

## **PENENTUAN *MODULARITY CLASS* PADA FENOMENA *CROSS PLATFORM #WHATSAPDOWN* TRENDING DI TWITTER MENGGUNAKAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS**

Pipit Fitriyah<sup>1</sup>, Andre Muhammad F<sup>2</sup>  
 Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma<sup>1,2</sup>  
[fitriyah@staff.gunadarma.ac.id](mailto:fitriyah@staff.gunadarma.ac.id)<sup>1</sup>, [andremuhammad@gmail.com](mailto:andremuhammad@gmail.com)<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jaringan komunikasi fenomena #Whatsappdown yang viral dan dijadikan bahan perbincangan publik di Twitter, tingginya mobilisasi pengguna media sosial mengakibatkan masalah pada aplikasi WhatsApp yang sempat turun menjadi trending di media sosial lainnya. platform, Twitter. Penelitian ini menggunakan teori Computer-Mediated Communication (CMC). Menurut AF Wood dan MJ Smith, CMC adalah segala bentuk komunikasi antara individu, individu, yang terhubung satu sama lain melalui komputer dalam jaringan internet, dan model Social Network Analysis (SNA) digunakan untuk melihat pola jaringan tersebut. untuk diteliti sehingga peneliti dapat diketahui siapa saja aktor kelas yang berpengaruh dalam jaringan komunikasi dari penelitian ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan paradigma positivistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kelas Modularitas #WhatsAppDown terbagi menjadi 5 kelas, dimana setiap kelas memiliki aktor penting yang menjadi pusat informasi. 5 aktor yang memiliki peran penting yaitu, @megasair, @whatsapp, @actuxiaomi, @akinyivivien, @annemariayritys. Akun @megasair sebagai aktor yang paling aktif menyebarkan informasi ini dan akun @anneamariayritys yang berperan sebagai penghubung yang menghubungkan satu aktor dengan aktor lainnya yang belum pernah terhubung sebelumnya. Jika aktor tersebut tidak ada, maka proses komunikasi dengan aktor lain akan terputus sehingga informasi tidak dapat dipublikasikan secara luas.

**Kata Kunci:** Jaringan Komunikasi, Computer Mediated Communication, Lintas Bidang, Sosial Media, Social Network Analysis.

### **PENDAHULUAN**

Terjadinya pergeseran budaya, dari budaya media tradisional berubah menjadi budaya media yang digital, Kebiasaan digital baru mengeksplorasi perilaku pengguna yang melintasi platform media sosial ke pola baru komunikasi, informasi, dan teknologi media. Komunikasi yang dimediasi komputer sebagai studi teoritis telah mengubah cara orang berkomunikasi satu sama lain, dan dapat mempengaruhi pola komunikasi dan jaringan sosial (Fulk & Collins-Jarvis, 2001).

Penelitian New Digital Habits: Digital Migration In Consuming Social Media Platforms Cross oleh Oktaviana et al. (2019) menyoroti interaksi sosial online, di mana beberapa platform media sosial memiliki potensi konten yang sama untuk diposting dan menyebar secara viral melalui jejaring sosial. Istilah ini di analogikan dengan konsep infeksi virus, yang dapat menyebar dengan cepat dari pengguna ke pengguna. Dalam konteks media sosial, konten konsumsi yang "viral" adalah konten dengan kemungkinan

lebih besar bahwa pengguna akan membagikan ulang konten yang diposting (oleh pengguna lain) ke jaringan sosial mereka, yang mengarah ke pembagian lebih lanjut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh We Are Social yang bekerja sama dengan Hootsuite pada tahun 2019, memaparkan bahwa ada 150 juta orang Indonesia yang terbilang aktif di media sosial. Laporan We Are Social mengungkapkan bahwa total populasi Indonesia mencapai 268,2 juta jiwa, sedangkan pengguna internet (media sosial) hampir setengah dari populasi, yakni sebesar 150 juta.

Tentunya setiap *platform* media sosial mempunyai keunggulannya masing-masing dalam menarik perhatian penggunanya. Salah satunya adalah Twitter, sebuah *platform* media sosial pertama yang menggagas fitur Tagar atau *Hashtag* (#). Seperti yang dikutip dari marketing.co.id, pada 1 juni 2009, Twitter *hyperlink* didahului dengan # dan menjadikannya sebagai fitur resmi. Kemudian lahirlah *Hashtag* (#) dan pada tahun-tahun berikutnya, *platform* media sosial lain seperti Instagram, Google+, dan Facebook memperkenalkan fitur serupa.

