

ANALISIS AKTOR DAN SENTIMEN JARINGAN KOMUNIKASI POPULARITAS TOKOH POLITIK PADA WEBSITE DRONE EMPRIT

Raihan Naufal Aeolia¹, Yanti Trianita²

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma^{1,2}

raihannaufalaeolia@gmail.com¹, yantitrianita@staff.gunadarma.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui level aktor pada jaringan komunikasi dan sentimen jaringan pada cuitan yang berkaitan dengan kata “Popularitas Tokoh Politik” di Twitter. Penelitian ini menggunakan Teori Agenda Setting dengan metode penelitian kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui level aktor dalam jaringan komunikasi terkait “Popularitas Tokoh Politik” di Twitter dan menganalisis jumlah penyebutan dan sentimen yang muncul dari cuitan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tokoh dengan banyak mention dan sentimen positif, seperti Ridwan Kamil, menunjukkan pengaruh yang signifikan, sementara tokoh dengan sentimen negatif, seperti AHY, menghadapi tantangan dalam citra publik. Analisis sentimen membantu memahami bagaimana masyarakat merespons keberadaan tokoh politik, mencerminkan dinamika politik yang kompleks di masyarakat. Selain itu, implementasi dari analisis popularitas tokoh politik ini memungkinkan pemantauan real-time terhadap opini publik dan pengembangan strategi komunikasi yang efektif berdasarkan sentimen yang terungkap. Selain itu, penelitian ini berfungsi sebagai alat deteksi dini untuk potensi krisis reputasi dan membantu memahami ekspektasi publik terhadap tokoh-tokoh politik.

Kata Kunci: Drone Emprit, Level Aktor, Popularitas Tokoh Politik, Sentimen

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna (Haryanto, 2024). Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mengakibatkan kebutuhan masyarakat akan informasi semakin meningkat. Digitalisasi telah mengubah cara masyarakat mengakses, mengolah, dan mendistribusikan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, informasi dapat diakses kapan saja dan dimana saja tanpa batasan jarak, ruang, dan waktu. Kemudahan akses informasi di era digital membawa dampak ganda: di satu sisi memfasilitasi penyebaran pengetahuan secara demokratis, namun di sisi lain menciptakan tantangan baru berupa penyebaran misinformasi.

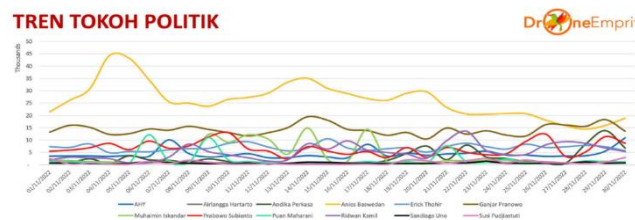
Media sosial memiliki salah satu peran yang sangat penting untuk mendapatkan informasi dari media atau sebagai sarana untuk menyebarkan informasi. Media sosial sangat populer karena menawarkan setiap pengguna kesempatan untuk berpartisipasi secara langsung dengan mudah. Selain interaksi sosial, pengguna juga menggunakan media sosial untuk berbagi pandangan atau pendapat mereka tentang sesuatu. Melalui media sosial, masyarakat dapat dengan mudah berpartisipasi dalam menyuarakan suara dan pikirannya. Salah satu media sosial yang sangat populer di masyarakat adalah Twitter (Katarzyna, 2024).

Twitter memiliki salah satu *hashtag* atau identitas yang menandakan bahwa suatu topik sedang hangat dibicarakan, sering disebut dengan *trending topic*. Tujuan dari *hashtag* adalah

untuk menyoroti status media sosial dari suatu topik yang dibagikan di Twitter. Setiap pengguna twitter di Indonesia berpeluang menyebarkan berita, informasi, dan begitu pula jaringan komunikasi yang terjadi pada *hashtag* hingga dapat membangkitkan relasi pengguna Twitter lainnya (trends24, 2024).

Perkembangan teknologi terutama kehadiran media sosial berimplikasi pada politik. Studi yang dilakukan di Amerika Serikat menunjukkan bahwa media sosial merupakan alat kampanye yang efektif. Sebelum era media sosial di negeri Paman Sam, para politikus memanfaatkan internet untuk media kampanye (Taufik, 2024). Media sosial dapat memunculkan opini publik tentang posisi politik dan membangun dukungan masyarakat untuk kampanye saat ini. Menurut Silih Agung Wasesa, media digital baru membuat informasi politik menjadi lebih komprehensif, tetapi juga lebih cepat dan interaktif.

Saat ini, banyak partai Indonesia yang sudah memiliki akun Facebook, Twitter, dan YouTube selain situs resmi partai. Setiap politisi juga memiliki akun pribadi, seperti Menteri Komunikasi dan Informatika Tifatul Sembiring (Twitter @tifsembiring), Menteri Pemuda dan Olahraga Roy Suryo (Twitter @KRMTRoySuryo). Bahkan akun Twitter Presiden Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono (@sbyudhoyono) memiliki status akun terverifikasi, artinya telah diverifikasi oleh Twitter. Politisi lain yang memiliki akun Twitter, misalnya Prabowo (@Prabowo08) dan Wiranto (@wiranto1947). Jadwal kerja, opini atas kejadian terkini atau percakapan santai, hingga respon mention publik menjadi hal yang biasa muncul di timeline Twitter para tokoh politik tersebut. Media sosial menawarkan kesempatan kepada aktor politik untuk menarik pemilih saat berinteraksi langsung dengan publik (Erayani & Arwani, 2020).



Gambar 1: Tren tokoh politik di Indonesia

Sumber: dronempriti

Pemberitaan dan perbincangan seputar Anies, jauh di atas para tokoh politik lainnya. Puncak pembahasan terjadi pada 5 November 2023, hal itu didorong oleh kunjungan Anies ke Medan. Ganjar Pranowo berada di posisi kedua setelah Anies dengan kenaikan yang sangat tinggi pada akhir November, didorong pembahasan tentang “Rambut Putih”. Pergerakan tren yang tinggi juga ditemukan pada Erick Thohir, terutama didorong aktivitas partisipasi BUMN dalam acara G20 dan dukungan agar Erick berkompetisi pada Pilpres 2024 (Emprit, 2022).



