

**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PERCAKAPAN
#TETAPDUKUNGPSBB DI TWITTER PADA PENERAPAN PSBB
KEDUA DKI JAKARTA**

**COMMUNICATION NETWORK ANALYSIS #TETAPDUKUNGPSBB
CONVERSATION IN TWITTER ON SECOND IMPLEMENTATION
OF THE PSBB IN DKI JAKARTA**

Pricilla Anestha¹ dan Ahmad Fatoni²

Universitas Gunadarma

Email :

¹pricillanestha@student.gunadarma.ac.id

²Ahmad_fatoni@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the level of the system, actors in the PSBB Total Jakarta conversation communication network on Twitter, and the contents of the conversation on Twitter about PSBB Total Jakarta which was reintroduced on September 14, 2020. This research method is quantitative with social network analysis techniques, visualization of the network will be in the form of a graph. This research will use a realist approach with a population of netizens from Twitter who have activity on the hashtag #TetapDukungPSBB with 1000 tweets taken on September 14, 2020, on an unpaid netlytic.com account, the results of crawling data will be limited to 1000 tweets and data retrieval in the past 2 weeks. The results of this study show that the system-level communication network in the #TetapDukungPSBB conversation has a diameter of 16 points. The network has a slow deployment, with dominant tweets having no reciprocity, no dominance of actors on information flow, and consisting of a core group of nodes. At the actor level, 5 accounts are considered as a popular actor. There are 1 account intermediary relations on this network that can connect one account to another to communicate with each other. In this network, actors can be said to be quite free in communicating and 5 actors are considered important in the network. Discussions on the network tend to discuss other matters and support the re-enactment of the PSBB.

Keywords: *Network Analysis; Twitter; Hashtag; Communication; social network analysis.*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana level sistem, aktor pada jaringan komunikasi percakapan PSBB Total Jakarta di *Twitter* dan isi percakapan di *Twitter* mengenai PSBB Total Jakarta yang di berlakukan kembali pada 14 September 2020. Metode penelitian ini kuantitatif dengan teknik *social*

network analysis, visualisasi dari jaringan akan berbentuk graph. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan realis dengan populasi *netizen* dari *Twitter* yang memiliki aktivitas pada tagar #TetapDukungPSBB dengan jumlah 1000 *tweets* yang di ambil pada 14 September 2020, pada akun netlytic.com yang tidak berbayar hasil data crawling akan dibatasi berjumlah 1000 *tweet* dan pengambilan data dalam waktu 2 minggu kebelakang. Hasil penelitian ini melihat bahwa jaringan komunikasi level sistem pada percakapan #TetapDukungPSBB memiliki diameter 16 poin. Jaringan ini memiliki penyebaran lambat, dengan *tweet* dominan tidak memiliki timbal balik, tidak ada dominasi dari aktor pada arus informasi dan terdiri atas sekelompok inti node. Pada level aktor terdapat 5 akun yang dinilai populer. Perantara relasi pada jaringan ini berjumlah 1 akun yang dapat menghubungkan satu akun ke akun lainnya untuk dapat saling berkomunikasi. Pada jaringan ini antar aktor dapat dikatakan cukup bebas dalam berkomunikasi dan terdapat 5 aktor yang dinilai penting dalam jaringan. Pembicaraan pada jaringan cenderung membahas hal lain dan mendukung pemberlakuan PSBB kembali.

Kata-kata Kunci: Analisis Jaringan; *Twitter*; Tagar; Komunikasi; Analisis Jaringan Komunikasi.

PENDAHULUAN

Selama 20 tahun terakhir, dua corona virus patologis manusia (HCoVs) muncul dan menyebabkan manusia rentan terkena virus ini dan virus ini tidak dapat mati. Menurut data yang di publikasikan oleh WHO (*World Health Organization*) dan kementerian kesehatan bahwa Corona virus (CoV) merupakan keluarga besar dari virus yang menyebabkan penyakit dengan gejala berat seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS-CoV) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS-CoV). Berdasarkan informasi yang di dapat melalui website resmi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia www.kemkes.go.id, Novel coronavirus (2019-nCoV) merupakan virus jenis baru virus ini bersifat *zoonosis* atau penyakit yang penularannya dapat dilakukan antara hewan dan manusia serta penularan dari manusia ke manusia.

Penyebaran kasus ini dinilai cepat dan sudah menyebar pada 29

negara yang terkonfirmasi terinfeksi virus corona. Namun Indonesia tidak melaporkan adanya satupun kasus positif SARS-CoV2. Hal ini menimbulkan adanya kecurigaan dan keraguan dari sejumlah pihak. Seorang ahli Epidemiologi dari Harvard TH Chan School of Public Health, Marc Lipstich mengungkapkan “Indonesia melaporkan nol kasus, tapi mungkin sebenarnya sudah ada beberapa kasus yang tak terdeteksi” (Sadryna Evanalia, kompas.com, 24 Februari 2020).

Pada 2 Maret 2020, Presiden Joko Widodo melaporkan secara resmi bahwa adanya 2 kasus positif COVID-19 (Riyanti Djalante dkk, 2020). Pemerintah juga telah melakukan berbagai usaha termasuk mengeluarkan beberapa kebijakan untuk mendeteksi serta menanggulangi COVID -19 .

Data peningkatan jumlah pasien positif COVID-19 dengan episenter penyebaran di wilayah DKI Jakarta mendorong pemerintah daerah

menerapkan sejumlah kebijakan terkait penanganan virus corona sesuai dengan arahan untuk diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di wilayahnya yang telah di setujui Menteri Kesehatan. Peningkatan ini dikarenakan kasus pada daerah DKI Jakarta menyentuh 1.233 kasus (Luthfia Ayu Azanella, kompas.com, 7 april 2020).



Figure 1. Gambar 1: Data Penyebaran kasus COVID-19 di Dunia dan Global
Sumber : <https://covid19.go.id/> 17 September 2020

Menurut data yang di publikasikan pada halaman *website* resmi satuan tugas penanganan COVID-19 Indonesia, kasus positif COVID-19 di Indonesia, tanggal *update* 16 September 2020 berada di angka 228.993 jiwa, kasus sembuh sebanyak 164.101 jiwa dan meninggal 9.100 jiwa.

Gubernur Jakarta Anies Baswedan pada konfrensi persnya di Balai Kota pada Rabu 9 September 2020, menyampaikan bahwa Ibu Kota tengah mengkhawatirkan karena tingkat penularan yang meningkat sehingga perlu menarik rem darurat. Indikator utama keputusan Gubernur Jakarta ini yaitu tingkat kematian (Case Fatality Rate) yang meingkat dan diperkirakan tingkat keterisian rumah sakit (Bed Occupancy Ratio) tempat tidur isolasi, ICU yang akan penuh dalam waktu dekat jika tidak menekan angka pertambahan jumlah kasus positif baru (Taufiq Siddiq dan

Clara Maria Tjandra Dewi H, Tempo.com, 13 September 2020).

Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) kembali, yang telah di umumkan oleh Gubernur DKI Jakarta menuai berbagai reaksi tidak hanya dari masyarakat namun pejabat pemerintah. Tanggapan seperti kritik Menteri Perdagangan Agus Supramanto yang meminta Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI tidak menghalangi jalur distribusi saat PSBB Kembali diberlakukan (Devira Prastiwi, Liputan 6 News, 11 September 2020). Sedangkan IDI (Ikatan Dokter Indonesia) menyambut baik langkah yang di ambil Gubernur DKI Jakarta tersebut, Humas PB IDI Halim Malik menjelaskan bahwa kasus positif DKI dinilai sangat pesat dan selama satu pekan terakhir adanya penambahan sejumlah 2.676 kasus. Menurutnya adanya pengendalian penularan COVID-19 jauh lebih realistis dibanding mengejar ketersediaan fasilitas kesehatan. Dikarenakan kecepatan lonjakakn kasus yang tidak berimbang dengan fasilitas kesehatan yang tersedia (Rahmi Nurfajriani, Pikiran Rakyat.com, 11 September 2020)

Iltifat HusainMD, Blanke BriggsMD dkk (2020) 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 di abaikan bahwa media digital telah menjadi dominan yang menjadikan komunikasi meliputi seluruh dunia. Media digital tentu di dukung oleh adanya era teknologi saat ini, teknologi memungkinkan adanya pencarian informasi dengan sangat cepat di berbagai tempat

dengan penggunaan media apapun yang dapat terhubung dengan internet. Internet menjadi teknologi yang telah di gunakan pada berbagai media di berbagai negara oleh jutaan penggunanya untuk mencari informasi.

