

## ABSTRAK

Polri mengalami pasang surut dalam membangun citra positif dalam berinteraksi dengan masyarakat. Penurunan kepercayaan ini disebabkan oleh munculnya beragam isu yang menunjukkan rendahnya kinerja kepolisian. Pada studi kasus Ferdy Sambo, kinerja dan integritas Polri dipertaruhkan dan kepekaan Polri untuk memenuhi ekspektasi publik. Salah satu solusi untuk memperbaiki citra adalah melalui strategi *public relations* efektif. Namun, untuk mengembangkannya, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik dan pola interaksi antara media sosial melalui analisis jaringan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aktor Twitter dalam studi kasus Irjen Ferdy Sambo dengan menerapkan metode *centrality* pada *Social Network* pengguna *Analysis*. Hasil analisis sentralitas pada jaringan menunjukkan variasi tingkat sentralitas yang beragam. Akun @Zaindamai mendominasi dengan nilai tertinggi *Degree Centrality* (0.426829), menandakan banyaknya koneksi dalam jaringan. Peran utama dalam menyebarkan informasi dipegang oleh @Zaindamai dengan nilai *Betweenness Centrality* tertinggi (0.325748), menunjukkan perannya dalam menghubungkan berbagai jaringan. @Rizkynu46127931 menonjol dalam *Closeness Centrality* dengan nilai tinggi (0.497791), menandakan akses cepat dan efisien ke seluruh bagian dalam jaringan sosial. Selain itu, @Rizkynu46127931 memiliki pengaruh signifikan dalam jaringan berdasarkan *Eigenvector Centrality tertinggi* (0.245625). Tabel sentralitas ini membentuk dasar untuk merumuskan strategi *Public Relations* yang lebih terfokus, meningkatkan efisiensi komunikasi dengan pemangku kepentingan, dan merancang rencana *Public Relations* yang lebih konkret.

**Kata kunci:** *Social Network Analysis, Strategi Public Relations, Twitter, Citra Organisasi*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji beserta syukur ucapkan kehadiran Allah Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang **“Pemanfaatan Media Sosial Twitter Untuk Identifikasi Aktor Dominan Jaringan Polri Dengan Rekomendasi Strategi Public Relations Berbasis Social Network Analysis”**

Tentu terbentuknya skripsi ini tidak akan berjalan dengan semestinya tanpa doa, arahan, kritikan, dan harapan dari beberapapihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih penulis kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kenikmatan serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi.
2. Terima kasih dari hati yang tulus kepada sosok yang sangat menginspirasi yaitu kedua orang tua saya Bapak Matono dan Antikah serta keluarga penulis yang selalu mendukung, mendoakan, mengingatkan dan mengarahkan sehingga penulis semangat untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
3. Bapak Dr. Budi Dwi Satoto, S.T., M.Kom. sebagai dosen pembimbing 1 dan Koordinator program studi Sistem Informasi. yang membimbing dan memberi arahan dalam proses pengerjaan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Novi Prastiti, S.Kom., M.Kom. sebagai dosen pembimbing 2 yang berkenan memberikan ilmu, waktu, tenaga untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Dosen Penguji yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, kritik dan saran yang membangun serta sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Universitas Trunojoyo Madura yang telah menyalurkan ilmunya kepada penulis baik selama perkuliahan maupun diluar perkuliahan.
7. Seluruh pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi yang belum penulis ucapkan satu persatu.

Penulis dengan tulus menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki ruang untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Kritik dan saran dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat dan kebaikan bagi kita semua. Aamiin

## DAFTAR ISI

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                     | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                 | ii  |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....    | iii |
| MOTTO.....                              | iv  |
| ABSTRAK .....                           | v   |
| DAFTAR ISI.....                         | vii |
| DAFTAR GAMBAR .....                     | x   |
| DAFTAR TABEL .....                      | xi  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                 | 1   |
| 1.1 Latar Belakang.....                 | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                | 3   |
| 1.2.1 Permasalahan .....                | 3   |
| 1.2.2 Metode Usulan.....                | 3   |
| 1.2.3 Pertanyaan Penelitian .....       | 3   |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat.....             | 3   |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian.....            | 3   |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian.....           | 3   |
| 1.4 Batasan Masalah .....               | 4   |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....         | 4   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....            | 6   |
| 2.1 Landasan Teori .....                | 6   |
| 2.1.1 Sosioteknologi .....              | 6   |
| 2.1.2 Media Sosial .....                | 6   |
| 2.1.3 <i>Twitter</i> .....              | 6   |
| 2.1.4 Tugas Pokok dan Fungsi Polri..... | 6   |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.5 <i>Preparation Data for Social Network Analysis</i> ..... | 7  |
| 2.1.6 <i>Strategi Public Relations</i> .....                    | 7  |
| 2.1.7 <i>Pencitraan Organisasi</i> .....                        | 8  |
| 2.1.8 <i>Social Network Analysis</i> .....                      | 8  |
| 2.1.9 <i>Metode Centrality</i> .....                            | 9  |
| 2.2 <i>Penelitian Terdahulu</i> .....                           | 15 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                  | 22 |
| 3.1 <i>Kerangka Penelitian</i> .....                            | 22 |
| 3.2 <i>Spesifikasi Kebutuhan</i> .....                          | 23 |
| 3.3 <i>Alur Penelitian</i> .....                                | 23 |
| 3.3.1 <i>Scraping Data</i> .....                                | 23 |
| 3.3.2 <i>Preprocessing data</i> .....                           | 24 |
| 3.3.3 <i>Definisi Variabel dan Operasional Variabel</i> .....   | 25 |
| 3.3.4 <i>Analisis Centrality</i> .....                          | 25 |
| 3.3.4.1 <i>Degree Centrality</i> .....                          | 25 |
| 3.3.4.2 <i>Betweenness Centrality</i> .....                     | 25 |
| 3.3.4.3 <i>Closeness Centrality</i> .....                       | 26 |
| 3.3.4.4 <i>Eigenvector Centrality</i> .....                     | 26 |
| 3.3.5 <i>Visualisasi data</i> .....                             | 26 |
| 3.3.6 <i>Rekomendasi Strategi Public Relations</i> .....        | 26 |
| 3.3.7 <i>Kesimpulan</i> .....                                   | 27 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                               | 28 |
| 4.1. <i>Scraping Data</i> .....                                 | 28 |
| 4.2. <i>Preprocessing Data</i> .....                            | 28 |
| 4.3. <i>Social Network Analysis</i> .....                       | 30 |
| 4.4. <i>Degree Centrality</i> .....                             | 32 |
| 4.5. <i>Betweenness Centrality</i> .....                        | 36 |