Gambar 2: Popularitas tokoh politik di media sosial dan media online

Sumber: dronempriti

Dari 1–30 November, Anies menjadi tokoh yang populer dalam pemberitaan dan perbincangan di media sosial, diikuti Ganjar dan Prabowo Subianto. Sedangkan Sandiaga Uno dan Airlangga Hartarto menjadi tokoh yang paling minim popularitasnya. Di media online, Anies (40.791 mention) menjadi tokoh yang paling banyak diberitakan, disusul Ganjar (30.740 mention), dan Andika Perkasa (14.378 mention). Di media sosial, Anies (745.501 mention) juga menjadi tokoh yang paling banyak dibincang, disusul Ganjar (389.787 mention), dan Erick Thohir (197.050 mention) (Emprit, 2022).

Pesta demokrasi yang akan dilaksanakan oleh Negara Indonesia pada Tahun 2024 mendatang sudah dimulai sejak Bulan Juni 2022. Pesta demokrasi tersebut merupakan pemilihan umum Calon Presiden dan Wakil Presiden, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD) dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Pelaksanaan pemilu tersebut sudah disepakati oleh para penyelenggara Pemilu dan Pemerintah yang nantinya akan digelar pada Tanggal 14 Februari 2024.

Hal ini menyebabkan berbagai sentimen positif dan sentimen negatif dalam percakapan dan pemberitaan. Informasi ini menjadi isu hangat yang bergejolak menimbulkan opini pro dan kontra di sosial media salah satunya di Twitter (X). Untuk mengetahui jaringan aktor dan sentimen jaringan dari cuitan pengguna Twitter menggunakan kata kunci “Popularitas Tokoh Politik”, peneliti mempresentasikan dari hasil analisis aktor dan analisis isi sentimen jaringan menggunakan data yang sudah tersedia di website Drone Emprit (PWMU.CO, 2023). Relasi seperti *mention*, *tweet*, *retweet* dan *like* pada jejaring sosial Twitter dapat mempengaruhi tingkat kepopuleran suatu aktor.



Gambar 1: Logo Drone Emprit
Sumber: dronemprit

Drone Emprit adalah sebuah sistem untuk memonitor dan menganalisis media sosial dan platform online yang berbasis big data. Drone Emprit menggunakan keahlian *artificial intelligence* dan *natural learning process* (NLP). Drone Emprit menyajikan peta *social network analysis* tentang penyebaran suatu informasi. Dan hasil analisisnya dipaparkan pada laman <https://pers.droneemprit.id/> dengan tagline: *We don't claim to be neutral, but we insist on being truthful* (Kami tidak mengklaim netral, tapi kami bersikeras untuk jujur) (PWMU.CO, 2023).

Drone Emprit dikembangkan oleh Astramaya adalah perusahaan pemula atau *startup* yang berfokus pada analisis data. Astramaya maju dalam menganalisis percakapan dan berita baik media sosial maupun media massa menggunakan perangkat lunak media Kernels. Media Kernels merupakan sebuah sistem yang berfungsi untuk memonitor serta menganalisa media sosial dan platform online yang berbasis teknologi big data. Drone Emprit menggunakan keahlian *artificial intelligence* dan *Natural learning process* (NLP). Drone Emprit mampu menyajikan peta sosial Network analysis (SNA) tentang bagaimana sebuah hoax berasal, menyebar, siapa influencers pertama, dan siapa groupnya (Rahman, 2022).

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Jaringan, Sentimen, dan Isi

Analisis jaringan komunikasi dalam media sosial dapat diidentifikasi berdasarkan beberapa kriteria. Pertama, komponen, pengelompokan aktor yang minimal hanya memiliki satu relasi jaringan. Kedua, klik, pengelompokan aktor yang lebih ketat atau intens dibandingkan dengan komponen, dalam klik setiap aktor saling memiliki relasi. Ketiga, bridges, adalah relasi (dua node) yang menghubungkan dua kelompok terpisah dalam suatu jaringan. Keempat, hubs, merujuk kepada aktor yang memiliki koneksi paling banyak dalam jaringan. Kelima, cutpoints, aktor yang menjadi perekat dalam jaringan atau aktor yang merekatkan dua komponen. Keenam, isolate, aktor yang tidak memiliki satu pun relasi dengan aktor lain. Pola struktur jaringan ini yang akan diamati dalam penyebaran informasi di media sosial (Eriyanto, 2014).

Analisis sentimen adalah perasaan atau sikap seseorang terhadap sesuatu, yang bisa bersifat positif, negatif, atau netral. Dalam konteks yang lebih luas, istilah "sentimen"

sering digunakan dalam berbagai bidang seperti psikologi, linguistik, dan analisis data, terutama dalam analisis sentimen yang berkaitan dengan teks dan media sosial.

Analisis isi merupakan sebuah teknik penelitian yang dapat diikuti dalam membuat sebuah inferensi yang di mana hal ini memfokuskan konteks dari data yang ada atau yang telah diperoleh. Tentunya dalam hal ini, teknik analisis isi berhubungan dengan komunikasi dan isi komunikasinya. "*Content Analysis*" berusaha untuk dapat memahami isi teks dengan melihat dari kumpulan-kumpulan cerita yang saling berhubungan. dalam sejarahnya teknik ini merupakan metode dalam sebuah penelitian yang umurnya sudah sangat lama untuk dipergunakan sebagai alat dalam memahami teks. Secara spesifik analisis isi lebih memfokuskan pada analisa pesan teks secara keseluruhan dengan memperhatikan simbol-simbol yang ada pada komunikasinya. Analisis isi memainkan perannya dalam sebuah proses komunikasi yang dijalankan oleh para manusia. Sehingga dalam hal ini peran dari analisis isi mulai mengidentifikasi pesan yang telah disampaikan buku analisis isi oleh Neuendorf (2002). Analisis isi telah digunakan sejak 4000 tahun yang lalu pada zaman Romawi kuno.

Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting menciptakan salah satu teori yang cukup populer dikalangan peneliti media guna mendedah apa yang dilakukan media terhadap khalayak. Agenda Setting menempatkan besarnya pengaruh media massa dalam mempengaruhi khalayak mengenai prioritas kepentingan sebuah isu. Media disebutkan mampu mengarahkan isu dalam masyarakat dan mampu membuat agenda dimana isu diramu untuk menjadi sebuah diskursus di masyarakat. Agenda Setting merupakan teori komunikasi massa yang pertama kali diuji secara empirik oleh Maxwell Combs dan Donald L Shaw di tahun 1968 pada pemilihan presiden Amerika Serikat.

