Analisis Jaringan Komunikasi Tagar #Prayforkanjuruhan Di Media Sosial Twitter

Dhanu Aryanto[1], Catur Nugroho[2]
[1] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, dhanuaryanto@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, denmasnuno@telkomuniversity.ac.id

Abstract
This research focuses on communication network analysis methods that discuss the relationships in communication networks on the hashtag #PrayForKanjuruhan on Twitter social media. This study aimed to find out the pattern of communication networks, the role of actors in the network, and the critical actors in the communication network with the hashtag #PrayForKanjuruhan for 1 October – 30 November 2022. This research uses a qualitative method with a descriptive communication network analysis approach. Researchers chose four main actors in disseminating information related to the keyword or #PrayForKanjuruhan hashtag, namely @panditfootball, @detikcom, @VICE_ID, @NarasiNewsroom. The results of the study reveal that each actor has a wheel network pattern; for roles that are calculated through Degree Centrality, Betweenness Centrality, Closeness Centrality, Eigenvector Centrality, the actor who has the most dominant role, and the critical actor from the network, namely @panditfootball with the highest centrality value among the three actors but has the lowest density of 0.001.

Keywords-communication network analysis, #prayforkanjuruhan, twitter, relation, actor.

Abstrak
Penelitian ini berfokus pada metode analisis jaringan komunikasi yang membahas relasi yang terjadi dalam jaringan komunikasi pada tagar #PrayForKanjuruhan di media sosial Twitter. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pola jaringan komunikasi, peranan aktor dalam jaringan, dan siapa aktor kunci dalam jaringan komunikasi dengan tagar #PrayForKanjuruhan dengan periode 1 Oktober – 30 November 2022. Metode penelitian ini menggunakan metode kualiatatif dengan pendekatan analisis jaringan komunikasi bersifat deskriptif. Peneliti memilih 4 aktor utama dalam penyebaran informasi terkait keyword atau tagar #PrayForKanjuruhan yaitu @panditfootball, @detikcom, @VICE_ID, @NarasiNewsroom. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa setiap aktor memiliki pola jaringan roda, untuk peranan yang dihitiung melalui *Degree Centrality, Betweeness Centrality, Closeness Centrality, Eigenvactor Centrality*, aktor yang memiliki peranan paling dominan serta aktor kunci dari jaringan yaitu @panditfootball dengan nilai sentralitas paling tinggi diantara tiga aktor lainnya namun memiliki kepadatan paling rendah yaitu 0.001.

Kata Kunci-analisis jaringan komunikasi, #prayforkanjuruhan, twitter, relasi, aktor.

I. PENDAHULUAN

Isu atau tragedi kanjuruhan merupakan salah satu tragedi sepak bola yang sedang hangat beberapa bulan terakhir. Tragedi ini terjadi akibat pertandingan antara Arema FC & Persebaya Surabaya yang dilaksanakan pada hari Sabtu 1 Oktober 2022, dan berlokasi di stadium Kanjuruhan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Dalam tragedi ini banyak sekali memakan korban jiwa dikutip dari website Bola.net (Arifin, 2022) total supporter yang kehilangan nyawa yaitu sebanyakan 132 orang, 96 orang mengalami luka berat, dan 484 orang mengalami luka sedang ringan. Tragedi Kanjuruhan ini bahkan dinyatakan sebagai kejadian atau kerusuhan sepakbola paling mematikan no 2 di dunia dikutip dari detiknews (Erwanti, 2022). Dengan adanya tragedi kemanusiaan seperti ini tentunya hal ini tidak luput dari perhatian Bapak Presiden yaitu Ir. Joko Widodo. Dikutip dari Kompas.com (Wiryono, 2022) bapak jokowi memberikan pernyataan terkait tragedi ini dalam pernyataan tersebut beliau tidak hanya memberikan duka cita kepada

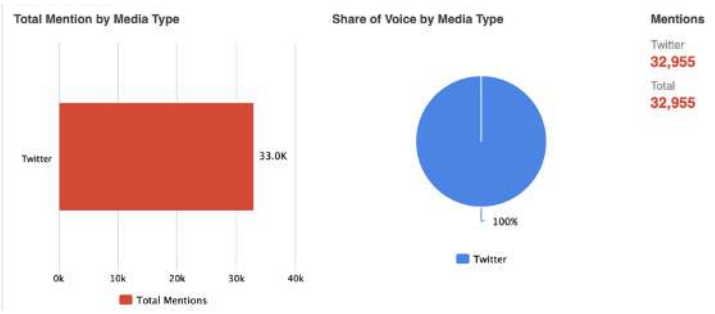
korban namun, beliau juga berkata agar PSSI sebagai induk perkupulan sepakbola seluruh Indonesia untuk menghentikan Liga 1 agar dapat dilakukan evaluasi menyeluruh, serta beliau juga memberikan pernyataan untuk polri agar kasus ini diinvestigasi dan diusut tuntas.

Tragedi Kanjuruhan ini tentunya tidak hanya menyita perhatian para media berita atau pun pihak-pihak berwajib dan pemerintahan namun, tragedi ini juga menyita perhatian masyarakat diseluruh tanah air kita terutama di platform sosial media. Di Indonesia pengguna sosial media sangat masif dilansir dari penelitian yang dilakukan oleh (We Are Social, 2022) menyatakan dalam data tersebut pengguna sosial media di Indonesia sebanyak 191.4 juta pengguna yaitu 68.9% dari total penduduk masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia menggunakan sosial media dengan rata-rata yaitu 3 jam 17 menit. Pengguna sosial media di tahun 2022 meningkat sebesar 12.6% dari tahun sebelumnya serta mayoritas pengguna merupakan laki-laki dengan persentase sebesar 53.5% dan perempuan dengan persentase 46.5%. Dan dari data yang sama salah satu alasan banyak orang indonesia menggunakan sosial media yaitu untuk melihat apa yang sedang diperbincangkan oleh banyak orang dengan persentase sebesar 50.1% (We Are Social, 2022).