Menurut Sisson dan Pontau dalam novianto (2013:8) bahwa internet merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi informasi saat ini sehingga kemunculan internet terjadi beriringan dengan adanya perkembangan dalam dunia ICT (*Information and Communication Technology*) yang telah banyak digunakan oleh pencari informasi dalam upayanya dalam memenuhi kebutuhan informasi. Informasi yang tadinya tidak dapat di dapat dalam keadaan *real time access* / waktu sebenarnya dapat di pantau berkat teknologi internet. Pada era perkembangan ICT (*Information and Communication Technology*) internet lebih banyak digunakan sebagai sumber informasi penting untuk dapat lebih dikembangan dimasa depan (Christ Violita Ariyanti, 2016 : 16)

Di Indonesia pada Januari 2019 terdapat 56% atau 150.0 juta pengguna internet dari total populasi 268.2 juta populasi Indonesia, menurut data yang di publikasikan oleh Hotsuite dan We Are Social (2020) (Gambar 2).



Figure 2. Data pengguna internet Januari 2019 di Indonesia

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/> 05 Juli 2020.

Pada Gambar 2 juga menunjukkan bahwa dari 268.2 juta populasi masyarakat Indonesia ada 150.0 juta masyarakat yang aktif menggunakan sosial media atau setidaknya 56% dari jumlah masyarakat Indonesia. Terdapat banyak aplikasi media sosial di Internet beberapa contoh seperti *Facebook, Twitter, Path, Instagram, Linkedn* (H.H Daniel Tamburion, 2015 : 82)

Menurut Java (2007, 1) *microblogging* merupakan fenomena yang relatif baru, *microblogging* adalah update teks yang umumnya kurang dari 200 karakter mengenai kehidupan yang berjalan dan mengirimkan pesan kepada teman atau relasi yang penggunanya kehendaki *via* pesan teks, *instant messaging* (IM), *email* atau *web*. *Microblogging* digunakan melalui beberapa layanan media sosial termasuk *Twitter* (Kirana Dwitia & Irwansyah, 2018 : 43-44). *Microblogging* menyediakan alat sebagai bentuk komunikasi yang dapat memungkinkan pengguna melakukan penyebaran dan pembagian informasi tentang aktivitas yang sedang dilakukan, opini dan status. Pada *Twitter* topik konten yang muncul tersaji dalam berbagai

tema bergantung pada minat pemilik akun. Platform media sosial *Twitter* dapat dipertimbangkan sebagai *microblog* yang tetap konsisten dalam menyajikan pesan pendek dari pada pesan panjang (Kirana Dwitia & Irwansyah 2018 : 43–44).

Kusuma, 2009 menjelaskan bahwa pengguna *Twitter* dapat mengirimkan *update* status yang disebut *tweet*, Anda juga dapat melihat *update tweet* pengguna lain dan mengirimkan balasan umum atau pesan langsung (*direct message*) untuk dapat terhubung dengan pengguna lain. Pengguna dapat memperoleh informasi dari pemilik akun lain jika mengikuti (*follow*) akun yang diminati. Kemudian *tweet* pengguna lain dapat muncul pada halaman *timeline* pemilik akun. Untuk membalas *tweet* pengguna lain, pengguna dapat menggunakan “@” lalu mengetikkan nama orang lain yang ingin di *tag* atau melakukan *retweet* pada pesan yang ditemukan dan disukai (H.H Daniel Tamburian, 2015 : 82).

Dari jumlah pengguna harian *Twitter* global yang diklaim meningkat. Pada laporan finansial *Twitter* kuartal ke-3 tahun 2019, pengguna aktif harian media sosial ini meningkat 17 persen, ke angka 145 juta pengguna Indonesia diklaim menjadi salah satu negara dengan tingkat pertumbuhan pengguna aktif harian yang paling besar. Klaim ini disampaikan Dwi Adriansah selaku Country Industry Head *Twitter* Indonesia. Dwi Adriansah mengatakan bahwa “Indonesia jauh lebih kuat dari pertumbuhan global pengguna harian di *Twitter*” (Bill Clinton, Kompas.com, 30 Oktober 2019). Hal ini menunjukkan bahwa adanya potensi *Twitter* Indonesia dapat mendorong

trending topic ke cakupan dunia. Beberapa *Trending topic* yang sempat dibicarakan di Indonesia dan meroket hingga belahan dunia salah satunya ialah #HidupMahasiswa, aksi demo digedung DPR/MPR yang saat ini memperjuangkan tuntutan menolahkan UU KPK dan RUU KUHP (Josina, inet.detik.com, 29 September 2019).



Figure 3. Hashtag trending topic dunia dan Indonesia

Sumber :

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4719515/hidupmahasiswa-trending-nomor-satu-dunia>

(Diambil 18 September 2020)

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai tagar #TetapDukungPSBB yang naik pada Senin 14 September 2020 dan dibahas 6.887 *tweet*. Untuk melihat gambaran menyeluruh jaringan komunikasi dan tingkatan aktor pada tagar tersebut serta reaksi masyarakat mengenai tagar tersebut.

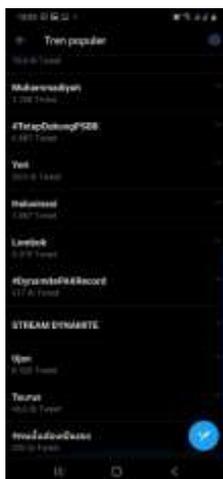


Figure 4. Hashtag #TetapDukungPSBB yang naik dan di perbincangkan pada 14 September 2020 di Indonesia.

Sumber : *Twitter.com*

Komunikasi New Media

Perkembangan ICT melalui internet mendorong adanya perkembangan pada media, melalui kemunculan media baru. Croteau mengungkapkan pengertian media baru yang memberikan cakupan lebih luas bahwa media baru muncul akibat adanya inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, satellite, teknologi optic fiber dan *computer*. Dengan teknologi tersebut pengguna dapat secara interaktif membuat pilihan serta menyediakan respons pada produk media secara beragam *New media* yang berbasis teknologi ini, memiliki karakter yang fleksible, interaktif dan memiliki fungsi secara privat maupun *public* (Fanny Aulia, 2014).

Menurut buku *encyclopedia of communication theory* peralihan menuju teori *new media* atau media baru di resmikan sejak taun 1990-an. Terjadinya difusi yang semakin cepat dari media cetak ke media digital. Bentuk baru media mejadi hal yang menarik untuk di lakukan eksplorasi (2009,648). Teori *new media*

dikembangkan oleh Pierre Levy, teori ini menjelaskan mengenai perkembangan media yang ada. Dalam teori ini terdapat 2 pandangan. Pandangan pertama merupakan pandangan mengenai interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pandangan kedua, merupakan pandangan integrasi sosial dimana media bukan digambarkan dalam bentuk informasi melainkan dalam bentuk interaksi atau penyebaran, tetapi dalam bentuk ritual atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara untuk menciptakan masyarakat (1997:12).