Agenda Setting berawal dari dua pemikiran yang digagas oleh Walter Lipmann dan Bernard Cohen. Lipmann memandang media massa sebagai pelukis realitas, khalayak tidak dapat dan tidak mungkin mengalami semua peristiwa, walaupun kejadian tersebut membutuhkan respon dari publik. Lippmann (1965) melihat realitas dicipta oleh media kemudian publik akan menanggapi realitas yang dicipta media. Tidak hanya realitas saja, tapi konstruksi sosial. Sejalan dengan hal tersebut, menurut Long (1992) publik yang menanggapi konstruksi realitas yang dicipta oleh media, akan menerima konsekuensi berupa ketergantungan pada media dan distorsi media sendiri, banyak masalah yang timbul dalam kepala kita.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Subjek pada penelitian ini adalah pengguna Twitter yang berpartisipasi menyebarkan informasi melalui tweet dengan kata kunci popularitas tokoh politik. Serta objek dalam penelitian ini adalah popularitas tokoh politik di Twitter. Data diambil mulai pada 1 November 2022 sampai dengan 30 November 2022 yang sudah terlampir pada *website* Drone Emprit. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data serta triangulasi pengamat untuk memeriksa keabsahan data yang diperoleh.

HASIL DAN DISKUSI

Menjelang penyelenggaraan pemilu 2023 ada banyak sekali nama tokoh politik yang menjadi sorotan masyarakat Indonesia, hal tersebut juga di dukung oleh beberapa gebrakan para tokoh politik tersebut sebelum penyelenggaraan pemilu 2023. Popularitas

tokoh politik sering kali dipengaruhi oleh bagaimana mereka terlibat dalam isu-isu penting atau skandal yang terjadi selama periode tersebut. Misalnya, kebijakan baru, keputusan penting, atau komentar kontroversial bisa meningkatkan atau menurunkan popularitas. Popularitas seorang tokoh politik yang memegang jabatan publik bisa dipengaruhi oleh kinerja mereka, seperti keberhasilan dalam melaksanakan program atau kebijakan, penanganan krisis, atau respons terhadap kebutuhan masyarakat.

Liputan media dan aktivitas di media sosial juga mempengaruhi popularitas. Tokoh politik yang aktif di media sosial atau yang sering diberitakan secara positif cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian publik. Lembaga survei sering mengadakan jajak pendapat untuk mengukur popularitas tokoh politik pada waktu tertentu. Hasil survei ini biasanya memberikan gambaran tentang tingkat dukungan atau ketidakpuasan masyarakat terhadap tokoh politik tersebut.

A. Analisis Jaringan Sosial “Popularitas Tokoh Politik”

Dari sumber data yang diperoleh peneliti dengan kata kunci “Popularitas Tokoh Politik” olahan data dari Twitter yang diambil dari website Drone Emprit dalam periode 1 – 30 November 2022. Anies menjadi tokoh yang populer dalam pemberitaan dan perbincangan di media sosial, diikuti Ganjar dan Prabowo Subianto. Sedangkan Sandiaga Uno dan Arlangga Hartarto menjadi tokoh yang paling minim popularitasnya.

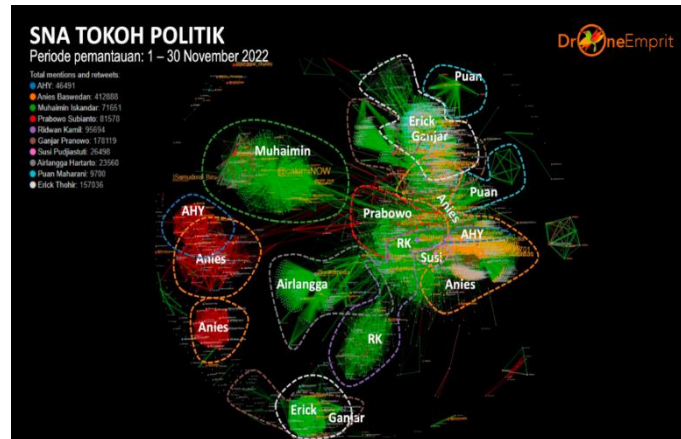
Pada media online, Anies (40.791 mention) menjadi tokoh yang paling banyak diberitakan, disusul Ganjar (30.740 mention), dan Andika Perkasa (14.378 mention). Pada media sosial, Anies (745.501 mention) juga menjadi tokoh yang paling banyak dibincang, disusul Ganjar (389.787 mention), dan Erick Thohir (197.050 mention).



Gambar 4: Visualisasi Popularitas Tokoh Politik

Sumber: dronemprit

Dari sumber data yang diperoleh peneliti dengan kata kunci “Popularitas Tokoh Politik” olahan data dari Twitter yang diambil dari website Drone Emprit dalam periode 1 – 30 November 2022. Peta interaksi *retweet* dan *mention* dari seluruh tokoh tampak masing-masing membentuk klaster. Warna hijau cenderung positif, dan merah cenderung negatif sentimen terhadap tokoh yang dibicarakan.



Gambar 5: Visualisasi Peta SNA Tokoh Politik
Sumber: dronemprit

Pertempuran antara para pendukung berlangsung di kluster-kluster yang saling terkait erat. Interaksi di sini terjadi secara lebih alami, dengan kluster yang relatif tidak terisolasi. Pendukung Erick-Ganjar bersatu, berhadapan langsung dengan pendukung Anies-AHY. Di antara bentrokan antara dua kluster besar Erick-Ganjar dan Anies-AHY, terlihat juga pendukung Puan, Prabowo, Ridwan Kamil, dan Susi Pudjiastuti.

Percakapan tentang Airlangga dibangun oleh kluster sendiri. Demikian juga dengan RK turut dibantu oleh kluster sendiri yang terpisah dari kluster *battle ground* besar. Erick-Ganjar selain memiliki kluster dalam *battle ground*, juga memiliki kluster sendiri yang terpisah untuk mengangkat percakapan secara positif (hijau). Di sisi lain, terdapat 3 kluster sendiri yang khusus bercakap dengan sentimen negatif (merah) terhadap Anies dan AHY. Di sisi lain percakapan tentang Cak Imin yang relatif paling positif itu dibangun oleh kluster sendiri yang cukup besar ukurannya, namun terpisah dari *battle ground*. Di luar kluster ini, tampaknya tak banyak netizen yg berminat bercakap secara positif maupun negatif.

