

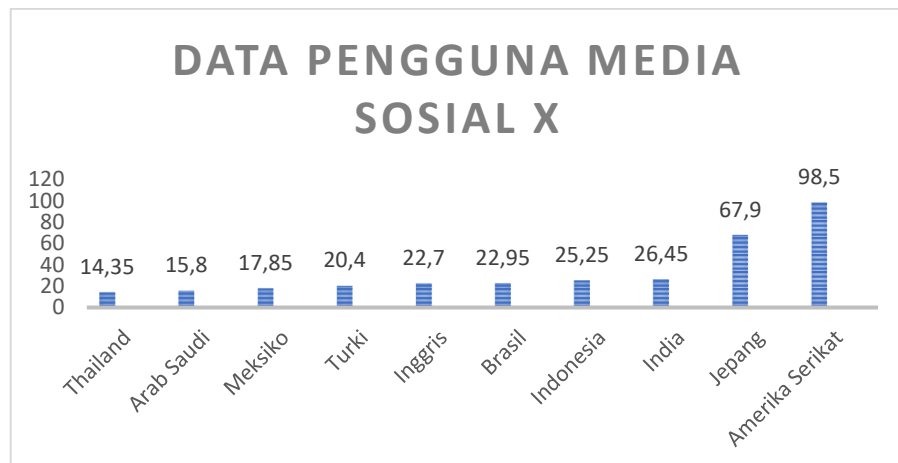
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi yang kini sudah berkembang sangat membantu manusia dalam memperoleh informasi. Bentuk komunitas virtual yang paling nyata adalah media sosial. Penyebaran informasi ini berlangsung melalui diskusi daring yang hanya dapat terjadi di platform media sosial. Salah satu platform yang paling sering dimanfaatkan adalah media sosial X, dimana yang sebelumnya dikenal sebagai media sosial Twitter. Platform media ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 2006 dan mengalami perubahan nama menjadi X di tahun 2023. Platform ini juga salah satu yang paling populer untuk berbagi informasi pribadi atau menjalin interaksi dengan orang lain didalam media sosial tersebut [1].

Penggunaan media sosial X di Indonesia sebelumnya menduduki peringkat ke 6 terbanyak dunia pada Mei 2023 akan tetapi peringkat Indonesia pada bulan Juni 2023 ini naik posisi ke 4 sebanyak 25.25 juta pengguna hal ini menjadikan bahwa masyarakat di Indonesia sangat membutuhkan Informasi [2].



Gambar 1. 1 Data pengguna media sosial X

Data diatas merupakan dari data kataboks.katadata.co.id tahun 2023. Urutan pengguna media sosial X pada bulan Juli 2023. Pengguna media sosial X yang paling banyak yaitu ada pada Negara Amerika Serikat sebanyak 98,5 juta pengguna,

nomor dua ada Negara Jepang sebanyak 67,9 juta pengguna, nomor 3 ada Negara India sebanyak 26,45 juta pengguna, pada nomor 4 ada Negara Republik Indonesia sebanyak 25,25 juta pengguna, nomor 5 terdapat Negara Brasil sebanyak 22,95 juta pengguna, Negara Inggris juga memiliki pengguna sebanyak 22,7 juta, dilanjutkan dengan Negara Turki dengan pengguna sebanyak 20,4 juta pengguna media sosial X, posisi nomor 8 ada Negara Meksiko yang memiliki pengguna sebanyak 17,85 juta pengguna. Pada urutan terakhir ini terdapat dua negara yaitu Arab Saudi dan Thailand dengan masing-masing banyak pengguna sebanyak 15,8 juta dan 14,35 juta pengguna [2].

Penggunaan media sosial X ada berbagai latar belakang yang berbeda serta berbagai kepentingan lainnya. Pengguna dapat melakukan promosi dengan menggunakan platform media sosial X untuk mempromosikan produknya atau menciptakan hubungan jaringan informasi antar pengguna di media sosial X [3]. Seperti halnya dengan industri perfilman ini penggunaan *keyword* seringkali digunakan untuk memberikan sebuah opini atau pendapat baik terhadap alur cerita dari sebuah film atau pemeran dari film tersebut. *Keyword* ini dapat menjadi penghubung antar pengguna media sosial yang dapat menciptakan hubungan jaringan komunikasi [4].