Gambar 1. Tinjauan Penggunaan Sosial Media di Indonesia
Sumber : We Are Social (2022)

Salah satu contoh media sosial yang sangat lantang dalam membicarakan isu atau tragedi kanjuruhan yaitu Twitter. Twitter merupakan sebuah media sosial yang digunakan untuk membagikan informasi-informasi terkini yang saat ini sedang trend. Merupakan salah satu sosial media yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, dilansir dari (Statista, 2022) Indonesia menduduki peringkat ke-5 sebagai pengguna Twitter terbanyak di dunia dengan total mencapai 18.45 juta pengguna aktif. Sejak terjadinya tragedi kanjuruhan pada 1 Oktober 2022 sudah banyak masyarakat dunia maya di Indonesia merespon terkait dengan bencana kemanusiaan ini, Dengan memanfaatkan fitur yang ada di Twitter yaitu *hashtag*. *Hashtag* merupakan kata kunci atau simbol berupa tanda pagar (#) yang digunakan di sosial media dan sangat popular penggunaannya (Christian & Sukendro, 2019) *Hashtag* di twitter berfungsi untuk mengelompokkan suatu topik yang sedang dibahas agar mudah untuk dicari (Mustofa, 2019).

Hashtag #PrayForKanjuruhan merupakan tagar yang trending pada saat tragedi ini sedang berlangsung dan menjadi tagar yang paling banyak digunakan menjadikan tagar ini sebagai *top trend* pertama di sosial media Twitter. Bahkan sampai dengan tanggal 20 November 2022 masih ada beberapa pengguna sosial media yang masih membicarakan tragedi kanjuruhan ini dan memberikan respon mereka terhadap perkembangan kasus tragedi kanjuruhan ini. Diambil dari data Drone Emprit masih banyak sekali mention yang berkaitan dengan tagar #PrayForKanjuruhan di media sosial Twitter dengan total mention mencapai 32,955 ribu pada periode 1 Oktober hingga 30 November 2022. Data total mention tersebut merupakan hasil dari mention yang memiliki total 3,256 atau sebesar 9.88%, reply berjumlah 1,495 atau sebesar 4.54%, kemudian ada retweet yang memiliki persentase yang paling tinggi yaitu 85.58% atau berjumlah 28,204.



Gambar 2. Total Mention
Sumber : Drone Emprit

Gambar 3. Trending Tagar #PrayForKanjuruhan
Sumber : aboutmalang.com, (2022)

Dari penjelasan diatas terkait dengan tragedi kanjuruhan di sosial media Twitter, maka terbentuklah sebuah percakapan atau pertukaran informasi serta penyebarannya yang terjadi antara sesama pengguna di Twitter terkait dengan tagar #PrayForKanjuruhan yang dilakukan dengan metode analisis jaringan komunikasi. Analisis Jaringan Komunikasi merupakan metode yang menjelaskan tentang struktur jaringan dan jaringan sosial (Eriyanto, 2014). Jaringan dalam studi jaringan komunikasi yaitu adanya tipe relasi tertentu antara satu aktor dengan aktor lainnya yang digambarkan dalam struktur sosial tertentu (Eriyanto, 2014). Menurut Scott (2000: 2-3) yang dikutip dari (Eriyanto, 2014) riset sosial pada umumnya hanya menghasilkan data atribusi dan relasional. Data atributif ini berupa pengetahuan, opini atau perilaku seseorang terhadap satu isu. Sedangkan, dalam studi jaringan komunikasi tidak fokus pada data atributif melainkan kepada data relasional yaitu hubungan satu aktor dengan aktor lain. Menurut (Wellman, 1998 : 31) dikutip dari (Eriyanto, 2014) salah satu karakteristik dari studi jaringan komunikasi yaitu menitik beratkan pada data yang bersifat individual daripada data agregat. Dengan jaringan komunikasi dapat menggambarkan struktur yang terjadi antar percakapan serta relasi antar individu di twitter terkait dengan *hashtag* #PrayForKanjuruhan. Dengan menggunakan analisis jaringan komunikasi bisa mengetahui sebuah struktur dalam jaringan komunikasi, mengetahui pola interaksi antar anggota jaringan, seberapa dekat dan intensif seseorang dalam berinteraksi di suatu jaringan, menggambarkan posisi seseorang atau aktor dalam jaringan, siapa aktor atau orang paling dominan atau menentukan dalam jaringan, dan siapa saja orang atau aktor yang menjadi penghubung satu orang dengan orang lainnya dalam jaringan (Eriyanto, 2014).