Penelitian mengungkapkan bahwa Sentralitas Tingkatan (*Degree Centrality*) merupakan satu-satunya metrik yang ditampilkan oleh Drone Emprit dalam analisis jaringan sosial mereka. Metrik ini mengukur popularitas aktor dalam jaringan melalui jumlah link yang terhubung dengan aktor tersebut, baik yang masuk (indegree) maupun yang keluar (outdegree). Berdasarkan data yang tersedia, akun Ridwan Kamil menunjukkan dominasi popularitas dengan jumlah pengikut terbanyak di berbagai platform media sosial, mencapai 19,6 juta pengikut di Instagram, 5,4 juta pengikut di Twitter, dan 5,3 juta pengikut di Youtube.

Sementara itu, Sentralitas Kedekatan (*Closeness Centrality*) yang mengukur seberapa dekat suatu aktor dengan semua aktor lain dalam jaringan tidak ditampilkan pada website Drone Emprit. Pihak Drone Emprit melalui Lead Analyst mereka menyampaikan bahwa kendala teknis terkait volume data yang besar menjadi alasan utama tidak ditampilkannya metrik ini, dengan pertimbangan bahwa informasi tersebut dapat membuat masyarakat enggan membaca konten yang disajikan. Penelitian menilai bahwa keputusan ini tidak sejalan dengan tujuan Drone Emprit untuk menyediakan informasi komprehensif kepada publik.

Dalam hal Sentralitas Keperantaraan (*Betweenness Centrality*), metrik yang menganalisis posisi strategis aktor sebagai perantara informasi antar aktor lain juga tidak ditampilkan oleh Drone Emprit. Meskipun metrik ini sangat penting untuk memahami

pola kontrol dan manipulasi informasi dalam jaringan, pihak Drone Emprit berargumen bahwa kendala teknis dan kekhawatiran terhadap minat baca masyarakat menjadi pertimbangan utama tidak ditampilkan data ini. Penelitian mengidentifikasi bahwa ketiadaan metrik ini mengurangi pemahaman publik tentang dinamika kekuasaan informasi di antara tokoh politik.

Sentralitas Eigenvektor (*Eigenvector Centrality*) yang mengukur pengaruh aktor berdasarkan kualitas koneksinya juga tidak ditampilkan oleh Drone Emprit. Meskipun perhitungannya kompleks, metrik ini penting untuk memahami nilai strategis koneksi yang dimiliki oleh para aktor dalam jaringan sosial. Pihak Drone Emprit menyampaikan alasan yang sama dengan dua metrik sebelumnya, yaitu kendala teknis dan kekhawatiran terhadap minat baca masyarakat. Penelitian menyimpulkan bahwa ketiadaan ketiga metrik analisis sentralitas tersebut mengurangi kedalaman informasi yang seharusnya tersedia bagi publik sesuai dengan tujuan awal pendirian Drone Emprit.

Analisis sentimen merupakan proses untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan opini yang diekspresikan dalam sebuah teks, terutama untuk menentukan sikap penulis terhadap subjek tertentu. Proses ini banyak digunakan dalam berbagai bidang seperti bisnis, politik, dan media sosial untuk memahami persepsi publik. Menurut salah satu narasumber, sentimen publik terhadap tokoh politik di media sosial muncul pertama kali berdasarkan sisi kepribadian tokoh tersebut. Mulai dari cara bicara hingga gaya kepemimpinan dapat memengaruhi sentimen publik. Kepribadian yang kharismatik atau kontroversial seringkali menimbulkan reaksi emosional, seperti contoh gaya berbicara Ahok yang dianggap terlalu blak-blakan oleh sebagian orang, atau Anies Baswedan yang dikenal dengan gaya bicara lembut dan berpendidikan namun tetap mendapat sentimen negatif seperti “jago bicara doang”. Selain itu, media dan pemberitaan juga memegang peranan besar dalam membentuk sentimen publik terhadap tokoh politik. Berita yang terus-menerus muncul dan cara penyajiannya dapat menggiring persepsi masyarakat. Terakhir, kebijakan dan keputusan yang diambil oleh tokoh-tokoh politik juga berpengaruh terhadap sentimen positif dan negatif, karena setiap kebijakan memiliki dampak tersendiri bagi masyarakat.

Dari sumber data yang diperoleh peneliti dengan kata kunci “Popularitas Tokoh Politik” olahan data dari Twitter yang diambil dari website Drone Emprit dalam periode 1 – 30 November 2022. Muhaimin Iskandar menjadi tokoh yang banyak dibicarakan dalam nada positif sebesar 94% terhadap total percakapan masing-masing. Posisi kedua diraih Erick Thohir dengan 89% positif, dan Airlangga Hartarto di posisi ketiga dengan 84% positif.



Gambar 6: Favorabilitas Tokoh Politik

Sumber: dronempriti

Tokoh yang banyak dibicarakan dalam nada negatif adalah AHY dengan persentase percakapan negatif sebesar 38%. Posisi kedua ditempati oleh Sandiaga Uno dengan 24% percakapan negatif, sementara Ganjar Pranowo berada di posisi ketiga

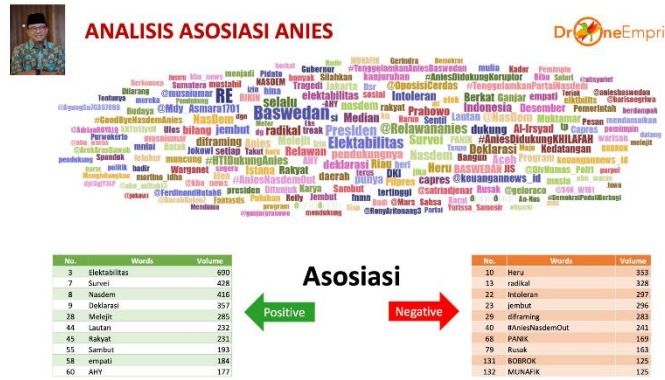
dengan 19% percakapan negatif. Pembahasan mengenai sentimen terhadap tokoh-tokoh politik ini dijelaskan oleh Bapak Reza Nova Mujahid, Lead Analyst Drone Emprit. Menurutnya, favorabilitas merupakan istilah lain dari sentimen, yang mencakup percakapan tentang tokoh politik, baik itu sentimen positif, negatif, maupun netral. Berdasarkan data volume percakapan, Anies Baswedan menjadi tokoh yang paling banyak dibicarakan dengan 786.292 ribu unggahan. Namun, persentase sentimen positif dan negatifnya bervariasi. Jika dilihat dari persentase percakapan positif, Muhaimin Iskandar menempati posisi tertinggi dengan 94% percakapan positif, yang didorong oleh dukungan dari partai pro-PKB. Erick Thohir menyusul dengan 89% percakapan positif, sebagian besar terkait prestasinya sebagai Menteri BUMN. Airlangga Hartarto juga mendapatkan 84% percakapan positif, terutama dari pendukung Golkar. Di sisi lain, AHY menjadi tokoh dengan persentase percakapan negatif tertinggi, yaitu 38%, yang didorong oleh kritiknya terhadap Jokowi. Sandiaga Uno memiliki 24% percakapan negatif, terutama karena prestasinya sebagai Menteri Pariwisata dinilai kurang cemerlang. Ganjar Pranowo juga mendapat 19% percakapan negatif, yang didorong oleh kritik terhadap kinerjanya sebagai Gubernur Jawa Tengah. Sementara itu, percakapan netral seringkali tidak memiliki tendensi atau emosi tertentu, dan Anies Baswedan menjadi tokoh yang paling banyak disebut dalam percakapan netral, terutama yang terkait dengan isu-isu tidak relevan seperti promosi jualan online.