Fitur tagar (#) yang ada pada twitter berfungsi untuk memudahkan para penggunanya dalam menemukan sebuah topik tertentu tentang apa yang dikatakan orang lain dan berpartisipasi dalam percakapan publik. Selain itu, twitter juga menyediakan fitur trending dari banyaknya tweet yang *diposting* dengan *hashtag* dalam kurun waktu tertentu. Dengan demikian memudahkan sebuah fenomena sosial atau konten yang biasa menjadi viral.

Fenomena yang terjadi di Indonesia saat ini adalah masyarakatnya cenderung menggunakan lebih dari 1 *platform* media sosial. *Platform* yang dirasa mempunyai banyak kekurangan dalam fitur-fiturnya akan dengan cepat ditinggalkan dan digantikan dengan *platform* yang dirasa mempunyai lebih banyak keunggulan. Hal ini terbukti dari data yang ditunjukkan oleh We Are Social dalam penggunaan *platform* media sosial yang dilakukan di Indonesia pada tahun 2017 pengguna WhatsApp adalah sebanyak 38%, sedangkan pada tahun 2019 pengguna WhatsApp meningkat menjadi 83% atau mengalami peningkatan sebanyak 45% dalam kurun waktu 2 tahun.

Peningkatan pengguna ini tidak lepas dari harapan pengguna terhadap aplikasi pesan instan WhatsApp untuk terus memberikan layanan yang lebih baik lagi dan juga inovasi terhadap fitur-fitur yang ada. Namun sayangnya belakangan ini, *platform* tersebut sering kali mengalami *down* atau gangguan-gangguan yang menghambat pengguna dalam penggunaan aplikasi tersebut. Sebut saja seperti yang terjadi pada hari rabu, 3 July 2019, para *netizen* ramai-ramai mengeluh soal WhatsApp *down* di twitter. Mereka mengeluh soal sulitnya mengirim dan menerima foto, video, dan file lainnya.

#WhatsAppDown adalah sebuah *hashtag* yang muncul di Twitter pada 3 juli 2019. *Hashtag* ini bermula muncul karena ketidaknyamanan *netizen* terutama pengguna aktif aplikasi media pesan instan WhatsApp dalam penggunaan aplikasi tersebut. *Netizen* dari berbagai negara menggunakan Twitter sebagai salah satu media dalam menyampaikan informasi berupa keluhannya soal sulitnya menerima atau mengirim pesan berupa foto, video, dan file lainnya melalui *hashtag* tersebut. Tidak jarang banyak

pengguna Twitter yang menyebutkan akun *official* WhatsApp (@whatsapp) dalam tweetnya. Tentunya dengan harapan agar pihak WhatsApp memberikan tanggapan tentang *down* nya aplikasi tersebut.

Sebanyak 1,2 ribu tweets telah dibuat dengan *hashtag* tersebut dalam kurun waktu kurang dari 24 jam. Sebelumnya, WhatsApp juga sempat beberapa kali mengalami *down*, terhitung sejak awal 2019, WhatsApp sudah mengalami *down* sebanyak 3 kali di Indonesia. Jika terus seperti ini, bukan hal yang tidak mungkin banyak masyarakat yang meninggalkan aplikasi tersebut dan berpaling menggunakan aplikasi media pesan instan lainnya yang dirasa lebih memiliki keunggulan.

Gangguan tersebut membuat para pengguna WhatsApp saling bertukar pesan dalam menyampaikan kekecewaannya nya melalui #WhatsAppDown di twitter yang mencapai 1.2k tweets dalam beberapa jam saja. WhatsApp itu sendiri adalah sebuah aplikasi pesan instan untuk *smartphone* yang didirikan pada 24 Februari 2009, oleh Brian Acton dan Jan Koum yang pernah bekerja sebagai pegawai Yahoo. Untuk menggunakan aplikasi ini, kita tidak perlu khawatir soal panjang pendeknya penggunaan karakter. Tidak ada batasan, selama data internet kita memadai. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, masalah penelitian “Apakah *Modularity Class* pada fenomena cross platform pada trending #whatsappdown di twitter”.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini dijelaskan mengenai New Media, Media Sosial, Twitter, Trending Topic, Computer-Mediated Comunnication (CMC), dan Social Network Analysis (SNA).

