

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial merupakan alat komunikasi jarak dekat dan jauh bagi kehidupan masyarakat di era digital saat ini. Tingginya angka penggunaan media sosial menjadi faktor utama dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap penyebaran informasi, terutama pada media online seperti *Twitter*, Facebook, dan Instagram[1]. Media sosial merupakan sarana berbasis internet yang memungkinkan pengguna baik individu, kelompok dan organisasi untuk berinteraksi baik secara langsung atau tidak langsung dalam cakupan yang luas dan sempit. Sehingga dapat membangun komunitas agar dapat membuat, berkreasi, memodifikasi, berbagi dan terlibat dengan konten yang dibuat.

Pada tahun 2006 Jack Dorsey membentuk *Twitter Inc* yang mengoperasikan situs web yang bernama *Twitter*[2]. *Twitter* merupakan media sosial yang dapat digunakan dengan mudah tidak memerlukan waktu yang lama dalam penggunaan dan penyebaran informasi secara luas. *Twitter* memiliki beberapa fitur menarik diantaranya : *Tweet* (kicauan), *Follower* (pengikut), *Following* (mengikuti), *Reply*, *Retweet*, *Mentions*, dan *Hashtag*. *Twitter* menjadi tempat berbagi informasi dengan orang yang membaca *tweets* mereka. *Twitter* memiliki banyak postingan omong kosong pengguna namun tidak hanya itu, *Twitter* juga dapat memberikan informasi atau berita yang sedang beredar dan terjadi serta informasi bermanfaat lainnya.

Dalam sejarah pemilihan Presiden dan Wakil Presiden yang diadakan secara langsung dimulai dari amandemen UUD 1945 yang ke 3 pada tahun 2001. Pasal 6A Ayat(1) UUD menerangkan, bahwa Presiden dan Wakilnya dipilih langsung secara berpasangan oleh rakyat. Pilpres 2024 merupakan sebuah demokrasi dalam memilih Presiden dan Wakilnya dengan masa mengabdikan selama 5 Tahun, dari Tahun 2024 hingga 2029 yang nantinya diselenggarakan pada hari Rabu, 14 Februari 2024. Ini adalah pemilihan Presiden yang ke-5 secara langsung di Indonesia. Pemilihan Presiden dan Wakilnya akan diselenggarakan bersama dengan Pemilihan Umum anggota lembaga legislatif di seluruh Indonesia. Dengan adanya Pemilu yang akan dilaksanakan tahun depan, maka banyak perbincangan mengenai kandidat calon Presiden dan Wakilnya diberbagai media sosial terutama pada *Twitter*. Dengan adanya topik perbincangan yang sedang ramai di media sosial *Twitter*, para calon Presiden maupun Wakil Presiden dapat memanfaatkan kesempatan ini sebagai media promosi atau kampanye. Untuk memperoleh hasil yang maksimal, dan hal tersebut dilakukan agar jangkauan kampanye semakin luas.

Dengan adanya topik tersebut peneliti ingin melakukan penelitian dengan menggunakan SNA untuk menganalisis pola penyebaran dukungan terhadap calon Presiden dan Wakilnya di Pemilu 2024. Dimana nantinya hasil yang akan diperoleh adalah aktor yang paling berpengaruh dalam penyebaran dukungan terhadap calon Presiden sehingga dapat menggunakan aktor tersebut untuk melakukan promosi dengan hasil yang maksimal.

Social Network Analysis (SNA) merupakan sesuatu yang meninjau susunan hubungan sosial yang terjadi antara individu atau komunitas lain yang terikat dengan sikap atau perilaku. Hubungan tersebut bisa dijabarkan dengan *nodes* dan *edges*. *Node* berarti aktor didalam jaringan sedangkan *edges* merupakan garis yang menghubungkan *node* satu dengan yang lain. SNA ialah metode identifikasi yang digunakan pada pola hubungan sosial antar aktor di dalam jaringan sosial[3].

Adapun peneliti sebelumnya yang menggunakan SNA dengan judul Komunikasi Politik Daring : Studi Perbincangan Politik di *Twitter* Pada Masa Kampanye Pemilihan Presiden 2019. Menunjukkan hasil bahwa analisis yang dilakukan pada jaringan dengan #2019TetapJokowi menyatakan dalam pembahasan politik daring tidak selalu terpolarisasi dalam jejaring sosial. Namun pada #2019GantiPresiden secara politik terpolarisasi. Dalam waktu 30 hari terdapat 98.917 *tweet* yang diunggah oleh pengguna *Twitter* dengan #2019TetapJokowi, memiliki angka *retweet*, *reply*, dan *mention* lebih kecil dalam jaringan ini dibandingkan dengan #2019GantiPresiden. Sedangkan pada #2019GantiPresiden terdapat 24.219 *tweet*. Dalam perhitungan *betweenness centrality* aktor paling berpengaruh dalam jaringan #2019GantiPresiden adalah yang memiliki latarbelakang politikus dengan nilai tertinggi adalah @prabowo, sedangkan pada #2019TetapJokowi aktor berpengaruh berlatarbelakang warganet tampak lebih dominan daripada politikus, selain netizen aktor yang berpengaruh pada jaringan ini merupakan seorang politikus dengan nilai tertinggi adalah @jokowi[4].