Jadi kesimpulan dari sentimen positif, negatif, dan netral adalah ketika sentimen positif ini mengacu pada ekspresi perasaan atau opini yang menunjukkan persetujuan, kebahagiaan, atau kepuasan. Lalu sentimen negatif itu mengindikasikan ketidakpuasan, ketidaksetujuan, atau ketidaksetujuan. Terakhir netral itu ketika percakapan yang bahkan tidak menyinggung sentimen positif maupun negatif.

Sentimen publik terhadap tokoh-tokoh politik menunjukkan variasi yang signifikan, mencerminkan kompleksitas persepsi masyarakat dan dinamika politik yang ada. AHY, misalnya, mendapat sentimen positif terkait citranya sebagai pemimpin muda berwawasan internasional, namun juga menghadapi kritik negatif yang sebagian besar berasal dari pendukung pemerintahan Jokowi. Hal ini menunjukkan bahwa posisi politik seseorang dapat sangat mempengaruhi bagaimana mereka dipersepsikan oleh berbagai kelompok masyarakat.

Airlangga Hartarto menerima sentimen yang lebih positif, terutama berkaitan dengan perannya dalam pertumbuhan ekonomi dan kegiatan sosial. Dominasi emosi 'Joy' dalam analisis emosi mencerminkan keberhasilan dalam membangun citra publik yang positif, meskipun ada sedikit sentimen negatif yang muncul. Ini menggambarkan bagaimana kinerja dan aktivitas sosial dapat mempengaruhi persepsi publik secara signifikan.

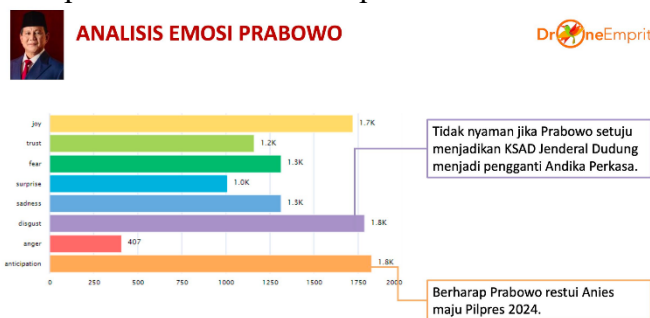
Sementara itu, Andika Perkasa mendapatkan sentimen yang beragam. Kepercayaan publik terlihat dalam konteks suksesi kepemimpinan TNI, namun juga ada kekhawatiran terkait isu-isu keamanan. Sentimen positif banyak dikaitkan dengan kinerjanya sebagai panglima TNI, sementara sentimen negatif muncul dari responnya terhadap situasi keamanan yang kompleks seperti aktivitas OPM. Ini menunjukkan bahwa posisi kepemimpinan dalam institusi pertahanan membawa tantangan tersendiri dalam membentuk persepsi publik.



Gambar 7: Analisis Asosiasi Anies
Sumber: dronemprit

Lalu, Anies Baswedan mengalami polarisasi sentimen yang kuat; sementara pendukungnya memuji kinerjanya sebagai Gubernur DKI Jakarta, kritik juga muncul terkait isu-isu kebijakan dan persepsi tentang radikalisme. Erick Thohir mendapat apresiasi atas kinerjanya di BUMN, meskipun ada sedikit sentimen negatif. Ganjar Pranowo dipandang positif sebagai penerus potensial Jokowi, namun juga menghadapi kritik atas kebijakan tertentu. Cak Imin mendapat dukungan kuat dari basis pendukungnya, dengan sedikit kontroversi. Prabowo Subianto diapresiasi atas integritasnya, namun juga dikritik terkait penanganan konflik internal militer. Sementara itu, Puan Maharani menerima sentimen yang umumnya positif atau netral, tanpa kontroversi signifikan.

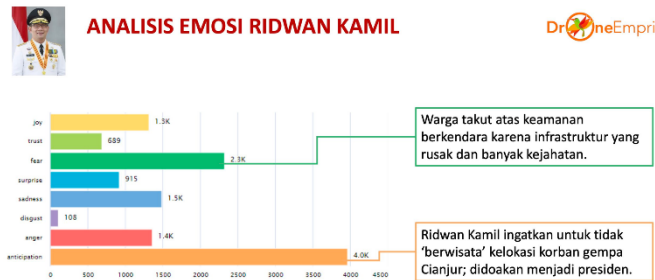
Menariknya, beberapa tokoh seperti Cak Imin dan Puan Maharani cenderung mendapat respons yang lebih seragam, sementara tokoh seperti Anies dan Prabowo memicu reaksi yang lebih beragam dan terpolarisasi. Ini menunjukkan dinamika politik Indonesia yang kompleks, di mana setiap tokoh memiliki basis pendukung dan penentang yang berbeda-beda, serta menghadapi tantangan unik dalam membangun dan mempertahankan citra positif mereka di mata publik.



Gambar 8: Analisis Emosi Prabowo
Sumber: dronemprit

Analisis sentimen terhadap Ridwan Kamil (RK) dan Sandiaga Uno menunjukkan perbedaan yang menarik dalam persepsi publik dan intensitas perbincangan. RK memicu berbagai emosi dan tanggapan dari masyarakat. Sentimen positif terhadapnya banyak didasarkan pada citranya sebagai pemimpin yang efektif sekaligus sosok keluarga yang peduli, menggambarkan keseimbangan antara peran publik dan pribadinya. Namun, ada juga kritik yang menganggap beberapa tindakannya sebagai pencitraan semata. Meskipun demikian, RK tampaknya berhasil membangun brand yang kuat sebagai gubernur yang

sukses dalam pembangunan Jawa Barat, menunjukkan kemampuannya dalam mengelola persepsi publik secara efektif.