### New Media

New Media atau media baru seperti media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang dimediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber & Martin, 2009). Menurut Croteau media baru yang muncul diakibatkan inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, teknologi *optic fiber*, *satellites*, dan komputer. Dengan adanya teknologi seperti sekarang ini, pengguna bisa secara interaktif membuat pilihan dan membuat produk dari berbagai media yang ada secara beragam (Kurmia, 2005).

Salah satu bagian dari *new media* merupakan “*Network Society*”. *Network Society* adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi, dan komunikasi massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

### Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial online memang merupakan sebuah sarana yang sangat fenomenal belakangan ini. Hal ini disebabkan karena media sosial mampu membangun komunitas online yang sukses dan dapat menarik banyak orang dalam waktu singkat (Wulandari, 2016:29)

Konsep komunikasi yang ditawarkan oleh media sosial online ini adalah komunikasi interpersonal. Namun pelaksanaannya jadi lebih mudah karena tidak perlu menghabiskan waktu dan biaya lebih untuk bertemu langsung dengan orang. Komunikasi didalam media sosial online sebagai media komunikasi massa, hal ini dikarenakan proses komunikasi didalam media sosial online memiliki karakteristik komunikasi massa, seperti proses komunikasi berjalan melalui suatu media (internet), dan pesan yang disampaikan ada yang berupa pesan umum, dapat terjadi *delay* dalam penyampaiannya. Pesatnya perkembangan media sosial selain dikarenakan komunikasi yang efisien dalam penyampaiannya, setiap orang juga seperti bisa memiliki media atau dunianya sendiri (Wulandari, 2016:30).

### **Twitter**

Twitter adalah jejaring informasi online dan juga *microblogging*, yang memungkinkan penggunanya dapat berkomunikasi melalui sebuah pesan singkat yang terdiri tidak lebih dari 140 karakter yang disebut tweet. *Tweeting* memposting pesan singkat untuk siapa saja yang mengikuti kita di Twitter, dengan harapan pesan yang kita buat dapat bermanfaat dan menarik bagi orang lain.

Pada tahun 2006, Jack Dorsey (@Jack) salah satu pendiri Twitter membayangkan untuk membuat sebuah *platform* komunikasi berbasis *Short Message Service (SMS)*. Dimana teman-teman yang berada di dalam sebuah grup dapat mengawasi apa yang sedang dilakukan satu sama lain berdasarkan pembaruan status mereka.

Selama sesi *meeting* di perusahaan podcasting Odeo, Dorsey mengusulkan *platform* berbasis *SMS* ini kepada co-founder Odeo, Evan Williams (@Ev). Evan dan salah satu pendiri Biz Stone (@Biz) kemudian memberi Jack izin untuk menggunakan lebih banyak waktu pada proyek dan mengembangkannya lebih lanjut.

### **Trending Topic**

*Trending topic* adalah sebuah topik atau bahasan yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat pada waktu tertentu. Di Twitter, *trending topic* akan muncul jika suatu topik yang sama terus menerus diposting (tweet) oleh banyak pengguna. *Trending topic* bisa berbentuk sebuah *hashtag* atau kalimat biasa. Indonesia sering sekali menjadi penyebab terjadinya *trending topic*. Hal ini dikarenakan masyarakatnya yang sangat aktif dalam menyuarakan pendapatnya, faktor lain adalah tentu saja karena pengguna Twitter nya yang banyak. Dengan mengikuti topik yang

sedang *trend*, tentu akan memberikan keuntungan tersendiri. Diantaranya kita jadi tahu berita atau isu-isu apa yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat diseluruh dunia.

### **Computer-Mediated Comunication (CMC)**

*Computer-Mediated Communication* (seterusnya disingkat CMC) adalah sebuah bentuk komunikasi baru yang dapat dikatakan menandai era perubahan teknologi dan sosial. Sebuah bentuk komunikasi dapat dimasukkan ke dalam kategori CMC adalah ketika dua orang atau beberapa orang di dalamnya hanya dapat saling berkomunikasi atau bertukar informasi melalui computer yang termasuk ke dalam teknologi komunikasi baru.