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui proses interaksi antar akun dan mengidentifikasi aktor berpengaruh dalam penyebaran dukungan terhadap calon Presiden 2024 sehingga ditemukan aktor utama sebagai kunci suatu *network*. Penelitian ini memanfaatkan metode *Social Network Analysis* untuk mengidentifikasi aktor yang paling menonjol dalam percakapan publik di media sosial *Twitter* terhadap calon Presiden di Pemilu 2024. Serta untuk mengetahui nilai *Centrality* yang ada dan mengetahui aktor komunitas yang berperan penting dalam penyebaran dukungan terhadap calon Presiden 2024. Selanjutnya, keluaran dari penelitian ini diharapkan dapat menggunakan aktor yang paling berpengaruh dalam menyebarkan dukungan terhadap calon Presiden pada Pemilu

2024 dan menghasilkan analisa *wordcloud* untuk mengetahui kata dominan dari pembahasan publik terhadap calon Presiden di Pemilu 2024.

1.2. Perumusan Masalah

1.2.1. Permasalahan

Didalam pemilihan umum Presiden yang akan dilaksanakan pada tahun 2024 banyak sekali warganet atau *netizen* yang membicarakan mengenai bakal calon presiden yang akan maju pada pilpres di media sosial terutama *Twitter*. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh para calon yang akan maju untuk melakukan kampanye secara online. Namun didalam percakapan yang terjadi di *Twitter* belum diketahui akun siapa yang paling berpengaruh dalam pembahasan bakal calon presiden yang akan maju, serta apa saja yang dibahas dalam diskusi tersebut. Dibutuhkan metode dalam teknik pengukuran untuk mengukur hubungan dan interaksi yang terjadi antar akun, dan menampilkan kata-kata yang sering dibahas warganet di *Twitter* mengenai hal tersebut.

1.2.2. Solusi Permasalahan

Pemanfaatan *Social Network Analysis* untuk menganalisis dan memetakan peran serta interaksi para pengguna media sosial *Twitter* dalam jaringan sosial terhadap bakal calon Presiden di Pilpres 2024 dengan memvisualisasikan dalam bentuk graf untuk memodelkan hubungan antara akun satu dengan lainnya, serta menggunakan *wordcloud* dalam memvisualisasikan kata-kata yang sering dibahas oleh warganet di *Twitter*.

1.2.3. Pertanyaan Penelitian

1. Siapa aktor berpengaruh dalam pembahasan publik di media sosial *Twitter* mengenai bakal calon Presiden 2024 dengan menggunakan SNA?
2. Bagaimana menganalisis kata dominan dalam diskusi publik bakal calon Presiden di Pilpres 2024?

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis interaksi antar *user* dalam menentukan aktor berpengaruh dalam pembahasan publik bakal calon Presiden 2024 dengan menggunakan *Social Network Analysis* dan divisualisasikan dalam bentuk Graf.
2. Untuk mengetahui kata dominan dalam diskusi publik bakal calon Presiden di Pilpres 2024 menggunakan *wordcloud*.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran penyebaran pola interaksi *user* di media sosial *Twitter* terhadap calon Presiden di Pemilu 2024 agar dapat mempromosikan diri dan berkampanye secara daring atau *online* dari media sosial *Twitter*. Dengan harapan jangkauan kampanye yang luas dan memperoleh hasil maksimal. Serta dapat digunakan sebagai salah satu referensi ataupun perbandingan untuk penelitian berikutnya, ataupun untuk pengembangan lebih lanjut mengenai ilmu *Social Network Anlysis*.

1.4. Batasan Masalah

Dalam melaksanakan penelitian diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Pengambilan data berupa *tweets* yang berkorelasi dengan kata kunci “pilpres2024” pada tanggal 28 Januari 2023 sebanyak 3015 *tweet*, “calon presiden 2024” pada tanggal 30 Januari 2023 sebanyak 1094 *tweet*, dan “capres 2024” pada tanggal 30 Januari 2023 sebanyak 1324 *tweet*, yang memiliki 36 atribut data.
2. Data yang dianalisa merupakan data yang sudah melewati tahapan *preprocessing data* dan memiliki 3 atribut data yaitu *username*, *target*, dan *type tweets*, dengan mengambil *screen name* akun.
3. Menggunakan metode SNA dengan perhitungan nilai *Degree Centrality*, *Betweenness Centrality*, *Eigenvector Centrality* dan *Closeness Centrality* untuk melakukan deteksi komunitas.
4. Menggunakan *wordcloud* untuk memvisualisasikan kata.
5. Penelitian ini tidak ada unsur kegiatan politik dan bisnis, melainkan hanya untuk penelitian saja.

1.5. Sistematika Penulisan

Agar penyusunan lebih teratur dan terstruktur pada pembuatan tugas akhir, terdapat beberapa bab sebagai berikut ini:

Bab I Pendahuluan

Berisi penjelasan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, batasan masalah, dan sistematika penulisan yang akan dibuat.

Bab II Tinjauan Pustaka

Selanjutnya menjelaskan tentang beberapa teori yang berhubungan dalam penelitian tugas akhir ini.

Bab III Metode Usulan

Menjelaskan rangkaian beberapa tahap pada penelitian seperti, waktu dan tempat pelaksanaan, kerangka dan metode yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV Hasil Dan Pembahasan

Menjelaskan secara detail keseluruhan hasil dari analisa yang dilakukan dalam penelitian.

Bab V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran hasil analisa penelitian.