Rice (1999) pada buku yang berjudul *Teori komunikasi massa* Denis McQuaill Edisi 6 mendefinisikan lima kategori utama 'media baru' yang memiliki kesamaan saluran tertentu dan dibedakan berdasarkan penggunaan, konten dan konteks media tersebut, sebagai berikut :

1. Media komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication media*) yang meliputi surat elektronik. Secara umum konten pada media ini bersifat pribadi dan mudah dihapus dan hubungan yang tercipta dan dikuatkan lebih penting dari informasi yang di sampaikan
2. Media permainan interaktif (*interactive play media*) media yang terutama berbasis teknologi computer dan video game ditambah dengan peralatan realitas virtual.
3. Media pencarian informasi (*information search media*) merupakan kategori yang lebih luas. Internet/WWW dan mobile telepon merupakan contoh dari kategori ini. Internet/WWW

merupakan contoh yang di anggap paling penting dan merupakan perpustakaan dan sumber data dengan ukuran aktualitas dan aksesibilitas yang belum ada sebelumnya. Posisi mesin pencari di pandang sangat penting sebagai alat dan sumber bagi pengguna. Mobile Telepon bekerja sebagai mana teleteks yang disiarkan dan layanan data radio.

4. Media partisipasi kolektif (Collective participatory media). Kategori ini khususnya meliputi penggunaan internet sebagai alat untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan dan pengalaman serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif dengan diperantarai computer. Situs jejaring sosial merupakan salah satu contoh kelompok ini.
5. Substitusi media penyiaran (substitution of broadcasting media). Pada kategori ini acuan utamanya adalah penggunaan media dalam menerima atau mengunduh konten yang berada pada masa lalu yang biasanya disiarkan melui metode lain yang serupa. Kegiatan utamanya seperti menonton film dan acara televisi atau mendengarkan radio dan musik.

McLuhan dengan gagasan uniknya lainnya pada saat itu juga menyatakan bahwa new media merupakan global village atau desa global artinya bahwa kehadiran new media memungkinkan manusia untuk dapat terlibat lebih banyak mengenai kehidupan orang lain walau dari jarak yang jauh (Cahyo Pamungkas, 246-248).

Media Sosial *Twitter*

Media sosial adalah media yang bersifat online dan mendukung interaksi sosial. Media sosial memiliki teknologi yang berbasis web dan dapat merubah komunikasi menjadi dialog yang interaktif. Jejaring sosial memberikan ruang bagi setiap orang untuk dapat membuat webpage pribadi yang dapat terhubung dengan teman teman untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Jejaring sosial terbesar yaitu Facebook dan *Twitter*. Media sosial memiliki ciri sebagai berikut :

1. Pesan yang di sampaikan bisa dikirimkan hanya untuk satu orang atau banyak.
2. Pesan disampaikan secara bebas dan tidak perlu harus menggunakan *gatekeeper*.
3. Pesan tersampaikan dengan lebih cepat dari media lainnya
4. Penerima pesan akan menentukan waktu interaksi. (Fauzi Syarief, 2017 : 264)

Shamanth Kumar, Fred Shamanth Kumar, Fred Morstatter & Huan Liu (2014 : 1) dalam *Twitter Data Analytics* menjelaskan bahwa *Twitter* adalah situs jejaring sosial besar yang mengarahkan pada komunikasi cepat. Jejaring sosial ini memiliki lebih dari 140 juta pengguna aktif mempublikasikan lebih dari 400 juta *tweet* 140 karakter setiap harinya. Kecepatan dan kemudahan dalam melakukan publikasi menjadikannya media komunikasi penting bagi semua lapisan masyarakat. *Twitter* memungkinkan penggunaannya menerbitkan dan bertukar pesan singkat (*tweet*). Penyebarluasan berita yang dapat dilakukan secara real-time kepada suatu kelompok besar pengguna. (Marcelo Mendoza, Barbara Poblete &

Carlos Castillo, 2010). Mengutip dari Kusuma, 2009 juga menjelaskan istilah yang umum yang ada di *Twitter*, yaitu :

1. *Timeline*, berisikan daftar *tweet* dari pengguna *Twitter* yang diikuti pemilik akun dan *tweet* yang dibuat pemilik akun diurutkan berdasarkan yang terbaru.
2. *Direct Message* (DM) merupakan fasilitas yang memungkinkan pengguna berkirim pesan antar pengguna secara lebih *private* Dan hanya bisa dilakukan dengan pengguna yang *difollow*.
3. *Trending topics* merupakan daftar pembahasan yang tengah hangat dibicarakan pengguna *Twitter*.
4. *Tweet* berisikan informasi yang terbatas pada 140 karakter. *Tweet* megurutkan berita terbaru ("apa yang sedang terjadi") yang berkaitan dengan pilihan tema atau pembahasan yang pengguna gemari.
5. *Reply tweet* atau *response tweet* (RT) merupakan reaksi balasan dari *tweet* yang telah ada.
6. *Retweet* berisikan seluruh isi *tweet* dari akun lain.
7. *Follow* adalah aktivitas mengikuti akun dan informasi yang disampaikan oleh pengguna lain.
8. *Follower* adalah kelompok pengikut ang mengikuti suatu akun.
9. *Mention* (@) adalah symbol yang digunakan dalam menyebut *username* pengguna lain yang akan diajak berkomunikasi. Saat ingin menuliskan *tweet* symbol ini berdaa di awal sebelum *username* pengguna yang dituju.
10. *Hastags* atau tanda pagar/tagar (#) digunakan untuk menandai suatu kata kunci untuk suatu

topik diskusi agar mudah dicari (H.H Daniel Tamburian, 2015 : 82)

Hashtag menjadi cara yang dianggap kreatif dari pengguna *Twitter* dalam membangun keperdulian yang kolektif mengenai suatu isu atau persoalan sosial tertentu. Hashtag atau tagar menjadi alternatif dalam melakukan penyebaran opini atau gagasan di media sosial. Dalam ruang publik virtual, setiap orang bebas masuk dan turut membahas tanpa ada tekanan koersif yang mengarah pada kesepakatan yang pragmatis (Hatmi Prawita Achsa, 2019 : 2-3). Hashtag mengandung kata tanpa spasi yang memiliki awalan simbol #. Hashtag atau tagar menjadi alternatif penyebaran opini serta gagasan di media sosial (H.H Daniel Tamburian, 2015 : 83). Tagar atau hashtag berfungsi sebagai *tag meta* dalam mengelompokkan data postingan atau konten di internet melalui hashtag data dapat diarsipkan untuk memudahkan dalam mencari data yang diinginkan (Mustofa, 2018 :25).

Opini Publik Di Media Sosial

Herbert Blumer (1967) menyatakan bahwa unsur-unsur opini publik dihadapkan pada suatu isu; yang memiliki perbedaan pendapat tentang isu tersebut dan terlibat dalam diskusi mengenai isu tersebut (Christiany Juditha, 2014 : 63). Setiap individu mewakili pendapatnya mengenai isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, namun setiap individu mengeluarkan pendapat dan berdiskusi mengenai suatu isu pada saat mereka memiliki waktu (Fauzi Syarief, 2017 : 262).

Opini publik terbentuk dari adanya pesan dari komunikator, yang

kemudian diterima oleh komunikan. Komunikan yang membaca isi pesan komunikator mengambil sikap terhadap isi pesan yang disampaikan komunikator kemudian, menciptakan diskusi antar para komunikan. Pendapat yang disampaikan komunikan pada saat diskusi dapat berupa pendapat positif atau bahkan negatif (Fauzi Syarief, 2017 : 262).