Pada platform media sosial X, penggunaan kata kunci dapat menjadi tren apabila banyak pengguna yang berinteraksi dengan kata kunci tersebut. Sebagai contoh, kata kunci terkait film *Vina Sebelum 7 Hari* dapat digunakan untuk menemukan dan bergabung dalam komunitas daring yang membahas topik tersebut [5]. Film *Vina Sebelum 7 Hari* merupakan film bergenre horor yang diangkat dari kisah nyata yang terjadi di tahun 2016 lalu. Film ini mengisahkan tragedi yang menimpa Vina dan Eky, yang kehilangan nyawa akibat pengeroyokan oleh geng motor di Kali Tanjung, Cirebon, Jawa Barat. Diproduksi oleh Dee Company dan disutradarai oleh Anggy Umbara, film yang dibintangi oleh sejumlah aktor dan aktris ternama yang ada Indonesia. Beberapa di antaranya adalah Nayla Denny Purnama sebagai Vina, Yusuf Mahardika sebagai Zaki, Lidya Kandou sebagai nenek Vina, Giselma Firmansyah sebagai Linda, serta sejumlah artis populer lainnya [6].

Film yang berjudul *Vina Sebelum 7 Hari* ini tayang pada tanggal 8 Mei 2024 yang lalu. *Keyword* atau *hashtag* dari film tersebut menjadi ramai dibahas dikalangan pengguna media sosial X dan sempat menjadi trending topik di media sosial X ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jaringan sosial pada studi kasus Film *Vina Sebelum 7 Hari* menggunakan pendekatan melalui *Social Network Analysis*.

Pada tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengguna yang mempunyai sebuah kelompok di media sosial yang berpengaruh besar dalam menyampaikan opini publik, mengidentifikasi pengguna yang berpotensi menjadi pendukung atau kritikus, dan menganalisis pola dari interaksi antar pengguna media sosial X. Selain itu, penelitian sebelumnya yang telah dilakukan pada tahun 2024 dengan judul “*Identifying Dominant Actors of Ferdy Sambo's Case Network on Social Media X/Twitter Using Social Network Analysis for Public Relations Strategy*”, metode *Social Network Analysis* digunakan untuk mengidentifikasi akun di Twitter dalam jaringan sosial yang terkait dengan kasus Ferdy Sambo [7]. Penelitian juga dilakukan pada tahun 2022 dengan judul “*Analisis Struktur Jaringan Komunikasi #SEAGAMES2022 di Twitter Menggunakan Pendekatan Social Network Analysis*”, dengan menggunakan metode analisis hubungan antar aktor di dalam jaringan ini, dapat diketahui bahwa kedekatan antar aktor ini sangatlah tinggi. Hal ini menyebabkan informasi didalam jaringan komunikasi dapat menyebar dengan sangat cepat [8].

Penelitian juga dilakukan pada tahun 2022 dengan judul “*Analisis Percakapan di Media Sosial Twitter Terkait Pemindahan Ibu Kota Menggunakan Social Network Analysis Berbasis Model Jejaring Tersentralisasi*”, penerapan metode *Social Network Analysis* dengan menggunakan model jejaring tersentralisasi ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna media sosial X (sebelumnya *Twitter*) dapat memberikan dukungan terhadap pemindahan ibu kota ke Kabupaten Penajam Paser Utara, Provinsi Kalimantan Utara. [9]. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan judul “*Analisis Centrality Aktor pada Penyebaran Informasi Kuliner di Media Sosial dengan menggunakan Social Network Analysis*”, dengan menggunakan *Social Network Analysis* ini dapat diperoleh hasil aktor yang paling berpengaruh dalam jaringan informasi khususnya pada bidang kuliner ini dapat membantu *owner* dari usaha kuliner sebagai salah satu

strategi bisnis. Akun yang berpengaruh paling besar yaitu akun yang bernama yanguning2 ini memiliki peran penting dalam jaringan informasi didalam media sosial X [10].

Penelitian terdahulu menjadi referensi yang relevan karena dengan menggunakan pendekatan dari *Social Network Analysis* (SNA) ini untuk menganalisis struktur jaringan serta pola interaksi antar pengguna di media sosial X. Namun, penelitian ini secara khusus menitik beratkan pada studi kasus film Vina Sebelum 7 Hari dengan menerapkan pendekatan yang sama melalui *Social Network Analysis*. Sehingga hasil dari analisis ini dapat memberikan visualisasi yang mendalam mengenai aktor-aktor yang berpengaruh serta pola interaksi antar pengguna di media sosial terkait pada studi kasus Film Vina Sebelum 7 Hari.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Permasalahan

Penggunaan kata kunci atau hashtag di media sosial X bertujuan untuk menemukan pengguna yang berhubungan langsung dengan film Vina Sebelum 7 Hari. Oleh karena itu, diperlukan aktor-aktor yang memiliki interaksi kuat dalam jaringan, yang akan memungkinkan perolehan informasi dengan cepat.