Pertukaran informasi yang terjadi di sosial media Twitter antar dua orang atau lebih pada saat membahas suatu topik maka bisa menggambarkan jaringan komunikasi yang sedang terjadi. Masing-masing individu ini memiliki peranan yang sangat penting sesuai dengan frekuensi dalam memberikan serta menerima sebuah informasi. Dalam penelitian ini akan menganalisis, mengetahui, dan menggambarkan jaringan sosial dan struktur dari jaringan di sosial media twitter terutama terkait dengan *hashtag* #PrayForKanjuruhan yang akan memberikan pengaruh terhadap jaringan satu dengan jaringan lainnya dalam membentuk opini atau respon dari masyarakat dunia maya. Menurut (Eriyanto, 2014) Dalam analisis jaringan komunikasi atau dua hal yang penting atau kunci utama dalam jaringan

komunikasi. Pertama adalah aktor yang melihat isu atau fenomena dalam sisi mikro. Kedua adalah relasi yaitu bagaimana aktor-aktor berinteraksi satu dengan yang lainnya.

Penelitian ini relevan untuk diteliti karena ini berkaitan dengan isu atau tragedi kanjuruhan yang masih dibicarakan oleh masyarakat terutama di sosial media Twitter. Penelitian ini berfokus kepada relasi antar aktor dalam jaringan #PrayForKanjuruhan di media sosial Twitter dan bukan kepada distribusi tagarnya atau intensitas percakapan terkait dengan tagar atau *keyword* #PrayForKanjuruhan. Melihat penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan analisis jaringan komunikasi dan bencana sosial sangat jarang dibahas dan penelitian sebelumnya meneliti mengenai tagar atau percakapan mengenai politik atau perubahan suatu peraturan dalam hukum. Diharapkan dengan adanya penelitian dapat memberikan literasi dalam penelitian yang menggunakan metode analisis jaringan komunikasi terutama di sosial media Twitter serta meningkatkan lagi penelitian yang berkaitan dengan bencana sosial.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. New Media

Di era berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi yang semakin luas, dan tak terbatas pada jarak antar satu individu dengan individu lainnya. Bahkan, pada saat ini informasi selalu berubah dan selalu bertambah setiap harinya. Teknologi pun semakin berkembang seiring berkembangnya zaman hingga tahap semakin bervariasi, perkembangan teknologi tersebut disebut sebagai "*new media*". Istilah "new media" pertama kali muncul pada tahun 1980-an, pada saat itu dunia komunikasi dan media sangat berbeda dan perbedaan tersebut tidak terbatas hanya pada satu sektor atau elemen saja, walaupun waktu aktual setiap perbedaan berbeda dari medium ke medium (Lister et al., 2009). Menurut (McQuail, 2010) dalam bukunya yang berjudul McQuail's Mass Communication Theory. Media baru atau "*new media*" yaitu "seperangkat teknologi komunikasi yang memiliki fitur-fitur tertentu dan berbeda, selain dari yang baru, masih dimungkinkan digitalisasi dan tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai perangkat atau alat komunikasi". Menurutnya juga media baru begitu beragam dan sulit untuk didefinisikan tetapi media baru sangat menarik terutama pada pengaplikasiannya dan karena berbagai alasan termasuk ke dalam bidang komunikasi massa, serta secara langsung atau tidak langsung memiliki konsekuensi pada media massa tradisional.

Media baru atau *new media* memiliki dua jenis pengelompokkan yang berbeda dikutip dari buku MEDIA BARU Sebuah Pengantar (Luik, 2020) pengelompokkan yang pertama yaitu berdasarkan jenis media baru untuk produksi, distribusi, serta konsumsi media. ketiga jenis ini pun merupakan kombinasi yang perlu dipertimbangkan. Pengelompokkan yang kedua yaitu berdasakran pada idedntifikasi perubahan apa yang terjadi dengan adanya media baru. (Lister et al., 2009) dikutip dari (Luik, 2020) menjelaskan bahwa ada enam karakteristik dari media baru yaitu:

1. *Digital*
2. *Interactive*
3. *Hypertextual*
4. *Networked*
5. *Virtual*
6. *Simulated*

Menurut (Nugroho, 2020) dalam bukunya menjelaskan bahwa ciri utama atau karakteristik utama dari media baru atau *new media* yaitu interaktivitasnya yang penggunaan melibatkan dua atau lebih pengguna saling memproduksi, mendistribusi dan menerima pesan yang difasilitasi oleh teknologi komputer.

B. Media Sosial

Menurut (Triastuti et al., 2017) media sosial adalah sebuah aplikasi atau situs yang menggunakan teknologi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk saling terhubung dengan siapa saja baik dengan orang dikenal, maupun tidak dikenal. Kaplan dan Haenlein (2010) dalam (Carr & Hayes, 2015) mendefinisikan sosial media sebagai kelompok aplikasi-aplikasi yang berbasis dari internet yang dibangun menggunakan ideologis dan teknologi berbasis Web 2.0, yang memungkinkan pembuatan serta pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna. Sosial media bisa di identifikasi dengan cara menggambarkan fungsionalitasnya dalam *platform* terutama yang esensial yaitu sifat *social* (Nugroho, 2020). Ada tujuh fungsionalitas yang terdapat pada *social media* dan tujuh fungsionalitas ini bisa digantikan atau ditingkatkan dengan melalui berbagai platform media sosial, yang dipaparkan oleh (Kietzman et al., 2011) dalam buku (Nugroho, 2020) yaitu :

1. Identity

Mengacu pada representasi diri seperti foto profil, hobi, ulang tahun, hubungan dengan teman atau keluarga dan lain sebagainya di sosial media.

2. Conversation

Mengacu pada interaksi satu sama lain antar pengguna secara real-time atau dengan adanya jeda di setiap percakapan.

3. Sharing

Mengacu pada kegiatan konten disebarkan atau dibagikan oleh pengguna melalui media sosial.