Dalam menyampaikan pendapat tentu komunikator membutuhkan media agar dapat menyampaikan pesan. Media massa konvensional yang dulu di gunakan mulai tergantikan dengan media sosial (Fauzi Syarief, 2017 : 262). Media sosial yang kini banyak digunakan masyarakat selain dapat disebarkan oleh banyak orang juga tidak terkontrol penggunaannya. Hal ini yang menyebabkan opini publik muncul lebih pesat dari opini publik pada media konvensional (A Margana, Media Indonesia.com : 2017).

Jaringan Komunikasi Di Media Sosial

Little john (2006: 248) mengatakan bahwa jaringan adalah struktur sosial yang berasal dari komunikasi antar individu atau kelompok. Komunikasi yang dilakukan oleh setiap individu saling berkomunikasi sehingga dapat menciptakan link dan membentuk kelompok. Kelompok atau link ini yang menjadi terbentuknya sebuah jaringan. Studi jaringan komunikasi adalah ilmu yang bersifat multidisiplin dan menjadi pengembangan dari ilmu-ilmu sosial. Jaringan komunikasi bermula dari istilah jaringan sosial. Jaringan sosial memiliki sifat yang sama dengan jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi memiliki landasan atas

dua hal utama yaitu aktor dan relasi. (Atika Budhi Utami, 2018 : 8). Mengutip dari Rogers and Kincaid, (198 :79) "Jaringan komunikasi adalah gambaran *"how to talk to whom"* dalam suatu sistem sosial." (Agung Wicaksono, Retno Dyah Kusumastuti, Anjang Priliantini, 2018 : 28). Melalui uraian diatas jaringan komunikasi pada media sosial memiliki sifat dan alur yang sama yang membedakannya adalah dalam penggunaannya jaringan ini memanfaatkan sosial media yang terhubung pada internet. Penggunaan berbagai media dalam melakukan komunikasi kini dapat dilakukan tanpa mengenai jadwal, waktu dan tempat (Atika Budhi Utami, 2018 : 4-5)

Social Network Analysis (SNA)

Scott, 2012 menyatakan bahwa SNA adalah metode penelitian untuk pendekatan sistem yang memvisualisasikan aliran tak terlihat dalam jaringan dengan melakukan identifikasi jenis interaksi, korelasi dan peran di antara para pengguna dalam jaringan (Seung-Pyo Jun dkk, 2017). Oktora dan Alamsyar, 2014 mengartikan SNA atau *social network analysis* (SNA) adalah studi yang mempelajari mengenai hubungan manusia dengan memanfaatkan teori graf. Menurut Dimas Aji Pamungkas dkk, 2018 pada halaman artikel pada website Universitas Binus, Teori graf sering digunakan untuk merepresentasikan sebuah objek dan hubungannya dengan objek lain). SNA membantu untuk memahami hubungan sosial yang melambangkan user dengan titik (nodes) dan hubungan antara *user* atau pengguna dilambangkan dengan garis (edges) (Made Kevin & Andry, 2018). SNA

mampu memvisualisasikan karakteristik struktural atau hierarki dalam social network. Komponen dalam social network dapat saling berkaitan jika memiliki ikatan yang dapat menghubungkan satu aktor ke aktor lainnya yang bersifat relatif permanen (Yesi Monika Manik, Heri Sutanta, Diyono, 2017 : 411)

Melalui analisis jaringan dapat digambarkan peran dari masing masing aktor yang menjadi anggota sebuah kelompok yang juga menjadi anggota sebuah kelompok lain yang di sebut sebagai *bridge*. Namun jika seorang aktor menghubungkan dua kelompok namun tidak menjadi bagian dari kelompok manapun, maka perannya adalah *liaison*. Seorang individu yang tidak terhubung dengan siapapun maka dapat dikatakan ia berperan sebagai *isolate*. Analisa jaringan juga digunakan untuk mendeskripsikan jumlah orang lain yang terhubung dengan kita sebagai aktor, hal ini disebut sebagai *in-degree* serta *out-degree* (Atika Budhi Utami, 2018 : 7-8).

Teori Analisis Isi

Dikutip dari Rachmat Kriyantono (2020 : 13) "Analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi" ini dapat diartikan bahwa penggunaan analisis isi memiliki tujuan untuk mengetahui karakteristik dari isi kemudian menarik kesimpulan logis dari asumsi yang dianggap benar. Analisis isi berbeda dengan analisis lainnya, Wimmer Dominick pada tahun 2000) menyatakan analisis isi adalah metode yang memepelajari dan melakukan analisis komunikasi secara

sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Coral Campbell & Beverley Jane, 2010 : 5). Beberapa ciri analisis ini yaitu :

1. Objektif
Objektif merupakan ciri penting analisis isi. Dalam hal ini penelitian digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai suatu isi dengan apa adanya, tanpa campur tangan dari peneliti. Analisis isi yang menggunakan manusia dalam penelitiannya perlu adanya pembatasan yang sedemikian rupa sehingga subjektivitas tidak muncul. Hasil dari analisis isi benar benar mencerminkan isi dari teks dan bukan akibat dari subjektivitas.
2. Sistematis
Sistematis yang di maksud dalam analisis isi bermakna seluruh tahapan dan memiliki proses penelitian yang telah dirumuskan secara jelas dan sistematis.
3. Replikabel
Penelitian yang memiliki suatu temuan tertentu dapat berpotensi diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil analisis isi sepanjang menggunakan bahan dan Teknik yang sama, harusnya dapat menghasilkan temuan yang sama.
4. Isi yang tampak
Bagian isi yang terlihat nyata, terdapat di dalam teks hal ini yang di sebut sebagai isi yang tampak.
5. Perangkuman
Umumnya analisis ini dibuat untuk memberikan gambaran umum karakteristik dalam suatu isi/pesan. Analisis isi dapat dikategorikan sebagai penelitian yang memiliki tipe ditujukan untuk memberikan generalisasi dari

pesan dan bukan termasuk penelitian jenis idiographic.

6. Generalisasi

Analisis isi memiliki potensi melakukan generalisasi. Hal ini menjadi yang utama jika pada analisis isi menggunakan sampel, yang bermaksud untuk menggambarkan populasi (Riski Mareta Milda, 2020, 11-12).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan *social network analysis* (SNA) yang bertujuan untuk mengetahui interpretasi tagar #TetapDukungPSBB pada kalangan *netizen* pengguna *Twitter* dan melakukan analisis pada isi dari percakapan *netizen* di *Twitter*. Dalam mengidentifikasi struktur komunikasi yang terdapat pada suatu sistem, data hubungan arus komunikasi dianalisis dengan menggunakan tipe hubungan interaksi sebagai unit-unit analisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan Positivisme, yang menalarkan penelitian sebagai alat mengkaji dan mempelajari kejadian-kejadian sosial (Turnomo Rahardjo, 2011 : 6).

Menurut Sugiyono, 2016:117-118 populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dalam mempelajari dan menarik kesimpulan. Populasi bukanlah sekedar jumlah yang terdapat pada objek atau subjek yang di pelajari namun meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti (Christ Violita, 2016 : 35).

Menurut Lauman dkk (1983) ada dua pendekatan yang dapat

dijadikan cara dalam menentukan populasi yaitu realis dan nominalis. Pendekatan realis melihat populasi melalui perspektif responden atau bagaimana cara aktor menggambarkan jaringan sedangkan peneliti melakukan pencatatan dan membiarkan aktor menyebut aktor lainnya pada jaringan (Atika Budhi Utami, 2018 :14). Penelitian ini akan menggunakan pendekatan realis dengan populasi *netizen* dari *Twitter* yang memiliki aktivitas pada tagar #TetapDukungPSBB dengan jumlah 1000 *tweets* yang di ambil pada 14 September 2020 pukul 04:08 WIB. Jumlah 1000 *tweets* ini, didapat dari pengumpulan data netlytic.com dimana pada saat dilakukan *crawling* data pada akun netlytic.com yang tidak berbayar hasil data *crawling* akan dibatasi berjumlah 1000 *tweet* dan dalam waktu 2 minggu kebelakang. Hal ini tertera pada informasi pada web netlytic.com seperti pada Gambar 5 (netlytic.com).