Gambar 9: Analisis Emosi Kamil
Sumber: dronemprit

Di sisi lain, Sandiaga Uno memiliki profil yang lebih rendah dalam perbincangan publik. Sentimen terhadapnya cenderung netral atau positif, namun dengan intensitas yang jauh lebih rendah dibandingkan RK. Kurangnya pro dan kontra yang signifikan dalam perbincangan tentang Sandiaga Uno bisa mengindikasikan beberapa hal: mungkin karena posisinya saat ini kurang kontroversial, atau karena ia belum melakukan tindakan atau membuat pernyataan yang cukup menarik perhatian publik untuk memicu diskusi yang lebih luas.

Perbedaan ini menggambarkan bagaimana tokoh politik dapat memiliki dinamika perbincangan publik yang sangat berbeda. RK, dengan gaya kepemimpinannya yang aktif dan sering menjadi sorotan, menciptakan lebih banyak diskusi dan reaksi beragam dari publik. Sementara itu, Sandiaga Uno, meskipun merupakan tokoh nasional, saat ini tampaknya berada dalam fase yang lebih tenang dalam hal perbincangan publik. Hal ini menunjukkan bahwa visibilitas dan gaya komunikasi seorang tokoh politik dapat sangat mempengaruhi bagaimana mereka dipersepsikan dan dibicarakan oleh masyarakat.

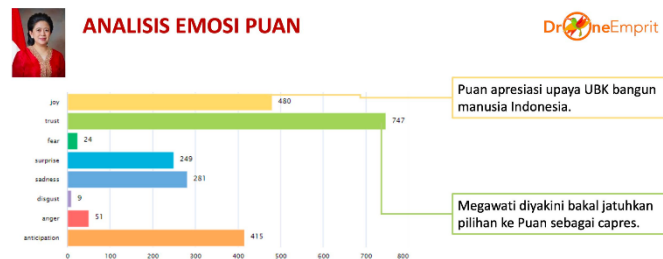
Dari analisis ini menggambarkan bagaimana kinerja, kebijakan, dan citra publik sangat mempengaruhi persepsi masyarakat. Faktor-faktor seperti dukungan partai, kebijakan kontroversial, dan hubungan dengan tokoh politik lain juga berperan penting dalam membentuk sentimen publik. Menariknya, beberapa tokoh seperti Cak Imin dan Puan Maharani cenderung mendapat respons yang lebih seragam, sementara tokoh seperti Anies dan Prabowo memicu reaksi yang lebih beragam dan terpolarisasi. Ini menunjukkan dinamika politik Indonesia yang kompleks, di mana setiap tokoh memiliki basis pendukung dan penentang yang berbeda-beda, serta menghadapi tantangan unik dalam membangun dan mempertahankan citra positif mereka di mata publik.

Secara keseluruhan, analisis ini menggarisbawahi bahwa sentimen publik terhadap tokoh politik sangat dipengaruhi oleh konteks politik, kinerja, citra yang dibangun, serta bagaimana mereka merespons isu-isu krusial. Variasi sentimen ini juga mencerminkan keberagaman pandangan dalam masyarakat Indonesia, di mana satu tokoh bisa dipersepsikan secara sangat berbeda oleh kelompok-kelompok yang berbeda.

Wawancara dengan Bapak Reza Nova Mujahid, sebagai *Lead Analyst Drone Emprit*, memberikan wawasan mendalam mengenai analisis data politik yang dipublikasikan di platform tersebut. Bapak Reza menjelaskan bahwa data yang disediakan oleh timnya diambil melalui pendekatan kata kunci yang relevan dan disesuaikan dengan konteks kejadian terkini, sehingga dapat dipastikan validitasnya. Meskipun hanya menampilkan *Degree Centrality*, keputusan ini diambil untuk menjaga

fokus publik terhadap informasi yang disampaikan, mengingat kompleksitas data yang ada.

Dalam pembahasan mengenai sentimen politik, Bapak Reza mengungkapkan bahwa tokoh-tokoh seperti Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar memiliki percakapan yang signifikan, dengan Muhaimin mendominasi sentimen positif. Hal ini menunjukkan bagaimana dukungan dari basis massa dapat mempengaruhi pandangan publik. Analisis terhadap tokoh lain, seperti AHY dan Airlangga, menunjukkan dinamika yang berbeda; AHY menghadapi kritik tajam dari pendukung Jokowi, sementara Airlangga dipandang positif berkat dukungan kader Golkar dan kontribusinya di G20.



Gambar 10: Analisis Emosi Puan
Sumber: dronempriti

Diskusi berlanjut dengan penjelasan tentang tokoh-tokoh lain, termasuk Ganjar dan Puan, yang menunjukkan bahwa perbincangan mereka lebih banyak didorong oleh pendukung, tanpa banyak kritik. Ini mencerminkan bagaimana citra publik dapat dibentuk oleh dukungan sosial yang kuat. Bapak Reza juga menyoroti bahwa meskipun Sandiaga Uno memiliki jumlah pengikut yang banyak, keterlibatannya di media sosial cukup minim, yang menunjukkan bahwa popularitas di platform tidak selalu berbanding lurus dengan diskusi yang terjadi di masyarakat.

Teori agenda setting yang diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw, menekankan bahwa media memiliki kekuatan untuk menentukan isu mana yang dianggap penting oleh publik. Penelitian ini dapat mengeksplorasi bagaimana konten yang disajikan di website Drone Emprit mempengaruhi agenda publik terkait tokoh politik. Dengan menggunakan teori agenda setting, peneliti dapat menganalisis apakah terdapat hubungan antara frekuensi dan jenis liputan yang diberikan kepada tokoh politik dengan persepsi dan sentimen masyarakat terhadap mereka. Ini mencakup bagaimana berita atau informasi tentang tokoh politik dapat membentuk opini publik dan mempengaruhi keputusan pemilih.