4. Presence

Mengacu pada pengguna media sosial yang ingin mengetahui lokasi aktual pengguna lainnya dan mengetahui komunitas baik secara *offline* ataupun *online.*

5. Relationship

Mengacu pada pengguna melakukan hubungan dengan komunitas dengan cara memvisualisasikannya.

Mengacu pada grup keanggotaan tempat para pengguna bisa mengekspresikan afiliasi mereka pada satu topik, minat atau grup tertentu dan digunakan untuk mengelola hubungan mereka.

6. Reputation

Mengacu pada pengguna yang dapat memenuhi syarat konten yang pengguna lain sediakan dan dapat membangun reputasi atau tingkat kepercayaan diantara anggota komunitas di sosial media. tingkat kepercayaan ini bisa secara eksplisit atau tersirat.

C. Twitter

Twitter merupakan sosial media yang populer saat ini di Indonesia, menurut data dari (We Are Social, 2022) Twitter.com berdasarkan Similarweb Ranking merupakan website atau domain yang paling sering diakses dan berada pada peringkat 10 dibawah Detik.com, dengan kunjungan total sebanyak 1.95 Milyar pengguna. Sedangkan, rata-rata waktu kunjungan para pengguna di Twitter.com yaitu 11 menit 59 detik. Dari data (We Are Social, 2022) Twitter merupakan sosial media paling digunakan oleh pengguna umur 16-64 tahun dan berada pada peringkat keenam, satu peringkat dibawah Telegram dengan persentase sebesar 58.3%. Twitter merupakan sosial media yang diciptakan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006. Twitter sendiri merupakan plattform microblogging yang para penggunanya hanya bisa membagikan teks sebanyak 280 kata dan hanya pengikut saja yang bisa membacanya (Nasionalita & Nugroho, 2021).

D. Analisis Jaringan Komunikasi

Menurut Rogers dan Kincaid (1981 : 75) dalam (Eriyanto, 2014) menjelaskan bahwa analisis jaringan komunikasi adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi struktur komunikasi dan aktor dalam struktur tersebut. Karakteristik metode analisis jaringan komunikasi yang pertama, tidak melihat data atribut seperti opini, sikap, atau perilaku serta pengetahuan melainkan fokus pada data relasi satu aktor dengan aktor lainnya dalam struktur jaringan tersebut. Kedua, pada metode analisis jaringan komunikasi lebih menitikberatkan pada masing-masing aktor atau data individual daripada data agregat seperti populasi, nilai, rata-rata dan sebagainya. Metode analisis jaringan komunikasi secara sederhana bisa didefinisikan sebagai metode yang menggambarkan dan menjelaskan jaringan sosial dan struktur jaringan. Jaringan atau *network* secara sederhana bisa didefinisikan hubungan di antara aktor (Kadushin, 2012 : 14) dalam (Eriyanto, 2014). Ada dua hal penting dalam analisis jaringan yaitu aktor dan hubungan di antara aktor. Node atau aktor tidak hanya berupa individu namun, bisa juga berupa organisasi, institusi, negara, perusahaan dan sebagainya (Scott, Baggio, dan Cooper, 2008 : 146) dalam (Eriyanto, 2014). Sementara hubungan di antara aktor atau relasi di antara aktor disebut sebagai *link (edge)*.

E. Gerakan Sosial dalam Sosial Media

Gerakan sosial merupakan sejumlah aliansi sosial sejumlah yang orang yang dapat menghambat atau mendorong dari segi perubahan sosial di suatu masyarakat (Nurdin et al., 2018). Menurut (Sukmana, 2016) Gerakan sosial merupakan suatu aktivitas yang diorganisir dan memiliki tujuan untuk melakukan perubahan sosial. Menurut tokoh

lainnya yaitu Triwibowo, (2006: xv) dikutip dalam (Sukmana, 2016) menyatakan "Gerakan sosial diartikan sebagai sebentuk aksi kolektif dengan orientasi konfliktual yang jelas terhadaplawansosial dan politik tertentu, dilakukan dalam konteks jejaring lintas kelembagaan yang erat oleh aktor-aktor yang diikat rasa solidaritas dan identitas kolektif yang kuat melebihi bentuk-bentuk ikatan dalam koalisi dan kampanye bersama." Media sosial memiliki peran besar dalam gerakan sosial sebab media sosial bisa digunakan untuk memobilisasi massa, membangun sebuah komunikasi yang interaktif, membangung jejaring, serta bisa dijadikan tempat untuk memberikan pendidikan terkait gerakan sosial (Wahyudi, 2021). Hadirnya sosial media menjadi sebuah keuntungan bagi kelompok untuk gerakan sosial saat ini karena, sebelum era sosial media informasi cenderung *top down* dari pemerintah dan masyarakat sulit untuk melakukan *feedback.* Sedangkan, saat ini dengan adanya sosial media informasi bisa dilakukan dengan metode *bottom up.* Media sosial juga berperan untuk merusak citra aktor yang ada dalam pemerintahan, aktor yang dimaksud yaitu aktor yang bersifat anatgonis. Kelompok gerakan sosial dapat memberikan informasi kepada masyarakat situasi buruk yang disebabkan oleh para aktor-aktor antagonis ini dan harus sesuai fakta atau realitas dan bukan dijadikan isu palsu (Wahyudi, 2021).