*Computer Mediated Communication* (CMC) menurut Wood & Smith (2005) adalah komunikasi individu antar individu tau individu antar kelompok yang dimediasi oleh computer. Dalam konteks ini, *Computer Mediated Communication* (CMC) dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari. *Computer Mediated Communication* (CMC) adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda.

Perspektif CMC sangat khas tertuju pada cara computer menyalurkan dan memediasi model komunikasi *face to face* (Wahyu, 2012). Menurut Greiffenstern (2010) CMC adalah termasuk kepada interaksi manusia yang dilakukan dan difasilitasi melalui teknologi berbasis digital. Defenisi ini termasuk kepada internet; teks telepon selular, *instant messaging* (IM), *multiuser interactions* (MUDs & MOOs); internet, e-mail, dan *video conference*.

### **Social Network Analysis (SNA)**

*Social Network Analysis* (seterusnya SNA) merupakan salah satu metode yang populer digunakan untuk analisis jaringan sosial. SNA memungkinkan kita untuk mengidentifikasi aktor atau kelompok yang memainkan peran sentral dalam sebuah jaringan (Serrat, 2017).

SNA mampu mengungkapkan informasi yang tersembunyi dalam jaringan yang kompleks. Dalam melakukan analisis, SNA menggunakan beberapa metrik seperti *degree centrality*, *betweenness centrality*, dan *reciprocity* (Iriani & Priyanto, 2013). *Degree centrality* (*Indegree centrality* dan *Outdegree centrality*) keduanya adalah derajat yang menunjukkan pentingnya seorang aktor. *Indegree centrality* merupakan derajat yang menunjukkan seberapa banyak hubungan yang menuju suatu titik, sementara *outdegree centrality* menunjukkan seberapa banyak hubungan yang keluar dari suatu titik. *Betweenness centrality* adalah ukuran seberapa jauh seorang aktor / sebuah node dapat menangani aliran informasi antar aktor dalam jaringan. *Reciprocity* menggambarkan probabilitas bahwa suatu hubungan akan memiliki lawan hubungan yang sebaliknya (Priyopradono et al., 2012).

## METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode analisis jaringan komunikasi, untuk menggambarkan secara detail struktur dan aktor-aktor dalam jaringan (Eriyanto, 2014). Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna Twitter aktif yang berpartisipasi dalam menyebarkan informasi melalui tweets dengan menggunakan #WhatsAppDown di Twitter. Semetara itu, yang menjadi objek dari penelitian adalah tweet yang dibuat oleh pengguna Twitter dengan menggunakan #WhatsAppDown di Twitter. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna twitter aktif yang berpartisipasi dalam menggunakan #WhatsAppDown dalam tweet yang dibuat di Twitter dengan total sebanyak 1.2k tweets. Berdasarkan hasil *recall* yang dilakukan melalui Netlytic.org, sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 830 tweets. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Netlytic dan Gephi. Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kuantitatif meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2014).

## HASIL DAN DISKUSI

Fenomena #WhatsAppDown yang mulai viral di jejaring sosial twitter pada tanggal 3 juli 2019 dimana pada saat itu aplikasi pesan instan WhatsApp sudah mengalami gangguan yang ke-3 kalinya di Indonesia. Hal ini memicu para pengguna Twitter untuk menyampaikan keluh-kesahnya, diantaranya yaitu mengeluhkan sulitnya menerima atau mengirim pesan, foto, video, dan bentuk-bentuk file lainnya, sehingga tautan tersebut sempat menjadi *trending* dan terus dibicarakan selama gangguan tersebut berlangsung, yaitu tanggal 3 juli 2019 sampai 4 juli 2019.

Tweet yang terus menerus diposting menggunakan #WhatsAppDown oleh pengguna aktif twitter, membuat informasi ini terdistribusi secara cepat dengan adanya fitur *reply*, *like* dan *re-tweet*, yang tersedia di Twitter. Semakin cepat informasi tersebut tersebar, #WhatsAppDown pun menjadi sebuah topik hangat yang terus dibicarakan oleh para pengguna di Twitter, karena gangguan yang terjadi pada tanggal 3 juli 2019 bukan yang pertama kalinya. Hal itu pun mampu menarik perhatian para pengguna di Twitter yang juga menggunakan aplikasi pesan instan WhatsApp.