Figure 5. Informasi Pembatasan Pengambilan data
Sumber : netlytic.com 31 Oktober 2020)

Teknik sampling pada penelitian ini adalah Teknik sampling kelompok kecil. Sample kelompok kecil melakukan pengambilan sample dengan mengambil satu kelompok, dan menjadikan hasil dari kelompok tersebut sebagai keseluruhan dari

semua anggota dari kelompok tersebut. Peneliti kemudian melakukan penggambaran secara lengkap jaringan yang terbentuk dari kelompok tersebut. Kelompok kecil dapat berupa dusun/desa, unit tertentu dalam suatu perusahaan, rumah sakit, klinik dan lainnya (Eriyanto, 2014: 87). Penelitian ini dinilai lebih baik dibanding dengan snowball karena lebih bisa menggambarkan keseluruhan data dari suatu jaringan (Atika Budhi Utami, 2018 : 15).

Pada penelitian ini peneliti melakukan analisis menggunakan software Gephi versi 0.9.1 dan analisis isi pada #TetapDukungPSBB. Melalui data yang dikumpulkan pada netlytic.com akan ada hasil pengukuran yang akan dihasilkan kemudian dapat melihat level sistem pada jaringan tersebut. Hal ini dilihat dari hasil pengukuran :

1. Diameter

Diameter menjelaskan perhitungan jarak terjauh antara 2 aktor pada jaringan. Pada ukuran diameter akan menunjukkan ukuran dari jaringan yang di analisis dengan menghitung jumlah node yang diperlukan untuk melakukan perpindahan dari satu sisi ke sisi yang lain.

2. Density

Density menjelaskan proporsi ikatan yang dimiliki dengan jumlah total ikatan yang ada dalam jaringan. Density dihitung dengan membagi jumlah ikatan (koneksi) dengan jumlah ikatan yang ada. Angka yang di tunjukan Density membantu menggambarkan kedekatan aktor pada suatu jaringan. Ukuran ini melengkapi nilai yang dihasilkan

diameter, dikarenakan kedua nilai ini menjeaskan kecepatan aliran informasi. Kedekatan pengukuran pada Density dengan nilai 1, menunjukan semakin erat komunitas/percakapan yang menunjukan bahwa aktor berbicara dengan banyak orang lain. Jika mendekati 0 menunjukan hampir tidak ada yang terkoneksi dengan jaringan

3. *Reciprocity* atau timbal balik adalah proporsi pada ikatan yang menunjukan komunikasi yang terjadi secara dua arah (hubungan timbal balik) dalam kaitannya pada jumlah ikatan yang ada. Timbal balik diukur dengan jumlah ukuran timbal balik pada ikatan dengan jumlah total ikatan pada suatu jaringan (tidak semua kemungkinan ikatan yang ada).

4. *Centralization* (sentralitas) melakukan pengukuran atas derajat rata rata dari semua node pada suatu jaringan. Jika suatu jaringan memiliki

5. *centralization* mendekati 1 maka nilai sentralisasi tersebut tergolong tinggi. Hal ini menjelaskan bahwa aliran informasi pada jaringan tersebut memiliki beberapa aktor sentral. Jika nilai sentralisasi mendekati 0 maka nilai sentralisasi tergolong rendah dan dapat diartikan bahwa jaringan terdesentralisasi dimana arus informasi mengalir diantara banyak aktor secara bebas.

6. *Modularity* nilai modularitas membantu memberikan informasi dan menentukan apakah cluster yang ditemukan dapat mewakili komunitas pada jaringan yang berbeda. Nilai

modularitas yang tergolong rendah dibawah 0.5 menunjukan cluster yang ditemukan pada netlytic terdiri atas sekelompok inti node (netlytic.com)

Dalam melihat isi jaringan pada percakapan *Twitter* #TetapDukungPSBB peneliti melakukan pengelompokan berdasarkan pembahasan yang dilakukan *netizen Twitter*. Peneliti melakukan pengelompokan menjadi sebagai berikut :

1. Mendukung
Berisikan data *tweet* yang memiliki ajakan untuk mendukung PSBB DKI Jakarta Kembali, *tweet* yang menyatakan setuju dengan PSBB dengan alasan apapun.
2. Mengkritik
Berisikan isi *tweet netizen Twitter* yang menanggapi. Kritik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kecaman atau tanggapan yang terkadang disertai pertimbangan baik buruk terhadap suatu hasil karya, pendapat dan sebagainya.
3. Lain-lain
Tidak membahas mengenai mendukung atau tidak mendukung PSBB DKI Jakarta namun menyoroti pembahasan lain
4. Halaman tidak ada
Akun yang pada saat dilakukan pengecekan tidak bisa di lihat *tweetnya* dengan keterangan akun di "Pemilik akun ini membatasi siapa yang dapat melihat *Tweet*-nya. Pelajari lebih lanjut", "Maaf halaman tersebut tidak ada!", dan "*tweet* dilindungi".

Berdasarkan isi percakapan pada jaringan *netizen* dengan *tweet* mendukung pemberlakuan kembali PSBB DKI Jakarta dapat dikelompokkan menjadi sebagai berikut :

1. Faktor Kesehatan
2. Faktor Pemberitaan Media
3. Percaya Dengan Keputusan Pemerintah Daerah
4. Tanpa Memberikan Alasan
5. Mendukung Gubernur Anies Baswedan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Jaringan Komunikasi

Setelah dilakukan analisis jaringan, didapatkan informasi bahwa jaringan komunikasi pada #TetapDukungPSBB memiliki jumlah nodes (aktor) 426 dan 1872 Edges (Line/Relationship). Beberapa aktor terbagi dalam beberapa grup clusters berdasarkan pola komunikasi aktor. Analisis Netlytic melakukan cluster pada jaringan ini menjadi 5 jaringan dengan jumlah besar dan pemberian warna yang sama pada nodes mengindikasikan aktor berada pada cluster yang sama.

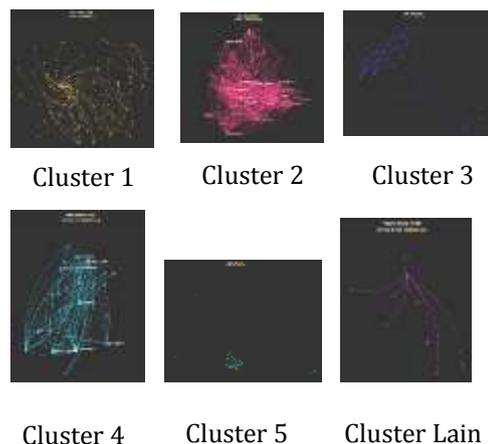


Figure 6. Menunjukan cluster pada #TetapDukungPSBB
Sumber : hasil dari proses data Netlytic.org

Table 1. Network Properties dari netlytic.com

Sumber : hasil dari proses data Netlytic.org

Network Properties	
Diameter	16
Density	0.031830
Reciprocity	0.237600
Centralization	0.207500
Modularity	0.115000