F. Pola Jaringan Komunikasi

Pola jaringan pada awalnya merupakan eksperimen yang dilakukan oleh Alex Bavelas dan muridnya yaitu Harold Leavitt yang membuat serangkaian eksperimen untuk mengetahui apa ada pengaruh struktur atau pola komunikasi dalam penyelasain suatu masalah dalam organisasi. Bavelas dan Leavitt membaginya menjadi empat model atau pola yaitu pola bintang, lingkaran, Y, dan rantai.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan Dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif dengan paradigma positivisme. Seperti yang dikemukakan oleh (Darwin et al., 2021) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilandaskan pada pemahaman atau paradigma positivisme, penelitian kuantitatif juga sering dianggap penelitian murni dikarenakan dapat dijelaska dengan data atau angka-angka pasti. Paradigma positivisme merupakan paradigma yang dikembangkan oleh august comte seorang filsuf yang berasal dari prancis. Filsafat positvisme merupakan landasan untuk para peneliti saat ini dalam mengaplikasikan metode penelitian untuk memperoleh kebenaran. Paradigma positivisme juga biasa disebut sebagai paradigma yang tradisional, eksperimental, dan empiris. Hal ini berdasarkan keyakinan bahwa paradigma ini memandang pengetahuan atau sains merupakan satu satunya hal yang valid, karena didasarkan para pengalaman seseorang yang ditangkap oleh panca indera kemudian di proses oleh nalar atau logika berfikir (Darwin et al., 2021). Peneliti menggunakan analisis jaringan komunikasi atau Communication Network Analysis (CNA) untuk menggambarkan struktur jaringan dan jaringan sosial pada suatu komunikasi dalam penelitian ini yaitu isu sosial pada media sosial Twitter. Peneliti memilih untuk menggunakan jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif menggambarkan secara rinci aktor-aktor yang ada dan terlibat di dalam jaringan beserta strukturnya. Dalam penelitian deskriptif diharuskan memilih topik dan mendalami topik tersebut (Eriyanto, 2014).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih level analisis jaringan pada level aktor (tunggal) yaitu bagaimana sebuah aktor membentuk dan membuat pola pada suatu jaringan serta yang menjadi pusat perhatian adalah aktor (node) dalam suatu jaringan (Eriyanto, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi melalui Twitter terkait dengan tragedi kanjuruhan terutama pada tagar #PrayForKanjuruhan dengan menggunakan Batasan waktu *(event-based)* yaitu pada periode 1 Oktober 2022 – 30 November 2022 dengan alasan periode tersebut merupakan terjadinya tragedi kanjuruhan dan sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat di sosial media terutama Twitter serta media massa. Data yang diambil dengan cara crawling data menggunakan Drone Emprit akan diambil berdasarkan Tweet, Retweet, dan Mention yang berkaitan dengan #PrayForKanjuruhan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data jaringan utuh atau *complete networks* pada level pengukuran sentralitas yaitu ukuran yang dipakai dalam analisis jaringan yang menunjukkan bagaimana posisi aktor (*node*) dalam jaringan secara menyeluruh, secara menonjul atau yang paling menentukan dalam jaringan (Eriyanto, 2014). Ada empat pengukuran dalam level sentralitas yaitu Sentralitas Tingkatan (Degree Centrality), Sentralitas Kedekatan (Closeness Centrality), Sentralitas keperantaraan (Betweenness Centrality), dan Sentralitas Eigenvektor (Eigenvector Centrality).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan 32.961 akun atau pengguna twitter. dari 32.961 akun tersebut peneliti hanya mengambil empat aktor utama yang membuat dan penyebar informasi

dalam sebuah jaringan komunikasi. Akun pertama yaitu @panditfootball sebagai akun yang spesifik membahas sepak bola baik secara nasional maupun internasional, dan ketiga akun lainnya yaitu @detikcom, @VICE_ID, @NarasiNewsroom sebagai akun organisasi media jurnalisme yang membahas berbagai topik tak terkecuali topi sepak bola.Peneliti menggunakan Gephi sebagai alat untuk melakukan analisis jaringan komunikasi terhadap keempat aktor tersebut. Data aktor (node) dan data link (edge) didapatkan oleh peneliti menggunakan Drone Emprit sebagai alat untuk melakukan pengambilan data, dari data tersebut diolah menggunakan Gephi dan mendapatkan hasil 7922 nodes dan 8754 egdes. Peneliti akan memaparkan hasil data serta observasi melalui media Twitter sebagai berikut.

A. Peranan Aktor dalam Jaringan Komunikasi

Pada bagian identifikasi aktor terdapat empat akun yang peneliti pilih berdasarkan followers tertinggi serta relasi paling banyak yaitu @panditfootball, @detikcom, @NarasiNewsroom, dan @VICE_ID. Pada bagian ini peneliti akan memaparkan indikasi yang memperkuat peran aktor sebagai penyebar informasi melalui perhitungan dari Gephi.

Tabel 1. Aktor dan Hasil Perhitungan

No	Nama Aktor	Degree	Betweeness	Closeness	Eigenvactor
1	@panditfootball	1142	0.00002	1.0	1.0
2	@detikcom	671	0	0	0.586276
3	@VICE_ID	485	0	0	0.433762
4	@NarasiNewsroom	310	0	0	0.269712

Sumber : Hasil Penelitian

Dari keempat akun yaitu @panditfootball, @detikcom, @NarasiNewsroom, @VICE_ID memiliki satu kesimpulan yakni semua akun ini memiliki degree centrality atau popularitas yang tinggi dibandingkan akun lainnya dalam percakapan yang berkaitan dengan tagar atau keyword #PrayForKanjuruhan di media sosial Twitter. Akan tetapi, dalam out-degree keempat akun ini sama sekali tidak memiliki relasi keluar dan hanya @panditfootball saja yang memiliki satu relasi keluar dalam jaringan. Artinya keempat akun ini memiliki popularitas yang tinggi namun keempat akun ini tidak memiliki percakapan dengan akun lainnya terutama yang berkaitan dengan tagar #PrayForKanjuruhan atau keempat akun ini tidak seaktif itu dalam melakukan hubungan dengan akun lainnya di jaringan. Akun @panditfootball memiliki peran besar dengan memiliki sentralitas tingkatan yang tinggi yaitu karena akun ini populer, @panditfootball yaitu penyebaran informasi yang dilakukan bisa langsung sampai kepada para pembaca atau aktor lainnya terkait tagar #PrayForKanjuruhan.