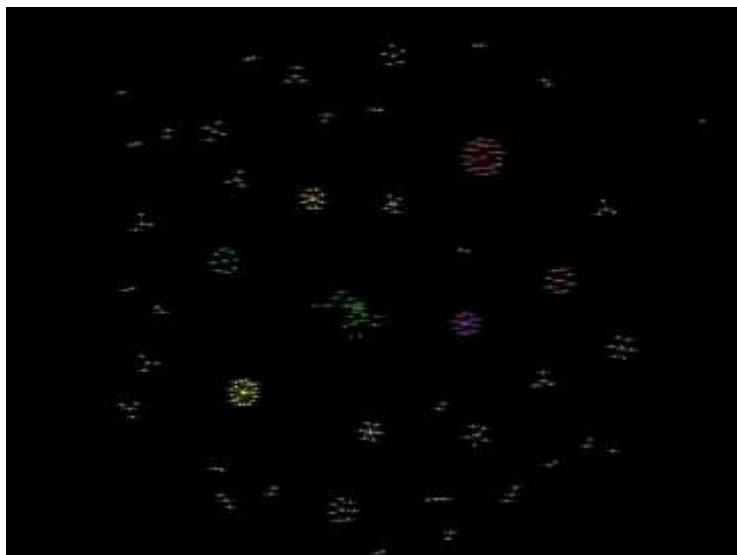
Hasil analisis pada Netlytic.org yang telah peneliti observasi sejak tanggal 4 juli 2019 terdapat dataset sebanyak 830 pada #WhatsAppDown yang peneliti temukan pada Netlytic. Peneliti berhasil mendapatkan pola jaringan yang terbentuk dari interaksi antar pengguna Twitter yang menggunakan #WhatsAppDown dalam tweet yang dibuatnya melalui Netlytic. Dalam pola jaringan komunikasi pada #WhatsAppDown, ditemukan 5 aktor penting. Aktor tersebut yaitu @megasair, @whatsapp, @actuxiaomi, @akinyivivien, dan @annemariayritys. Dalam Netlytic menunjukkan bahwa aktor tersebut merupakan aktor penting dalam jaringan komunikasi dengan #WhatsAppDown di Twitter.

*Modularity*, membantu menentukan apakah cluster yang ditemukan mewakili komunitas yang berbeda dalam jaringan. Nilai *modularity* yang lebih tinggi menunjukkan perpecahan yang jelas antara komunitas yang diwakili oleh kelompok di Netlytic. Nilai modularitas yang rendah, biasanya kurang dari 0,5, menunjukkan bahwa cluster yang ditemukan oleh Netlytic, akan tumpang tindih, yaitu jaringan lebih cenderung terdiri dari kelompok inti node.

*Modularity* pada network #WhatsAppDown bernilai 0.874800. Nilai tersebut digolongkan dalam nilai modularitas yang tinggi karena telah melebihi angka 0.5. Hal tersebut mengindikasikan bahwa dalam *cluster*, anggota nya merupakan berasal dari perwakilan berbagai kalangan yang berbeda-beda. Hal tersebut merupakan hal yang baik karena anggota terdistribusi merata.

*Modularity Class* merupakan pengukuran untuk mendeteksi banyaknya komunitas/group/genk yang ada di dalam suatu graph. Modularitas, membantu menentukan apakah cluster yang ditemukan mewakili komunitas yang berbeda dalam jaringan. Nilai modularitas yang tinggi menunjukkan perpecahan yang jelas antara komunitas yang diwakili oleh sebuah kelompok, sementara nilai modularitas yang rendah, biasanya kurang dari 0,5, menunjukkan bahwa cluster akan tumpang tindih lebih banyak; jaringan lebih cenderung terdiri dari kelompok inti node.