|                            |                                                    |    |
|----------------------------|----------------------------------------------------|----|
| 4.6.                       | <i>Closeness Centrality</i> .....                  | 38 |
| 4.7.                       | <i>Eigenvector Centrality</i> .....                | 40 |
| 4.8.                       | Rekomendasi Strategi <i>Public Relations</i> ..... | 43 |
| BAB V PENUTUP .....        |                                                    | 47 |
| 5.1.                       | Kesimpulan .....                                   | 47 |
| 5.2.                       | Saran .....                                        | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA .....       |                                                    | 49 |
| LAMPIRAN .....             |                                                    | 52 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... |                                                    | 53 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Model pembentukan citra .....                                               | 8  |
| Gambar 2. 2 Contoh Grafik Jaringan .....                                                | 9  |
| Gambar 2. 3 Perhitungan pada <i>Degree Centrality</i> .....                             | 10 |
| Gambar 2. 4 Perhitungan pada <i>Betweenness Centrality</i> .....                        | 11 |
| Gambar 2. 5 Perhitungan pada <i>Closeness Centrality</i> .....                          | 12 |
| Gambar 3. 1 Gambar blok diagram <i>Social Network Analysis</i> .....                    | 22 |
| Gambar 3. 2 Contoh sampel data .....                                                    | 24 |
| Gambar 3. 3 Contoh Hasil <i>Preprocessing</i> .....                                     | 24 |
| Gambar 3. 4 Alur Keterkaitan SNA dan <i>Strategi Public Relations</i> .....             | 26 |
| Gambar 4. 1 Algoritma penyaringan data duplikat .....                                   | 29 |
| Gambar 4. 2 Hasil <i>Preprocessing Data</i> .....                                       | 30 |
| Gambar 4. 3 Algoritma perhitungan persentase <i>edges</i> .....                         | 31 |
| Gambar 4. 4 Persentase jenis <i>edges</i> .....                                         | 31 |
| Gambar 4. 5 <i>Import Library</i> .....                                                 | 32 |
| Gambar 4. 6 <i>Degree Centrality</i> .....                                              | 32 |
| Gambar 4. 7 <i>Import Library Visualisasi Degree Centrality</i> .....                   | 34 |
| Gambar 4. 8 Variabel untuk Visualisasi graph .....                                      | 34 |
| Gambar 4. 9 Memanggil graph untuk <i>Degree Centrality</i> .....                        | 35 |
| Gambar 4. 10 Visualisasi <i>Degree Centrality</i> Jaringan Irjen Ferdy Sambo .....      | 35 |
| Gambar 4. 11 <i>Betweenness Centrality</i> .....                                        | 36 |
| Gambar 4. 12 Visual graph <i>Betweenness Centrality</i> .....                           | 37 |
| Gambar 4. 13 Visualisasi <i>Betweenness Centrality</i> Jaringan Irjen Ferdy Sambo ..... | 38 |
| Gambar 4. 14 <i>Closeness Centrality</i> .....                                          | 38 |
| Gambar 4. 15 Visual graph <i>Closeness Centrality</i> .....                             | 39 |
| Gambar 4. 16 Visualisasi <i>Closeness Centrality</i> Jaringan Irjen Ferdy Sambo .....   | 40 |
| Gambar 4. 17 <i>Eigenvector Centrality</i> .....                                        | 41 |
| Gambar 4. 18 Visual Graph <i>Eigenvector Centrality</i> .....                           | 42 |
| Gambar 4. 19 Visualisasi <i>Eigenvector Centrality</i> Jaringan Irjen Ferdy Sambo ..... | 43 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                                                | 16 |
| Tabel 3. 1 Tabel Spesifikasi Kebutuhan.....                                          | 23 |
| Tabel 3. 2 Tabel Variabel.....                                                       | 25 |
| Tabel 4. 1 Tabel Atribut Data.....                                                   | 28 |
| Tabel 4. 2 Atribut yang digunakan dalam membentuk <i>Node</i> dan <i>edges</i> ..... | 29 |
| Tabel 4. 3 Tabel Nilai <i>Degree Centrality</i> .....                                | 33 |
| Tabel 4. 4 Tabel Nilai <i>Betweenness Centrality</i> .....                           | 36 |
| Tabel 4. 5 Tabel Nilai <i>Closeness Centrality</i> .....                             | 39 |
| Tabel 4. 6 Tabel Nilai <i>Eigenvector Centrality</i> .....                           | 41 |
| Tabel 4. 7 Nilai <i>Degree Centrality</i> .....                                      | 44 |
| Tabel 4. 8 Nilai <i>Betweenness Centrality</i> .....                                 | 44 |
| Tabel 4. 9 Nilai <i>Closeness Centrality</i> .....                                   | 45 |
| Tabel 4. 10 Nilai <i>Eigenvector Centrality</i> .....                                | 46 |