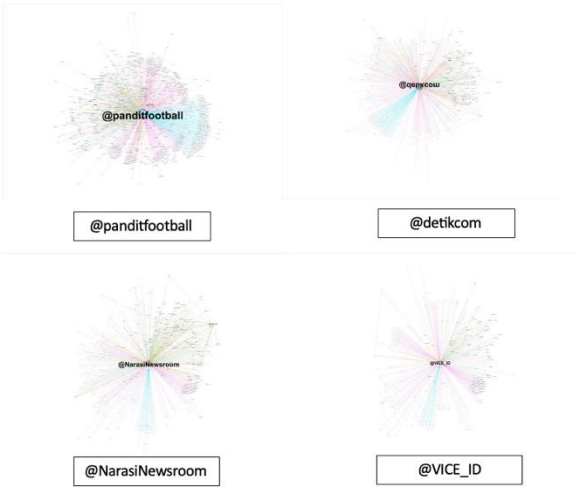
Dalam percakapan yang terkait dengan keyword atau tagar #PrayForKanjuruhan, dari keempat akun yaitu @panditfootball, @detikcom @NarasiNewsroom dan VICE_ID dengan nilai 1.0 yang ini mengindikasikan bahwa @panditfootball memiliki kedekatan komunikasi. Sedangkan, ketiga aktor tidak memiliki kedekatan sentralitas dengan nilai terendah yaitu 0 artinya ketiga aktor tidak memiliki kedekatan dengan aktor-aktor dalam jaringan.Artinya Dengan tingginya nilai kedekatan sentralitas maka akun @panditfootball memiliki kemungkinan untuk menjangkau aktor lainnya dengan cepat dalam jaringan baik secara langsung ataupun tidak langsung serta memiliki kebebasan dalam penyebaran informasi terkait dengan tagar #PrayForKanjuruhan.

Dari gambar diatas peneliti mengambil lima akun yang memiliki sentralitas keperantaraan tertinggi yaitu @panditfootball, @joshuanade, @lantip, @okijogjezz, @al_lasan. Kelima aktor ini memiliki nilai keperentaraan tertinggi dalam jaringan yang mengindikasikan bahwa aktor ini saling berhubungan atau berinteraksi. Namun, dari kelima aktor ini hanya satu aktor yang peneliti pilih yang memiliki nilai keperantaraan yaitu @panditfootball. Sedangkan aktor @detikcom, @NarasiNewsroom, dan @VICE_ID tidak memiliki nilai keperentaraan dengan aktor lainnya. Artinya akun @panditfootball memiliki peran menjadi perantara atau penghubungan namun tidak dominan dan hanya menjadi perantara dalam anggota jaringannya sendiri terutama dalam menyediakan informasi dibandingkan dengan anggota lainnya terkait dengan #PrayForKanjuruhan. Selain itu, untuk menghubungi aktor @panditfootball harus melewati dua aktor terlebih dahulu yaitu @netijenomous dan waahyuu1987.

Dalam percakapan atau jaringan yang terkait dengan keyword atau tagar #PrayForKanjuruhan di media sosial Twitter, keempat aktor yang peneliti pilih memiliki angka atau nilai eigenvaktor yang tinggi. @panditfootball dengan nilai sempurna yaitu 1.0 artinya, akun ini memiliki pengaruh penting dalam percakapan terutama terkait dengan tagar #PrayForKanjuruhan. Hal ini juga berlaku untuk ketiga aktor lainnya yaitu @detikcom, @NarasiNewsroom, dan VICE_ID. Ketiga akun ini memiliki peran penting sama halnya dengan akun @panditfootball walaupun, ketiga akun

ini tidak memiliki nilai yang sangat tinggi namun, dengan hasil perhitungan eigenvaktor ini bisa disimpulkan bahwa ketiga akun ini memiliki peran yang sama penting dalam jaringan atau relasi terutama dalam penyebaran informasi mengenai #PrayForKanjuruhan.

B. Pola Jaringan Komunikasi



Gamba 4. Pola Jaringan Komunikasi Aktor

keempat aktor yaitu @panditfootball, @detikcom, @NarasiNewsroom, @VICE_ID merupakan pusat dari penyebaran informasi terkait #PrayForKanjuruhan di media sosial Twitter. Keempat aktor ini memiliki kepadatan yang sangat kecil yaitu dibawah 0,5. Kepadatan (density) mengukur atau manggambarkan intensitas antar anggota jaringan dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan satu sama lainnya. kepadatan yang tinggi menandakan aktor-aktor dalam jaringan berkomunikasi dengan intensitas yang tinggi, sedangkan aktor-aktor dalam jaringan yang memiliki kepadatan rendah bisa diartikan kurangnya interaksi yang terjadi dalam jaringan atau interaksi anggota tidak merata dan hanya sebagian aktor saja yang dominan. Sebuah percakapan atau interaksi yang memiliki kepadatan tinggi ditandai dengan nilai *density* diatas 0,5 sedangkan. Dibawah 0,5 artinya percakapan dalam jaringan tersebut tidak merata atau memang sedikit sekali yang berinteraksi.