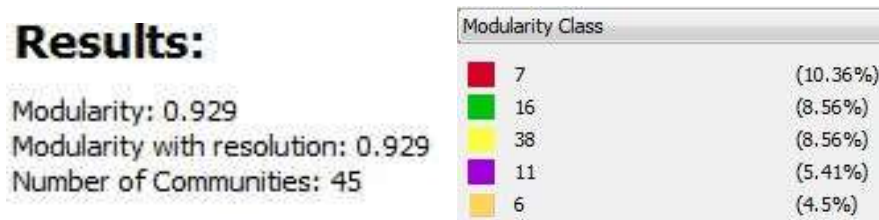
Dari hasil yang telah didapatkan melalui aplikasi Gephi 0.92 menunjukkan bahwa #WhatsAppDown memiliki *Modularity Class* memiliki nilai sebesar 0.929. Nilai tersebut digolongkan kedalam nilai modularitas yang tinggi karena telah melebihi angka 0.5. Hal tersebut mengindikasikan bahwa anggota nya merupakan berasal dari perwakilan berbagai kalangan yang berbeda-beda. Hal tersebut merupakan hal yang baik karena anggota terdistribusi secara merata. Visualisasi jaringan #WhatsAppDown tergambar berikut ini:



Gambar 1. Visualisasi Jaringan #WhatsAppDown di Twitter  
Sumber: Olahan Peneliti pada Gephi

Analisis jaringan sosial pada fenomena *cross platform* #WhatsAppDown di Twitter yang divisualisasikan pada gambar 1 dilanjutkan untuk dianalisis dengan menggunakan aplikasi Gephi menunjukkan bahwa didalam jaringan komunikasi #WhatsAppDown terdapat 45 *class*, sehingga peneliti membatasi penelitian dengan hanya meneliti 5 *class* dengan tingkat persentase (dominasi) tertinggi.

Hasil pola *cross platform* jaringan *Modularity Class* memiliki nilai *Modularity Class* sebesar 0.929. Nilai tersebut lebih besar dari 0.5 sehingga dapat disimpulkan, hal tersebut mengindikasikan bahwa anggota *Modularity Class* merupakan dari perwakilan berbagai kalangan yang berbeda-beda. Hal tersebut merupakan hal yang baik karena artinya anggota terdistribusi secara merata. Dan orang-orang yang menjadi aktor utama dalam ‘*class*’ nya merupakan aktor penting dalam pendistribusian informasi #WhatsAppDown melalui penentuan *Modularity Class* di twitter.sebagai berikut warna *modularity class* nya :

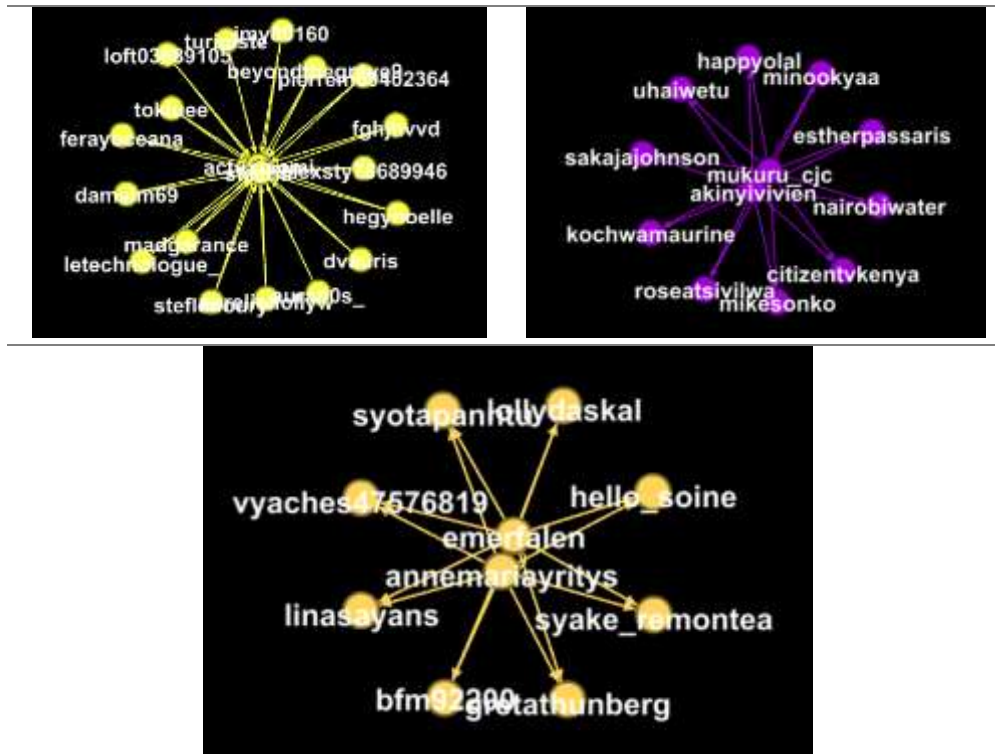


Gambar 2. Presentase Modularity Class #WhatsAppDown pada Gephi  
Sumber: Olahan Peneliti 2019

