : 20043010079  
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Analisis Jaringan Komunikasi pada Isu Adakami di Platform Media Sosial Twitter (X)

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 Mei 2024

Yang Menyatakan



Syahrian Naufal Alfarizy

## KATA PENGANTAR

Pertama, peneliti mengucapkan rasa puji dan syukur kepada Allah SWT sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penelitian ini. Penelitian berikut tidak dapat diselesaikan bila tidak ada bantuan serta dukungan beragam pihak kepada peneliti. Dengan itu, peneliti hendak menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Irwan Dwi Arianto selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dalam tiap tahapan pengerjaan penelitian.

Tidak lupa, peneliti juga ucapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada teman dan rekan sejawat yang saling memberikan dukungan semasa proses bimbingan dan pengerjaan penelitian ini. Dukungan tanpa henti juga turut diberikan oleh orang tua dan saudara, sehingga peneliti juga sangat berterima kasih atas segala bentuk dukungan tersebut.

Penelitian yang berjudul “**Analisis Jaringan Komunikasi Pada Isu Adakami Di Platform Media Sosial Twitter (X)**” tidak mudah untuk dilakukan, terlebih pada masa yang begitu dinamis ini. Meski demikian, peneliti berusaha untuk dapat melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui seberapa luas, terhubung, dan dalamnya jaringan komunikasi yang terbentuk pada *platform* Twitter (X) pada isu Adakami.

Peneliti menyadari bahwa penelitian berikut tidak dapat selesai tanpa adanya bentuk dukungan, bimbingan, serta nasihat dari beragam pihak selama penelitian ini disusun. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang

sebesar-besarnya kepada para pihak yang terlibat dalam penyusunan penelitian ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing, membantu, dan mengarahkan penulis dalam penyusunan penelitian ini.
4. Kedua orang tua saya (Ibu Ni Nyoman Ratna Santi Komala Puri Kondera dan Bapak Anas Muhsinun Joko Santoso), sahabat, dan rekan sejawat peneliti yang memberi dukungan tanpa henti selama penyusunan penelitian ini berlangsung.

Apabila dalam penulisan penelitian ini terdapat beberapa kesalahan baik dari segi teknis maupun isi, peneliti menghaturkan permohonan maaf. Besar harapan penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi bagi studi terkait dan dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Surabaya, 22 Desember 2023

Syahrin Naufal Alfarizy

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	16
1.3. Tujuan Penelitian .....	17
1.4. Manfaat Penelitian .....	17
1.4.1. Manfaat Akademis .....	17
1.4.2. Manfaat Praktis .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>19</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	19
2.2. Landasan Teori .....	26
2.2.1. Media Sosial dan Twitter (X) .....	26
2.2.2. Aktivisme Digital .....	34
2.2.3. Opini Publik .....	36
2.2.4. Digital Movement of Opinion (DMO) .....	38
2.2.5. Teori Graf .....	40
2.3. Kerangka Berpikir .....	58
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>60</b>
3.1. Metode dan Jenis Penelitian .....	60
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	62
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian .....	64
3.3.1. Populasi dan Sampel Penelitian .....	64
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	67
3.4. Analisis Data .....	68
3.4.1. Aspek Pengukuran Struktur Jaringan .....	68
3.4.2. Aspek Pengukuran Aktor .....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>73</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	73
4.2. Penyajian dan Analisis Data .....	76
4.2.1. Data Jaringan .....	76
4.2.2. Data Time Series .....	79
4.2.3. Data Nilai Jaringan .....	80
4.2.4. Data Clustering .....	85
4.2.5. Data Sentralitas Aktor .....	93
4.3. Pembahasan .....	101
4.3.1. Sifat Spontan dan Tidak Terorganisir .....	102