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian pola jaringan komunikasi dari keempat aktor yaitu @panditfootball, @detikcom, @NarasiNewsroom, @VICE_ID memiliki pola berbentuk roda atau bintang. Pola roda atau bintang ini merupakan sebuah pola yang memiliki pemimpin yang berada di tengah atau pusat dan dalam pol aini hanya pemimpin saja yang bisa melakukan penyebaran informasi ataupun memulai percakapan artinya pemimpin di pusat ini bertindak sebagai komunikator sedangkan, anggota jaringannya hanya bisa menerima informasi dan melakukan timbal balik percakapan kepada pusat atau pemimpinnya. Keempat aktor menjadi pemimpin dalam jaringannya masing-masing dalam menyebarkan informasi ataupun melakukan interaksi yang terkait dengan tagar #PrayForKanjuruhan.

C. Aktor Kunci

Jika melihat keseluruhan data statistik atau data jaringan komunikasi yang sudah diolah oleh peneliti menggunakan Gephi, bisa disimpulkan bahwa aktor yang dominan atau menjadi kunci dalam percakapan #PrayForKanjuruhan dibandingkan dengan aktor lainnya di media sosial Twitter yaitu aktor @panditfootball. Dilihat dari profilnya saja aktor ini merupakan sebuah media yang berfokus kepada sepak bola, tentunya dengan ini akun @panditfootball hanya berfokus kepada pembahasan sepak bola saja dan segala sesuatu yang berkaitan termasuk tragedi kanjuruhan yang terjadi adalah tragedi sepak bola. Namun, jika kita melihat data mulai dari *Degree Centrality* dengan angka 1142 bahwa akun ini sangat popular pada percakapan #PrayForKanjuruhan di media sosial Twitter. *Closeness Centrality* dengan nilai 1.0 akun ini bisa mengjangkau dengan cepat aktor lainnya dalam jaringan secara langsung ataupun tidak. *Betweeness Centrality* dengan nilai 0.00002 yang menggambarkan bahwa akun ini menjadi

sumber dan penyedia sumber informasi dan bisa menentukan aktor dalam jaringan serta bisa digunakan untuk menghubungi aktor baik itu langsung atau harus melewati anggota lain. *Eigenvactor Centrality* akun ini memiliki nilai 1.0 dan menandakan bahwa akun ini dianggap penting atau memiliki pengaruh yang penting oleh aktor aktor dalam jaringan percakapan atau informasi mengenai #PrayForKanjuruhan.

Namun akun @panditfootball memiliki kelemahan yaitu kepadatan (*density*) yang kecil dibandingkan ketiga aktor lainnya. walaupun banyak orang yang melakukan retweet namun hasilnya jaringan yang dihasilkan longgar, artinya interaksi dan relasi antara aktor dan jaringannya pasif dan tidak interaktif. Akun @panditfootball hanya mendapatkan kepadatan sebesar 0.001 hal ini memberikan penjelasan bahwa semakin banyak *retweet* maka semakin banyak kelonggaran dalam suatu jaringan yang akhirnya membuat timbal balik tidak efektif yang akhirnya membuat tingkat kepadatannya menjadi lebih kecil.

D. Peran Twitter dalam Gerakan Sosial #PrayForKanjuruhan

Twitter sebagai sosial media memiliki karakteristik yang sama dengan sosial media lainnya yaitu mudah menyebar dengan cepat, hal ini sesuai dengan hasil data terutama aktor @panditfootbal sebagai media jurnalisme, aktor ini menyebarkan artikel yang berkaitan dengan tagar #PrayForKanjurhan akhirnya banyak yang melakukan retweet dan berkomentar terkait artikel yang di sebarkan bahkan mencapai total 4900 akun menurut data Drone Emprit.

Tagar #PrayForKanjuruhan datang dari kekecewaan masyarakat terhadap penyelenggara dan aparat berwajib yang dinilai gagal dalam melakukan keamanan terhadap kerusuhan yang terjadi, kejadian kanjuruhan yang menimpa banyak sekali korban dan memberikan nama buruk bagi sepak bola Indonesia. Tagar kerap digunakan untuk membantu menyebarkan opini dan membentuk gerakan sosial digital hal ini sesuai dengan teori framing gerakan sosial yang dikemukakan oleh (Sumarwan, 2018)