Berdasarkan gambar 2, posisi pertama ditempati “*class 7*” (warna merah) dengan *modularity class* mencapai 10.36%, “*class 16*” (warna hijau) dan “*class 38*” (warna kuning) dengan nilai *modularity class* sama yaitu 8.56%, selanjutnya “*class 11*” (warna ungu) dengan *modularity class* sebesar 5.41% dan “*class 6*” (warna oranye) dengan *modularity class* 4.5%. Berikut visualisasi jaringan dari setiap akun dalam penyebaran fenomena #WhatsAppDown di Twitter







Gambar 3. Visualisasi Jaringan Modularity #WhatsAppDown di Twitter  
Sumber: Olahan Peneliti, 2019 pada Gephi

Modularity Class yang tergabung memiliki *node* dan *edge* berwarna merah. Jumlahnya 10.36% dari keseluruhan data. Anggota yang tergabung dalam *class 7* merupakan orang-orang yang sering disebutkan oleh akun @megasair dan menggunakan tautan #WhatsAppDown dalam tweet yang dibuatnya untuk berinteraksi di Twitter. Modularity Class berwarna hijau. memiliki *node* dan *edge* jumlahnya 8.56% dari keseluruhan data. Anggota yang tergabung dalam *class 16* merupakan orang-orang yang sering menyebutkan akun @whatsapp dan menggunakan tautan #WhatsAppDown dalam tweet yang dibuatnya untuk berinteraksi di Twitter.

Modularity Class berwarna hijau. memiliki *node* dan *edge* jumlahnya 8.56% dari keseluruhan data. Anggota yang tergabung dalam *class 38* merupakan orang-orang yang sering menyebutkan akun @actuxiaomi dan menggunakan tautan #WhatsAppDown dalam tweet yang dibuatnya untuk berinteraksi di Twitter. Modularity Class berwarna hijau. memiliki *node* dan *edge* jumlahnya 5.41% dari keseluruhan data. Anggota yang tergabung dalam *class 11* merupakan orang-orang yang sering disebutkan oleh akun @akinyivivien dan menggunakan tautan #WhatsAppDown dalam tweet yang dibuatnya untuk berinteraksi di Twitter.

Modularity Class berwarna hijau. memiliki *node* dan *edge* jumlahnya 4.5% dari keseluruhan data. Anggota yang tergabung dalam *class 6* merupakan orang-orang yang sering disebutkan oleh akun @annemariayritys dan menggunakan tautan #WhatsAppDown dalam tweet yang dibuatnya untuk berinteraksi di Twitter. Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa akun @megasair,

@whatsapp, @actuxiaomi, @akinyivivien, dan @annermariaritys merupakan aktor yang mempunyai pengaruh penting dalam fenomena *cross platform* pada jaringan komunikasi #WhatsAppDown dalam penentuan *Modularity Class* di twitter.

Berdasarkan teori *Computer-Mediated Communication* (CMC), interaksi melalui #WhatsAppDown terbukti @megasair merupakan pengguna twitter yang paling aktif dalam melakukan interaksi melalui #WhatsAppDown di Twitter, sehingga proses interaksi yang pesat dan terdistribusi secara luas, maka interaksi ini akan membentuk pola jaringan yang menggambarkan aktor-aktor utama yang terlibat dalam jaringan.