Salah satu aspek penting dari penelitian ini adalah analisis sentimen. Teori agenda setting tidak hanya berfokus pada isu yang diangkat, tetapi juga pada cara isu tersebut dipahami dan dibicarakan. Dalam hal ini, analisis sentimen terhadap komunikasi di media sosial dapat memberikan wawasan tentang bagaimana masyarakat merespons isu-isu tertentu yang diangkat oleh media, serta bagaimana sentimen tersebut dapat mempengaruhi popularitas tokoh politik.

Media yang dimaksudkan dalam penelitian ini ialah Drone Emprit itu sendiri. Teori agenda setting menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik. Dalam penelitian ini, terlihat jelas bahwa beberapa tokoh politik mendominasi pemberitaan dan pembahasan di media online dan sosial. Anies, misalnya, memimpin dengan 40.791 mention di media online dan 745.501

mention di media sosial. Ini menunjukkan bahwa media, termasuk Drone Emprit, memberikan perhatian lebih pada tokoh-tokoh tertentu, yang sesuai dengan prinsip agenda setting.

Teori agenda setting juga menyarankan bahwa apa yang sering dibahas media akan dianggap penting oleh publik. Tingginya jumlah mention untuk tokoh-tokoh seperti Anies, Ganjar, dan Erick Thohir di media sosial mengindikasikan bahwa publik merespon terhadap agenda yang diset oleh media, membahas tokoh-tokoh yang sering diberitakan.

Hasil analisis sentimen, seperti AHY dengan 38% sentimen negatif, juga dapat dikaitkan dengan agenda setting. Media tidak hanya menentukan apa yang dibicarakan, tetapi juga dapat mempengaruhi bagaimana suatu isu atau tokoh dipersepsikan. Tingginya sentimen negatif untuk beberapa tokoh bisa jadi hasil dari cara media membingkai berita atau informasi tentang mereka.

Data tentang jumlah pengikut di media sosial, seperti Ridwan Kamil dengan 19,6M followers di Instagram, juga relevan dengan teori agenda setting. Tokoh dengan pengikut banyak memiliki platform lebih besar untuk menetapkan agenda mereka sendiri, potensial mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik. Pernyataan dari pihak Drone Emprit tentang tidak menampilkan data sentralitas kedekatan karena alasan teknis dan keterbacaan menunjukkan bahwa ada proses seleksi informasi yang disajikan. Ini sejalan dengan konsep agenda setting di mana media memilih apa yang dianggap penting untuk disampaikan kepada publik.

Perbedaan jumlah mention antar tokoh di berbagai platform (media online vs media sosial) menunjukkan bahwa agenda setting dapat bervariasi tergantung medianya. Ini menegaskan kompleksitas proses agenda setting di era digital dengan beragam platform media.

Lebih lanjut lagi, teori agenda setting menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik. Dalam konteks ini, tokoh-tokoh politik yang sering dibahas di media, seperti Anies Baswedan, Ridwan Kamil, atau Prabowo Subianto, cenderung mendominasi perbincangan publik. Ini menunjukkan bagaimana media berperan dalam menentukan tokoh mana yang menjadi fokus perhatian masyarakat.

Cara media membingkai (framing) berita tentang tokoh politik dapat mempengaruhi sentimen publik. Misalnya, pemberitaan positif tentang kinerja Erick Thohir di BUMN atau Ganjar Pranowo sebagai calon penerus Jokowi cenderung menghasilkan sentimen positif. Sebaliknya, framing negatif, seperti kontroversi kebijakan Anies atau kritik terhadap Prabowo, dapat memicu sentimen negatif.

Teori agenda setting juga menyoroti pentingnya intensitas pemberitaan. Tokoh seperti Ridwan Kamil yang sering muncul di media dengan berbagai aktivitasnya cenderung memiliki sentimen yang lebih beragam dan intens dibandingkan tokoh seperti Sandiaga Uno yang kurang mendapat sorotan media. Media cenderung selektif dalam memilih aspek mana dari seorang tokoh yang akan diberitakan. Ini terlihat dari bagaimana beberapa tokoh, seperti Cak Imin atau Puan Maharani, memiliki sentimen yang lebih seragam, mungkin karena media cenderung memfokuskan pada aspek-aspek tertentu dari mereka.

Agenda setting tidak hanya mempengaruhi apa yang dipikirkan oleh publik, tetapi juga bagaimana mereka memikirkannya. Misalnya, pemberitaan yang konsisten tentang Ridwan Kamil sebagai pemimpin yang efektif dan peduli keluarga telah membentuk persepsi publik yang positif terhadapnya. Di era digital, agenda setting tidak lagi didominasi oleh media tradisional. Media sosial juga berperan dalam membentuk agenda

publik. Ini terlihat dari bagaimana sentimen terhadap tokoh-tokoh seperti Anies atau Prabowo dapat sangat terpolarisasi di platform media sosial.

Teori agenda setting juga relevan dalam bagaimana isu-isu spesifik dikaitkan dengan tokoh tertentu. Misalnya, isu kinerja BUMN dengan Erick Thohir atau isu pembangunan daerah dengan Ridwan Kamil, menunjukkan bagaimana media dapat menghubungkan tokoh dengan tema-tema tertentu dalam pikiran publik. Pemberitaan yang konsisten tentang tokoh tertentu dapat memiliki dampak jangka panjang terhadap persepsi publik. Ini terlihat dari bagaimana beberapa tokoh berhasil membangun citra yang kuat dan konsisten seiring waktu.

Analisis sentimen terhadap tokoh politik ini sangat mencerminkan prinsip-prinsip teori agenda setting. Media memainkan peran krusial dalam menentukan tidak hanya siapa yang menjadi fokus perhatian publik, tetapi juga bagaimana publik memandang tokoh-tokoh tersebut. Namun, di era digital ini, proses agenda setting menjadi lebih kompleks dengan adanya interaksi antara media tradisional, media sosial, dan opini publik yang saling mempengaruhi.

Kesimpulannya, hasil penelitian ini sangat menjawab prinsip-prinsip teori agenda setting. Media, termasuk Drone Emprit, memiliki peran signifikan dalam menentukan tokoh politik mana yang mendapat perhatian publik dan bagaimana mereka dipersepsikan. Namun, perlu diingat bahwa di era media sosial, proses agenda setting menjadi lebih kompleks dengan adanya interaksi antara agenda media tradisional, media sosial, dan agenda publik.