Pada Tabel 1 menunjukan nilai hasil keseluruhan pengukuran netlytic.com pada level sistem. Jaringan yang terbentuk dari #TetapDukungPSBB memiliki diameter skor 16 hal ini dapat diartikan bahwa jarak dari satu aktor ke aktor lainnya berjarak 16 langkah yang dapat dilihat pada Tabel 1. Nilai *density* (kepadatan) pada #TetapDukungPSBB adalah 0.031830, hal ini menunjukkan bahwa intensitas komunikasi antar aktor pada #TetapDukungPSBB rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran informasi berjalan lambat. Faktor *delay* pada informasi dapat terjadi dikarenakan adanya faktor masyarakat yang sudah pasrah membahas PSBB dikarenakan akan diberlakukan ketat kembali seperti awal saat PSBB diberlakukan. *Reciprocity* atau timbal balik menentukan tingkat mutualitas komunikasi antara aktor. Nilai *reciprocity* pada #TetapDukungPSBB ada pada nilai 0.237600 hal ini menunjukkan bahwa adanya komunikasi dua arah dengan intensitas yang rendah. Nilai *reciprocity* yang tinggi menunjukkan ada banyak jumlah aktor yang

melakukan percakapan dua arah, sedangkan nilai timbal balik yang rendah menunjukkan jumlah percakapan yang sepihak dan jumlah percakapan dua arah memiliki jumlah sedikit. *Centralization* melakukan pengukuran tingkat sentralitas rata-rata pada semua node pada suatu jaringan. Ketika jaringan memiliki sentralisasi tinggi (lebih dekat ke 1) menunjukkan adanya aktor sentral yang mendominasi arus informasi namun jika sentralisasi rendah (lebih dekat ke 0) dianggap didesentralisasikan informasi lebih mengalir pada banyak aktor. Pada #TetapDukungPSBB *centralization* berada pada nilai 0.207500 hal ini menunjukkan bahwa adanya dominasi dari aktor/peserta sentral namun dalam jumlah yang rendah. *Modularity* menentukan apakah cluster yang ditemukan mewakili komunitas yang berbeda dalam suatu jaringan. Nilai *modularity* yang tinggi menunjukkan pembagian komunitas yang diwakili oleh cluster di netlytic. Nilai *modularity* yang rendah berada pada angka dibawah 0.5. Hal ini menunjukkan bahwa *cluster* yang ditemukan netlytic lebih banyak tumpang tindih. Pada #TetapDukungPSBB nilai *modularity* adalah 0.115000 hal ini menunjukan bahwa jaringan yang ditemukan tumpang tindih dan terdiri atas sekelompok inti node.

Aktor Pada Jaringan

Dalam melihat hubungan antar aktor atau node pada suatu percakapan diperlukan adanya observasi menggunakan *social network analysis* (SNA) hal ini dilihat dari pengukuran sentralitas yang dilakukan untuk dapat mengetahui seberapa penting aktor atau node didalam jaringan. Empat faktor yang

diamati yaitu *degree score*, *closeness*, *betweenness centrality*, and *eigenvector*. *Degree score* menunjukkan jumlah hubungan yang dibuat suatu node terhadap node lain pada jaringan. *Degree score* pada #TetapDukungPSBB menunjukkan bahwa dari akun @untukmu25, @yulie_yulie, @ps0n6, @aniesbaswedan dan @_eliz_z4_ menjadi akun yang populer dengan nilai *degree score* 93,89 dan 85 seperti pada table 4.2. Akun @aniesbaswedan menjadi akun yang paling besar nilai in-degree scorenya dengan skor 85 yang artinya ada 85 tautan dari aktor lain yang terhubung ke akun @aniesbaswedan sedangkan aktor seperti @untukmu25, @yulie_yulie, @ps0n6 dan @_eliz_z4_ memang tidak ditautkan dengan jumlah yang banyak pada jaringan tersebut namun, menjadi akun yang memiliki kemampuan dalam melakukan penyebaran informasi terbesar dengan skor *out-degree* 67.

Table 2. Nilai Degree Score pada jaringan #TetapDukungPSBB
Sumber : hasil dari proses data Gephi

Account	In-Degree	Out-Degree	Degree
untukmu25	26	67	93
yulie_yulie_	26	67	93
ps0n6	24	65	89
aniesbaswe dan	85	0	85
_eliz_z4_	23	62	85

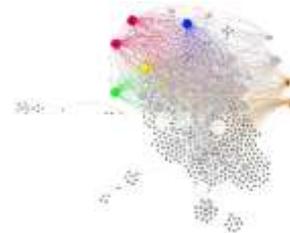


Figure 7. Menunjukkan graph dari degree score pada #TetapDukungPSBB
Sumber : Visualisasi data Gephi

Nilai *closeness centrality* pada table 2 menunjukkan jumlah aktor yang memiliki kedekatan pada jaringan tersebut. Hasilnya pada table menunjukkan adanya 171 aktor pada jaringan #TetapdukungPSBB yang memiliki tingkat kedekatan dengan aktor lain sehingga bebas berkomunikasi dengan aktor lainnya pada jaringan tersebut cukup besar.

Table 3. Nilai Closeness Centrality

Closeness Centrality Value	The Number Of Actor
1.0	171
0.9 - 0.81	5
0.8 - 0.71	2
0.7 - 0.61	12
0.6 - 0.51	16

Pada table 3 hasil dari pengukuran *betweenness centrality* menunjukkan bahwa akun yulie_yulie memiliki nilai paling tinggi yaitu sebesar 0.005895 (table 4) hal ini menunjukkan bahwa akun ini memiliki posisi sebagai perantara relasi yang paling tinggi pada jaringan #TetapDukungPSBB untuk antar aktor dapat terhubung ke aktor lainnya.

Table 4. Nilai Betweenness Centrality
Sumber : hasil dari proses data Gephi

Label	Betweenness Centrality
yulie_yulie	0.005895
s_oryzae_	0.003859
anya___2	0.003413
raksa_13andera	0.003379
yongl4dy	0.003226

Pada table 4 hasil dari pengukuran *eigenvector Centrality* meunjukkan 5 aktor teratas yang memiliki nilai *eigenvector Centrality* tertinggi (mendekati 1) adalah akun @gadisoposisi, @ka_sih, @mas_gr_, @janjisemu114 dan @untukmu25. Hal ini menunjukan aktor-aktor ini adalah aktor paling penting dalam jaringan #TetapDukungPSBB. Gambar 4 menunjukkan visualisasi *eigenvector Centrality*.

Table 5. Nilai Eigenvector Centrality
Sumber : hasil dari proses data Gephi

Account	Eigenvector Centrality
gadisoposisi ka_sih mas_gr_ janjisemu114 untukmu25	1.0
kopipaittubruk ___31ns den_artfleck17 ps0n6 __gwajalah Cekikikkk	0.971518 - 0.958139

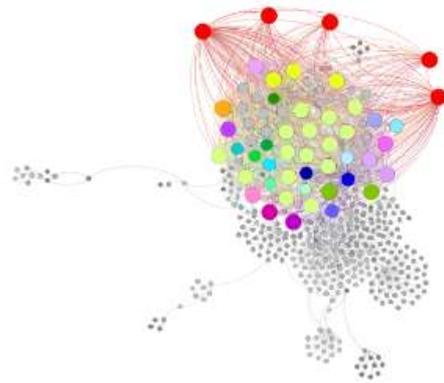


Figure 8. Menunjukkan graph dari eigenvector Centrality pada #TetapDukungPSBB
Sumber : Visualisasi data Gephi

Isi Percakapan Pada Jaringan

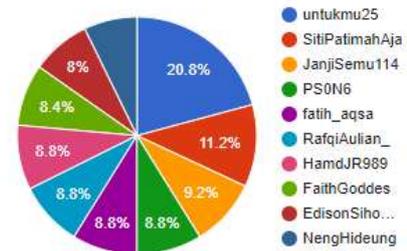


Figure 9. Menunjukkan akun yang paling dominan melakukan tweet
Sumber : hasil dari proses data Netlytic.org

Pada Gambar 9 Netlytic.org memberikan informasi persentase data akun yang paling banyak menyumbangkan *tweet* pada jaringan #TetapdukungPSBB. Akun @untukmu25 menjadi penyumbang *tweet* terbanyak yaitu 20.6% *tweet* dari keseluruhan *tweet* pada jaringan ini.