4.3.2. Topik Berusia Pendek dan Tidak Bertahan Lama .....	106
4.3.3. Opini Bersifat Homogen .....	111
4.3.4. Melibatkan Banyak Kelompok Lintas Sektoral .....	119
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>128</b>
5.1. Kesimpulan.....	128
5.2. Saran.....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>133</b>
<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>141</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>143</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>146</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik tren pencarian “Adakami” menurut Google Trends .....	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2.2 Pengukuran <i>Social Network Analysis</i> untuk menilai DMO .....	54
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional dan Variabel.....	63
Tabel 4.1 Pergerakan Tren Topik “Adakami” .....	74
Tabel 4.2 Jumlah relasi jaringan pengguna Twitter (X) isu Adakami .....	78
Tabel 4.3 <i>Time Series</i> pergerakan opini pada jaringan komunikasi Adakami.....	79
Tabel 4.4 Metrik pada level jaringan komunikasi Adakami di Twitter (X) .....	80
Tabel 4.5 <i>Top Word Pairs</i> kelompok kluster jaringan komunikasi Adakami.....	89
Tabel 4.6 Top Words kluster jaringan komunikasi Adakami .....	93
Tabel 4.7 Peringkat <i>Vertex</i> (pengguna) tertinggi berdasarkan nilai <i>Betweenness Centrality</i> tertinggi.....	94
Tabel 4.8 Peringkat <i>Vertex</i> tertinggi nilai Out-Degree tertinggi .....	96
Tabel 4.9 Peringkat <i>Vertex</i> berdasarkan nilai <i>Closeness Centrality</i> .....	96
Tabel 4.10 Peringkat <i>Vertex</i> berdasarkan nilai <i>Degree Centrality</i> .....	97
Tabel 4.11 Vertex peringkat tertinggi berdasarkan Sentralitas Aktor.....	99
Tabel 4.12 Persebaran aktor aktivitas tertinggi di kluster .....	101
Tabel 4.13 Cuitan (Tweet) yang tergolong sebagai <i>Top Tweet</i> pada jaringan komunikasi Adakami.....	105
Tabel 4.14 <i>Top Word Pairs</i> pada jaringan komunikasi Adakami .....	113
Tabel 4.15 <i>Top Words</i> pada jaringan komunikasi Adakami .....	114
Tabel 4.16 Tabel Word Count dalam jaringan komunikasi Adakami.....	117
Tabel 4.17 Contoh Tweet pengguna dengan nilai sentimen.....	119
Tabel 4.18 Persebaran aktor-aktor yang terdapat pada jaringan komunikasi Adakami berdasarkan jumlah <i>reply</i> pada akun yang dituju, <i>mention</i> , dan akun dengan cuitan terbanyak.....	121
Tabel 4.19 Jumlah interaksi yang didapatkan 3 akun <i>Top Replied-To</i> teratas dalam jaringan komunikasi Adakami.....	124

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Screenshot pengakuan korban teror <i>debt collector</i> Adakami.....	11
Gambar 1.2 Screenshot pesan SMS teror dari debt collector Adakami .....	12
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian .....	58
Gambar 4.1 Laman web utama Adakami .....	73
Gambar 4.2 <i>Screenshot Trending Topic Twitter</i> pada 21 September 2023 .....	75
Gambar 4.3 Data yang tidak relevan dengan penelitian .....	76
Gambar 4.4 Data berganda yang belum dilakukan <i>Merge Duplicate</i> .....	77
Gambar 4.5 Jaringan komunikasi Adakami di <i>platform</i> media sosial Twitter (X) beserta klusternya.....	83
Gambar 4.6 Jaringan komunikasi Adakami dengan akun <i>Top Replied-To</i> pada masing-masing kluster .....	85
Gambar 4.7 Cuitan otomatis akun @AdakamiOfficial yang merespon langsung <i>reply</i> warganet .....	95
Gambar 4.8 Aktivitas <i>mentions</i> akun @AdakamiOfficial .....	98
Gambar 4.9 Interaksi akun @AdakamiOfficial melalui aktivitas <i>Replies</i> .....	98
Gambar 4.10 Aktivitas <i>replies, mention</i> hingga <i>quote</i> terhadap akun @PartaiSocmed oleh akun lain .....	99
Gambar 4.11 <i>Reply</i> pengguna Twitter.....	106
Gambar 4.12 Cuitan @kurawa dan @heraloebss Adakami.....	109
Gambar 4.13 Respon pengguna Twitter (X).....	110
Gambar 4.14 Visualisasi tematik <i>Word Cloud</i> .....	116
Gambar 4.15 Persebaran Sentimen Jaringan Komunikasi Adakami.....	118
Gambar 4.16 Cuitan OJK menanggapi isu Adakami.....	122
Gambar 4.17 Cuitan @rakyatvspinjol yang melakukan <i>mention</i> .....	122
Gambar 4.18 Cuitan dari akun <i>Top Tweeters</i> .....	123
Gambar 4.19 Cuitan akun <i>Top Replied-To</i> .....	125