Implementasi dari penelitian ini memiliki beberapa aspek penting. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memantau dan menganalisis opini publik terhadap tokoh-tokoh politik secara real-time. Partai politik, tim kampanye, atau lembaga pemerintah dapat menggunakan metode serupa untuk terus memantau sentimen publik dan tren perbincangan tentang tokoh-tokoh tertentu. Berdasarkan analisis sentimen dan pola perbincangan yang terungkap, tim komunikasi politik dapat merancang strategi yang lebih efektif. Misalnya, jika seorang tokoh mendapat sentimen negatif terkait isu tertentu, tim dapat merencanakan langkah-langkah untuk mengatasi atau mengimbangi persepsi tersebut.

Penelitian semacam ini bisa menjadi alat deteksi dini untuk potensi krisis reputasi. Dengan memantau perubahan sentimen atau munculnya isu-isu negatif, tim dapat merespons lebih cepat dan efektif terhadap situasi yang berpotensi merugikan citra tokoh politik. Implementasi penelitian ini memungkinkan pemetaan isu-isu yang paling sering dikaitkan dengan tokoh-tokoh tertentu. Hal ini bisa membantu dalam memahami ekspektasi publik dan area-area yang perlu mendapat perhatian khusus dari para politisi. Bagi media, termasuk platform seperti Drone Emprit, penelitian ini bisa menjadi alat evaluasi tentang bagaimana mereka membingkai dan menyajikan informasi tentang tokoh-tokoh politik, serta dampaknya terhadap persepsi publik.

Pemahaman tentang sentimen publik dan isu-isu yang menjadi perhatian dapat membantu dalam pengembangan kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat. Untuk tim kampanye politik, hasil penelitian semacam ini bisa menjadi dasar dalam merencanakan strategi kampanye yang lebih tepat sasaran, fokus pada isu-isu yang paling relevan bagi publik. Hasil penelitian bisa digunakan untuk mengedukasi publik tentang bagaimana informasi dan opini tentang tokoh politik terbentuk dan menyebar di media digital, meningkatkan literasi media masyarakat.

Implementasi penelitian ini bisa mendorong pengembangan lebih lanjut dalam teknologi analisis sentimen dan jaringan komunikasi, meningkatkan akurasi dan

kedalaman analisis di masa depan. Metode dan hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai dasar untuk studi komparatif, membandingkan pola komunikasi dan persepsi publik terhadap tokoh politik di berbagai daerah atau negara. Bagi tokoh politik atau pemerintah, hasil analisis semacam ini bisa menjadi salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan, terutama yang berkaitan dengan kebijakan publik atau strategi komunikasi.

Implementasi penelitian ini memerlukan pendekatan yang etis dan bertanggung jawab, menghormati privasi individu dan menghindari manipulasi opini publik. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang dinamika komunikasi politik dan memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih informatif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis Aktor dan Sentimen Jaringan Komunikasi Popularitas Tokoh Politik pada Website Drone Emprit dapat disimpulkan menjadi demikian. Untuk mengetahui level aktor pada jaringan komunikasi dengan kata "Popularitas Tokoh Politik" dalam media Twitter, kita dapat menganalisis jumlah penyebutan (mention) dan interaksi yang diterima oleh masing-masing tokoh. Misalnya, tokoh yang sering disebut, seperti Anies Baswedan dengan 40.791 mention, menunjukkan bahwa ia memiliki pengaruh yang signifikan dalam diskusi publik. Selain itu, analisis sentimen terhadap cuitan yang berkaitan dengan tokoh-tokoh tersebut juga penting. Dengan memeriksa apakah sentimen tersebut positif, negatif, atau netral, kita bisa memahami bagaimana masyarakat merespons keberadaan mereka. Tokoh-tokoh dengan banyak mention dan sentimen positif, seperti Ridwan Kamil, cenderung dianggap lebih populer dan berpengaruh, sedangkan mereka dengan sentimen negatif yang tinggi, seperti AHY, mungkin menghadapi tantangan dalam membangun citra mereka.

Untuk mengetahui sentimen jaringan pada cuitan yang berkaitan dengan kata "Popularitas Tokoh Politik", kita dapat menggunakan analisis sentimen yang mencakup emosi yang muncul dari cuitan tersebut, seperti 'Joy', 'Anger', atau 'Fear'. Misalnya, Ridwan Kamil mendapatkan banyak sentimen positif berkat citranya sebagai pemimpin yang peduli, sementara Anies Baswedan menunjukkan polarisasi sentimen yang kuat, di mana pendukungnya memuji kinerjanya, tetapi kritik muncul dari isu kebijakan. Dengan menganalisis data ini, kita bisa mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana berbagai tokoh politik dipersepsikan dan bagaimana mereka berinteraksi dalam jaringan komunikasi di Twitter, yang mencerminkan dinamika politik yang kompleks dan beragam dalam masyarakat.

REFERENSI

- Emprit, D. (2022). *POPULARITAS TOKOH POLITIK DI INDONESIA*. Drone Emprit. <https://pers.droneemprit.id/popularitas-tokoh-politik-di-indonesia-3/>
- Erayani, A., & Arwani, M. (2020). PERANAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARTAI DEMOKRAT. *Wacana: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Interdisiplin*, 7(2), 173–178. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/Jwcn/article/view/3219>
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi*. Kencana.
- Haryanto, A. T. (2024, January 31). *APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://inet.detik.com>. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Katarzyna. (2024). *How to Find Trending Hashtags on X (Twitter) in 2024?*. BRAND24. <https://brand24.com/blog/trending-hashtags-on-twitter/>
- Lippmann, W. (1965). *Public Opinion*. Mc Millan Publishing Co.
- Long, N. (1992). *Communication Theories: Origins, Method, and Uses in The Mass Media* (3th ed.). Longman Publishing Group.
- Neuendorf, K. (2002). *The Content Analysis Guidebook*, Thousand Oaks. Sage Publications.

- PWMU.CO. (2023). *Asal-usul Nama Drone Emprit Diungkap Ismail Fahmi di Sini*. Pwmu.Co.
<https://pwmu.co/313271/08/30/asal-usul-nama-drone-emprit-diungkap-ismail-fahmi-di-sini/>
- Rahman, A. (2022). *Popularitas Tokoh Politik Di Indonesia*.
<https://pers.droneemprit.id/popularitas-tokoh-politik-di-indonesia-3/>
- Taufik, M. (2024). *Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi dan Informasi Organisasi yang Efektif*.
Djpn.Kemenkeu.
- trends24. (2024). *Indonesia X (Twitter) Trends for last 24 hours*. Trends24.
<https://trends24.in/indonesia/>