Table 6. Kategori Pada Percakapan #TetapDukungPSBB
Sumber : hasil dari proses pada Excel

KATEGORI 1	
Mendukung	370
Mengkritik	169
Halaman Tidak Ada	3
Lain Lain	458
TOTAL	1000

Tweet pada jaringan #TetapDukungPSBB dapat dikategorikan menjadi 4 kategori yaitu mendukung, mengkritik, halaman tidak ada dan lain lain. Dari keseluruhan *tweet* pada jaringan ini data pada table 6 memperlihatkan bahwa kategori lain lain memiliki jumlah 457 *tweet*, kemudian disusul dengan kategori mendukung dengan 370 *tweet*, kategori mengkritik 170 *tweet* dan kategori halaman tidak ada berjumlah 3 *tweet*. Contoh *tweet* pada kategori ini dapat dilihat pada Gambar 10-13.



Figure 10. Contoh *tweet* dari kategori mendukung
Sumber : Twitter.com



Figure 11. Contoh *tweet* dari kategori mengkritik
Sumber : Twitter.com



Figure 12. Contoh *tweet* dari kategori lain lain
Sumber : Twitter.com



Figure 13. Contoh *tweet* dari kategori halaman tidak ada
Sumber : Twitter.com

Pada Table 8 informasi *tweet* pada kategori mendukung dapat dikelompokkan menjadi 5 kategori faktor. Faktor kesehatan memiliki jumlah *tweet* yang paling tinggi dengan 171 *tweet* hal ini menunjukkan bahwa pada kategori mendukung *netizen* cenderung sadar bahwa faktor kesehatan masyarakat menjadi alasan utama untuk tetap mendukung pemberlakuan PSBB kembali.

Table 8. Mendukung
 Sumber : hasil dari proses pada Excel
 Berikut merupakan contoh *tweet*
 berdasarkan kategori Table 8.

KATEGORI 2	
Mendukung	
Faktor Kesehatan	171
Faktor Pemberitaan Media	106
Percaya Dengan Keputusan Pemerintah Daerah	16
Tanpa Memberikan Alasan	29
Mendukung Gubernur Anies Baswedan	48
TOTAL	370



Figure 15. Contoh *tweet* dari kategori faktor pemberitaan media
 Sumber : *Twitter.com*



Figure 16. Contoh *tweet* dari kategori mendukung gubernur Anies Baswedan
 Sumber : *Twitter.com*



Figure 14. Contoh *tweet* dari kategori faktor kesehatan
 Sumber : *Twitter.com*

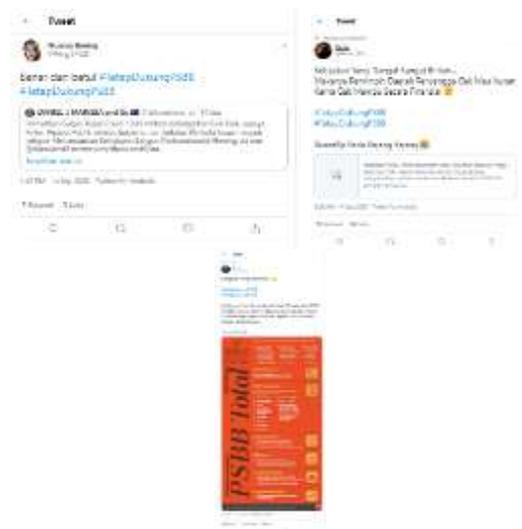


Figure 17. Contoh *tweet* dari kategori percaya dengan keputusan pemerintah daerah
 Sumber : *Twitter.com*

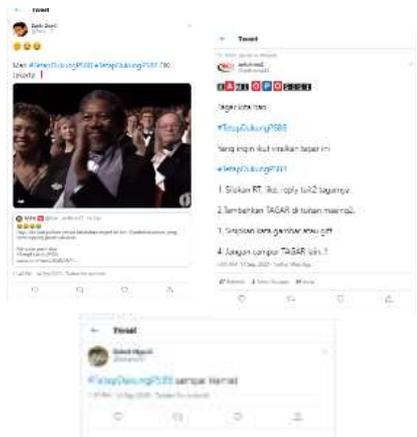


Figure 18. Contoh tweet dari kategori tanpa memberikan alasan.
Sumber : Twitter.com

Table 7. Faktor Pemberitaan Media
Sumber : hasil dari proses pada Excel

KATEGORI 3	
Faktor Pemberitaan Media	
CNBC Indonesia	16
Gelora News	29
Detik.com	21
ID Today News	28
Kompas.com	1
Demokrasi.co.id	4
Radarnonstop.co	0
suara.com	1
TribunNews.com	1
Aniesindo.com	1
Newsidtoday.co	0
Kumparan.com	1
CNN Indonesia	2
RMOL.id	1
TOTAL	106

Dari kategori faktor pemberitaan media dapat dilihat bahwa media yang paling banyak dibagikan pada jaringan ini adalah

halaman berita online Gelora News (Table 7).

Table 8. Mengkritik
Sumber : hasil dari proses pada Excel

KATEGORI 2	
Mengkritik	
Pemerintah	59
Tokoh Masyarakat	66
Netizen Lain	20
Perilaku Masyarakat	23
Media	1
TOTAL	169

Pada kategori mengkritik, masyarakat cenderung memberikan kritik kepada tokoh masyarakat dengan jumlah 67 *tweet*. Masyarakat mengapresiasi langkah Gubernur DKI Jakarta dalam menekan kasus COVID-19 di DKI Jakarta yang mendapat kritik dari berbagai tokoh masyarakat dengan memberikan kritik kepada tokoh masyarakat tersebut. Pada kategori pemerintah dengan jumlah 59 *tweet*, masyarakat mengkritik kebijakan yang tidak searah dengan pemerintah daerah. Contoh *tweet* pada kategori ini dapat dilihat pada Gambar 19 - 23.



Figure 19. Data kategori Tokoh Masyarakat
Sumber : Twitter.com



Figure 20. Data kategori Pemerintah.
Sumber : Twitter.com



Figure 21. Data kategori Perilaku Masyarakat. sumber : Twitter.com



Figure 22. Data kategori Netizen Lain.
Sumber : Twitter.com



Figure 23. Data kategori Media sumber : Twitter.com

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai jaringan komunikasi level sistem pada percakapan #TetapDukungPSBB memiliki diameter 16 poin. Jaringan ini memiliki penyebaran lambat, dengan tweet dominan tidak memiliki timbal balik, tidak ada dominasi dari aktor pada arus informasi dan terdiri atas sekelompok inti node.

Pada level aktor terdapat 5 akun yang dinilai populer. Perantara relasi pada jaringan ini berjumlah 1 akun yang dapat menghubungkan satu akun ke akun lainnya untuk dapat saling berkomunikasi. Pada jaringan ini antar aktor dapat dikatakan cukup bebas dalam berkomunikasi dan terdapat 5 aktor yang dinilai penting dalam jaringan. Pembicaraan pada jaringan cenderung membahas hal lain dan mendukung pemberlakuan PSBB kembali.

DAFTAR PUSTAKA

Beranda Satgas Penanganan COVID-19. (2020, 09 17). Retrieved from covid19.go.id: <https://covid19.go.id/>

Kementrian Kesehatan. (2020). *Pedoman Kesiapsiagaan Menghadapi Infeksi Novel Coronavirus (2019-nCoV)*. Kementerian Kesehatan RI.