## ABSTRAK

### **SYAHRIAN NAUFAL ALFARIZY, ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PADA ISU ADAKAMI DI *PLATFORM* MEDIA SOSIAL TWITTER (X)**

Isu Adakami menjadi perbincangan publik di Twitter (X) pada tanggal 17 September 2023 hingga menjadi *trending topic*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana jaringan komunikasi yang terbentuk dalam *platform* media sosial Twitter (X) terkait isu Adakami pada tanggal 17-23 September 2023. Keberadaan media sosial memungkinkan masyarakat untuk mengekspresikan diri, termasuk menyampaikan opini publik terhadap suatu isu yang diperbincangkan dengan dalam suatu diskursus secara efektif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif berlandaskan paradigma positivisme. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan melakukan *data mining* dengan prosedur *query* dan dianalisis menggunakan aplikasi NodeXL Pro dan Orange. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan tahapan analisis *multi-level* yang dikorelasikan dengan konsep teori Pergerakan Opini Digital (DMO), diketahui bahwa percakapan pada isu Adakami hanya bertahan selama 3 hari, dengan sentimen opini yang cenderung bernada negatif. Terdapat 3 aktor yang berpengaruh pada jaringan komunikasi ini yakni @adakamiofficial, @partaisocmed, dan @rakyatvspinjol berdasarkan analisis sentralitas aktor. Sementara itu, terdapat 3 kelompok lintas sektor yang terlibat pada percakapan di jaringan komunikasi tersebut.

**Kata Kunci:** Adakami, Analisis Jaringan Komunikasi, NodeXL, Pergerakan Opini Digital, Twitter

## **ABSTRACT**

### ***SYAHRIAN NAUFAL ALFARIZY, ANALYSIS OF COMMUNICATION NETWORKS ON THE ISSUE OF ADAKAMI ON THE MEDIA SOCIAL PLATFORM TWITTER (X)***

*The Adakami issue became a public discussion on Twitter (X) on September 17, 2023, eventually trending as a topic. This research aims to understand the communication networks formed on the social media platform Twitter (X) related to the Adakami issue from September 17-23, 2023. The existence of social media allows the public to express themselves, including conveying public opinions on a discussed issue effectively within a discourse. This study employs a quantitative research method with a descriptive approach based on the positivism paradigm. Data collection was conducted through data mining with query procedures and analyzed using NodeXL Pro and Orange applications. Based on the analysis performed using a multi-level analysis stage correlated with the concept of Digital Movement of Opinion (DMO) theory, it was found that the conversation on the Adakami issue lasted only for 3 days, with sentiments tending to be negative. There are 3 influential actors in this communication network, namely @adakamiofficial, @partaisocmed, and @rakyatvspinjol, based on actor centrality analysis. Meanwhile, there are 3 cross-sector groups involved in the conversation within the communication network.*

**Keywords:** *Adakami, Digital Movement of Opinion, NodeXL, Social Network Analysis, Twitter*