Twitter dalam hal ini sebagai sosial media telah berperan sebagai alat gerakan sosial digital yang efektif dan cepat terutama dalam menyebarkan opini serta narasi kepada khalayak masyarakat terutama dalam #PrayForKanjuruhan, dengan adanya tagar ini dan tagar-tagar yang berkaitan lainnya di Twitter, gerakan sosial digital ini tidak akan terjadi dan tentunya dengan adanya tagar ini di Twitter masyarakat yang bisa mendapatkan ide atau narasi yang sama terkait dengan #PrayForKanjuruhan yang akhirnya bisa terlibat dalam gerakan sosial di ruang digital hal ini sesuai dengan teori gerakan sosial baru yang dikemukakan oleh (Sukmana, 2016).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu Pola jaringan komunikasi setiap aktor dalam percakapan #PrayForKanjuruhan memiliki pola jaringan berbentuk roda atau bintang. Keempat aktor dalam jaringan, menjadi pemimpin dari setiap informasi yang disebarkan dan hanya memiliki interaksi dengan anggota jaringannya saja. Peranan setiap aktor dalam jaringan komunikasi, dari keempat aktor mereka semua memiliki peranan sebagai fasilitator informasi bagi anggota jaringan komunikasi yang berkaitan dengan tagar atau *keyword* #PrayForKanjuruhan. Aktor yang dominan atau sebagai aktor kunci dalam jaringan ini yaitu aktor atau akun dengan nama @panditfootball, yaitu sebuah akun yang memiliki total pengikut sebesar 641.7k serta memiliki perhitungan sentralitas yang paling tinggi diantara ketiga akun lainnya seperti *Degree Centrality* dengan nilai 1142 menjadikannya aktor yang popular, *Closeness Centrality* dengan nilai 1.0 yang menjadikan aktor ini memiliki kemampuan untuk menghubungi anggota jaringannya baik langsung ataupun tidak langsung secara cepat. *Betweeness Centrality* dengan nilai 0.00002 yang artinya akun ini menjadi sumber informasi, menentukan anggota jaringannya serta untuk menghubunginya harus melalui dua akun yaitu @netijenomous dan @waahyuu1987. *Eigenvactor Centrality* dengan nilai 1.0 yang artinya aktor ini memiliki pengaruh penting oleh aktor dalam jairngannya dalam penyebaran informasi terkait #PrayForKanjuruhan. Twitter sangat berperan penting dalam menyampaikan informasi secara efektif dan efisien dan dapat memunculkan gerakan sosial di Twitter dengan menggunakan Tagar #PrayForKanjuruhan dan opini serta narasi yang berkaitan dengan tragedi kanjuruhan.

Saran praktis yang bisa peneliti sampaikan yaitu untuk aktor yang bersifat jurnalisme untuk bisa melakukan interaksi terhadap audiens dan tidak hanya menyebarkan informasi secara pasif namun, aktif terutama dalam menyampaikan berita yang bersifat opini. Sedangkan, saran akademis yang bisa peneliti berikan yaitu Melakukan penelitian terkait dengan analisis sentimen dalam sosial media, Menggunakan level analisis yang lainnya tidak hanya level analisis aktor saja melainkan bisa menggunakan level analisis kelompok atau sistem, Melakukan analisis yang tidak hanya bersifat pada Jaringan Utuh, melainkan bisa melakukan penelitian atau analisis pada Jaringan yang

berpusat pada Ego (Ego Networks), Melakukan penelitian pada Gerakan sosial ataupun isu sosial yang lebih besar cakupannya dengan menggunakan metode Analisis Jaringan Komunikasi.

REFERENSI

Arifin, A. (2022, October 18). *132 Korban Meninggal Tragedi Kanjuruhan, Mereka Bukan Hanya Angka - Bola.net*. Bola.Net. https://www.bola.net/indonesia/132-korban-meninggal-tragedi-kanjuruhan-mereka-bukan-hanya-angka-033e5b.html

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, *23*(1), 46–65. https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282

Christian, & Sukendro, G. G. (2019). *Kreatif Hashtag (Analisis Deskriptif Makna Penggunaan Hashtag Pada Iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu Di Youtube)*.

Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, M. D. M., Prasetiyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (T. S. Tambunan, Ed.). Media Sains Indonesia. www.penerbit.medsan.co.id

Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi*.

Erwanti, M. O. (2022, October 5). *131 Tewas, Tragedi Kanjuruhan Laga Sepakbola Paling Mematikan Ke-2 di Dunia*. Detiknews. https://news.detik.com/berita/d-6330029/131-tewas-tragedi-kanjuruhan-laga-sepakbola-paling-mematikan-ke-2-di-dunia

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: a Critical Introduction, Second Edition*. www.newmediaintro.com

Luik, J. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar* (Vol. 1). Prenadamedia Group.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*.

Mustofa. (2019). *Peran Hashtag (#) dalam Media Sosial sebagai Upaya Branding Pustakawan* (Vol. 7, Issue 1).

Nasionalita, K., & Nugroho, C. (2021). *Proceeding Book of The 6th ICMEM* (Vol. 2021). Proceedings of International Conference on Management in Emerging Markets (ICMEM) SBM ITB. https://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/ProceedingSBMITB/article/view/4853/1767#

Nugroho, C. (2020). *Cyber Society : Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi* (Pertama). KENCAN A.

Nurdin, A., Chaidar, A., Nazaruddin, T., & Puteh, A. A. (2018). *Gerakan Sosial Keagamaan di Indonesia* (Vol. 1). Unimal Press.

Statista. (2022). *Countries with most Twitter users 2022 | Statista*. https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/

Sukmana, O. (2016). *Konsep dan Teori Gerakan Sosial* (Vol. 1). Intrans Publishing.

Sumarwan, A. (2018). Memahami Framing Gerakan Sosial. *BASIS*, 24–31.

Triastuti, E., Prabowo, D. A. I., & Nurul, A. (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial bagi Anak dan Remaja* (Vol. 1). Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Wahyudi. (2021). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Gerakan Sosial* (Wahyudi, Ed.; Vol. 1). BILDUNG.

We Are Social. (2022, February 15). *Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights*. DATAREPORTAL. https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia

Wiryono, S. (2022, October 2). *Pernyataan Lengkap Jokowi Terkait Tragedi Stadion Kanjuruhan*. Kompas.Com. https://nasional.kompas.com/read/2022/10/02/12365121/pernyataan-lengkap-jokowi-terkait-tragedi-stadion-kanjuruhan