Jenis komunikasi yang terbentuk di Twitter pada penelitian ini yaitu, *one to many*, dimana akun @megasair menjadi aktor yang sangat aktif dalam pendistribusian informasi dengan konten tweet #WhatsAppDown dan menyebutkan beberapa akun didalam tweet tersebut, sehingga *followers* mengikuti atau mengetahui pesan #WhatsAppDown dari postingan tersebut dan *one to one* yaitu ketika seorang aktor berinteraksi di Twitter hanya dengan mendapatkan *mention* seperti akun @annemariaritys yang intens membalas tautan pada #WhatsAppDown. Trendingnya konten #WhatsAppDown di witter dan masifnya percakapan dalam jaringan sosial membuktikan fenomena masyarakat yang cenderung menggunakan lebih dari satu *platform* media sosial dan dalam penelitian Oktaviana et al. (2019) fenomena ini dinamakan new digital habit: cross platform.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis *Modularity Class* pada Fenomena Cross Platform #WhatsAppDown Trending di Twitter ditemukan 5 *class* yang berperan penting dalam jaringan informasi mengenai #WhatsAppDown di Twitter yaitu menunjukkan jaringan komunikasi #WhatsAppDown tersebar dari total 45 *class*. Hasil nilai *modularity class* sebesar 0.929 menunjukkan anggota jaringan komunikasi #WhatsAppDown bersifat *interlock* atau terpusat pada 5 *class*, dimana setiap *class* memiliki satu aktor penting yaitu @megasair, @whatsapp, @actuxiaomi, @akinyivivien, @annemariayritys yang berperan sebagai pusat informasi serta aktor yang memiliki peran penting sebagai informan dan @megasair yang menjadi *star* karena sangat aktif dalam menyebarkan informasi kepada aktor lain. Kecenderungan masyarakat yang menggunakan lebih dari satu *platform* media sosial menunjukkan fenomena *Cross Platform* dapat ditemukan pada jaringan konten #WhatsAppDown di Twitter.

Berdasarkan kesimpulan yang dipaparkan peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran yang ingin diberikan. Penggunaan situs jejaring sosial Twitter sebagai media aspirasi sebagaimana pengguna Twitter agar lebih bijaksana dalam mendistribusikan informasi dalam menanggapi isu-isu yang sedang berkembang di masyarakat. Sedangkan untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian menggunakan metode Social Network Analysis tidak terbatas hanya pada *modularity class* dan bisa lebih explore pada metode observasi dan wawancara.

## REFERENSI

- Ayun, Primada Qurrota. (2015). *Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas*. Channel, Vol. 3, No. 2, Oktober 2015: 1 – 16
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press
- Creeber, G., & Martin, R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. Open University Press.
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Prenadamedia Group.
- Greiffenstern, S. (2010). *The Influence Of Computers, The Internet And Computer-Mediated Communication On Everyday English*. Logos-Verl.
- Hanneman, R.A. & Riddle, M. (2005). *Introduction To Social Network Methods*. Riverside, CA: University of California, Riverside.
- Ibrahim & Idi Subandy. (2011). *Kritik Budaya Komunikasi*, Yogyakarta, Jalasutra.
- Iriani, A., & Priyanto, S. H. (2013). Modeling of employee relationship in SME batik: case study of Windasari batik. *Asian Journal of Management Sciences and Education*, 2(4).
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Informasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2).
- Mc Quail, Dennis. (2000). *McQuail's Communication Theory (4<sup>th</sup> Edition)*. London: Sage Publication.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nor Amalina, Sarina, Siti Zaiton & Nor Bahiah. (2016). *Visualization And Centrality Measurement Of Social Network Analysis*. *Jurnal Teknologi (Sciences & Engineering)* 78:8-2 (2016) 65-74
- Oktaviana, L., Fitriyah, P., & Prihantoro, E. (2019). New Digital Habits: Digital Migration in Consuming Social Media Platforms Cross. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding Jakarta International Conference on Social Sciences and Humanities*, 9(4), 55–62.
- Priyopradono, B., Manongga, D., & Utomo, W. H. (2012). Social Network Perspective: Model of Student's Knowledge Sharing On Social Network Media. *International Journal of Computer Science Issues (IJCSI)*, 9(3), 54–58.

- Puspita, Yesi. (2015). *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay*. Jurnal Pekommas, Vol. 18 No. 3, Desember 2015: 203 – 212
- Serrat, O. (2017). *Social Network Analysis. In Knowledge Solutions*. Singapore Springer.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Wahyu, T. (2012). *Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Pustaka Pelajar.
- Wood, A. F., & Smith, J. M. (2005). *Online Communication: Linking Technology Identify and Culture*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Wright, K.B., Lynne., M.W. (2011). *Computer-Mediated Communication In Personal Relationship*. New York: Peter Lang Publishing