1.2.2 Metode Usulan

Metode yang dipakai adalah metode *Social Network Analysis*, dengan menerapkan SNA untuk menganalisis hubungan antar pengguna media sosial X dalam konteks studi kasus film Vina Sebelum 7 Hari. Analisis ini akan menghasilkan visualisasi jaringan sosial, yang dapat menggambarkan kelompok pengguna media sosial X yang memiliki pengaruh signifikan terhadap opini publik mengenai studi kasus film tersebut.

1.2.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan serta metode yang diusulkan, maka didapatkan pertanyaan bahwa:

Bagaimana menentukan hasil analisis aktor dari pengguna *Social Network Analysis* dapat mengidentifikasi aktor dominan dari media sosial X dalam studi kasus film Vina Sebelum 7 Hari?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk memahami bagaimana *Social Network Analysis* dapat mengidentifikasi aktor di media sosial X dalam konteks studi kasus film *Vina Sebelum 7 Hari*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari pengerjaan laporan ini adalah:

Memberikan rekomendasi ilmiah, khususnya dalam analisis jaringan sosial, dengan menggunakan kata kunci di media sosial X untuk mengidentifikasi pengguna yang memiliki pengaruh dalam pembentukan jaringan komunikasi di platform tersebut.

1.4 Batasan Masalah

Pada penyelesaian penelitian ini memiliki beberapa batasan masalah, berikut merupakan batasan masalah yang harus diperhatikan:

1. Penelitian ini hanya melibatkan pengguna media sosial X yang mendiskusikan film "*Vina Sebelum 7 Hari*," dengan data yang diperoleh berupa *tweet* yang mengandung kata kunci *Sebelum 7 Hari*. Data yang dikumpulkan berjumlah 551 *tweet* dalam periode 8 Mei 2024 hingga 27 Januari 2025.
2. Data yang dianalisis terdiri dari tiga atribut, yaitu *username*, *target*, dan jenis *tweet*.
3. Penelitian ini menerapkan metode *Social Network Analysis* (SNA).
4. Fokus penelitian ini adalah pada analisis jaringan sosial X sebagai platform yang digunakan untuk membahas studi kasus film *Vina Sebelum 7 Hari*.
5. Metode *Social Network Analysis* digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi dan menghitung nilai *Degree Centrality*, *Betweenness Centrality*, *Closeness Centrality*, dan *Eigenvector Centrality*.
6. Hasil penelitian ini adalah daftar aktor dominan berdasarkan nilai *Degree Centrality*, *Betweenness Centrality*, *Closeness Centrality*, dan *Eigenvector Centrality*.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan ini berisi penjelasan mengenai latar belakang pembuatan penelitian ini, rumusan masalah yang menjadi fokus untuk mendapatkan solusi yang diinginkan, tujuan dan manfaat dari penelitian ini, serta jenis metodologi yang diterapkan dalam laporan penelitian tersebut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab Tinjauan Pustaka ini akan membahas berbagai landasan teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini, serta konsep-konsep yang relevan yang dihubungkan dengan permasalahan yang ada.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab Metode Penelitian ini menjelaskan secara rinci mengenai tahapan-tahapan analisis penelitian, kerangka penelitian, serta metode-metode yang diterapkan dalam penelitian tersebut.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab Hasil dan Pembahasan ini menjelaskan langkah-langkah mulai dari pengumpulan data (*Crawling*) yang diikuti oleh pemrosesan data (*Preprocessing*) untuk mendapatkan data yang bersih dari duplikasi. Hasil dari tahapan *Preprocessing* akan digunakan dalam tahapan *Social Network Analysis* beserta visualisasinya.

BAB V PENUTUP

Bab penutup ini berisi tentang menjelaskan bagaimana hasil penelitian dari *Social Network Analysis* yang mengidentifikasi aktor dominan di setiap jenis *Centrality*, serta memberikan saran bagi pihak lain yang ingin melanjutkan dengan studi kasus yang sama atau berbeda menggunakan metode lain selain *Social Network Analysis*.