Pamungkas, D. A., Wonohardjo, E. P., Sunaryo, R. F., & Sudiyono, Y. (2018, 03 05). *TEORI GRAPH, SEJARAH DAN MANFAATNYA-MTI*. Retrieved from <https://mti.binus.ac.id/>: <https://mti.binus.ac.id/2018/03/05/teori-graph-sejarah-dan-manfaatnya/>

- We are Social and Hootsuite. (2019). *Digital 2019 Indonesia*. <https://datareportal.com>.
- Electronic (e-book)**
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Kumar, S., Morstatter, F., & Liu, H. (2014). *Twitter Data Analytics*. Springer.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (1997). *Encyclopedia of Communication Theory*. United Kingdom: SAGE Publications.
- McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Salemba Humanika.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Alice Tomic. (2004). *Computer Mediated Communication (Social Interaction And The Internet)*. Sage Publications.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Jurnal online**
- Achsa, H. P. (2019). Penggunaan Internet Sebagai Public Spehere Dalam Demokrasi Deliberatif (Analisis Penggunaan Hashtag Terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019). 2-3.
- Ariyanti, C. V. (2016). Pengaruh Penggunaan Google Search Engine Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa. 35.
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., . . . Warsilah, H. (2020). Review And Analysis Of Current Response To COVID-19 In Indonesia: Period Of January To March 2020. *Elsevier*, 4-3.
- Fikri, M., Rahmanto, A., & Suparno, B. A. (2020). Jaringan Komunikasi tentang Isu Polemik Audisi Perkumpulan Bulutangkis Djarum tahun 2019 di *Twitter*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 195-197.
- Husain, I., Briggs, B., Lefebvre, C., Cline, D. M., Stopyra, J. P., O'Brien, M. C., . . . Countryman, C. (2020). How COVID-19 public interest in the United States fluctuated: A Google Trends Analysis. *JMIR Public Health and Surveillance*.
- Juditha, C. (2014). Opii Publik Terhadap Kasus "KPK Lawan Polisi" dalam Media Sosial *Twitter*. *Jurnal Pekommas*, 64.
- Jun, S. P., Yoo, H. S., & Choi, S. (2017). Ten Years of Research Change Using Google Trends: From The Perspective of Big Data Utilization and Application. *Elsevier*, 2-3.
- Kurniawan, D., Iriani, A., & Manongga, D. (2020). Pemanfaatan Social Network Analysis (SNA) Untuk Menganalisa Kolaborasi Karyawan PAda PT Arum

- Mandiri Group. *Jurnal Transformatika*, 151-153.
- Manik, Y. M., Sutanta, H., & Diyono. (2017). Analisis Pemangku Kepentingan Dan Peranannya Dalam Pemanfaatan Informasi Geospasial Di Pemerintah Daerah Menggunakan Metode Social Network Analysis. *Seminar Nasional Geomatika*, 411.
- Mendoza, M., Porblete, B., & Castillo, C. (2010). *Twitter Under Crisis: Can we trust what we RT? Researchgate*.
- Milda, R. M. (2020). Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Pembebasan Siti Aisyah Atas Tuduhan Keterlibatan Pembunuhan Kim Jong Nam Di Detik.com (Edisi 11 - 15 Maret 2019). 11 -12.
- Munandar, H., & Suherman, M. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 427.
- Mustofa. (2019). Peran Hashtag (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan. 25.
- Pamungkas, C. (2015). Global Village dan Globalisasi dalam Konteks ke-Indonesiaan. *Global \$ Strategis*, 246 - 148.
- Paramita, S., & Irena, L. (2020). Retorika Digital dan Social Network Analysis Generasi Milinial Tionghoa melalui Youtube. *Jurnal Komunikasi*, 143 - 144.
- Putri, F. A. (2016). Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial (Studi Deskriptif Opini Siswa SMA Negeri 1 Medan Terhadap Tindakan Cyberbully di Media Sosial). *Jurnal Risalah*, 3.
- Putri, K. D., & Irwansyah. (t.thn.). Optimalisasi Microblogging Teitter Sebagai Alat Kehumasan Dalam Perusahaan. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 43-44.
- Putri, K. D., & Irwansyah. (t.thn.). Optimalisasi Microblogging *Twitter* Sebagai Alat Kehumasan Dalam Perusahaan.
- Rahardjo, T. (2011). Landasan Filosofis Penelitian Komunikasi. *Jurnal Semai Komunikasi*, 6.
- Samatan, N., Fatoni, A., & Murtiasih, S. (2020). Disaster Communication Patterns And Bhaviors On Social Media: A Study Social Network #Banjir2020 On *Twitter*. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 29.
- Setatama, M. S., & Tricahyono, D. (2017). Implementasi Social Network Analysis pada Penyebaran Country Branding "Wonderful Indonesia".

- Indonesia Journal on Computing*, 95.
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Social Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisis Wacara *Twitter* SBY). *Jurnal Komunikasi Universitas BSI*, 262, 264.
- Tamburian, H. D. (2015). Interpretasi Tagar #Savehajilulung Di Kalangan Netizen Pengguna *Twitter*. *Jurnal Komunika*, 82 - 83.
- Tomasoa, L., Iriani, A., & Sembiring, I. (2019). Ekstraksi Knowledge tentang Penyebaran #Ratnamiliki siapa pada Jejaring Sosial (*Twitter*) menggunakan Social Network Analysis (SNA). *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 678 - 679.
- Utami, A. B. (2018). Analisa Jaringan Komunikasi Kelompok. *Dynamic Media, Communications and Culture Conference Proceeding*, 7 - 8 dan 14 -16.
- Wicaksono, A., Kusumastuti, R. D., & Priliantini, A. (2019). Jaringan Komunikasi Dalam Meningkatkan Produktivitas PElapak (Studi Kasus Pada Komunitas Bukalapak Wilayah Jakarta). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 28.
- Williams, T., & Shepherd, D. (2015). Mixed Method Social Network Analysis: Combining Inductive Concept Development, Content Analysis, and Secondary Data for Quantitative Analysis. *SAGE Journals*.
- Surat Kabar Online**
- Azanella, L. A. (2020, April 07). *Kasus Covid-19 di DKI Jakarta dan Penerapan PSBB yang Telah Disetujui Menkes...* Diambil kembali dari Kompas: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/07/114643065/kasus-covid-19-di-dki-jakarta-dan-penerapan-psbb-yang-telah-disetujui?page=all>
- Clinton, B. (2019, Oktober 30). *Kompas.com - 30/10/2019, 16:06 WIB BAGIKAN: Komentar Lihat Foto Ilustrasi Twitter(Ist) Penulis Bill Clinton / Editor Reska K. Nistanto JAKARTA, KOMPAS.com - Jumlah pengguna harian Twitter secara global diklaim meningkat. Pada laporan finansial Twitter kua.* Diambil kembali dari Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2019/10/30/16062477/pengguna-aktif-harian-Twitter-indonesia-diklaim-terbanyak>
- Josina. (2019, September 24). *#HidupMahasiswa Trending Nomor Satu Dunia.* Diambil kembali dari detiknet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d->

4719515/hidupmahasiswa-
trending-nomor-satu-dunia

*Sambut Baik PSBB Total DKI Jakarta,
Pengurus Besar IDI: Memang
Harus Dilakukan.* (2020,
September 11). Diambil
kembali dari Pikiran Rakyat
com: pikiran-
rakyat.com/nasional/pr-
01733912/sambut-baik-psbb-
total-dki-jakarta-pengurus-
besar-idi-memang-harus-
dilakukan?page=3

Siddiq, T. (2020, September 13). *Anies
Baswedan Umumkan PSBB
Jakarta: Kondisi Wabah
Berbeda dengan Sebelumnya.*
Diambil kembali dari
metro.tempo.com:
[https://metro.tempo.co/read/
1385752/anies-baswedan-
umumkan-psbb-jakarta-
kondisi-wabah-berbeda-
dengan-sebelumnya](https://metro.tempo.co/read/1385752/anies-baswedan-umumkan-psbb-jakarta-kondisi-wabah-berbeda-dengan-sebelumnya)