



MAPPING JARINGAN KOMUNIKASI “SAYA GOLPUT” DALAM PEMILIHAN UMUM 2019 DI TWITTER

¹Pipit Fitriyah, ²Junia Widi Aulia

¹Fitriyah@staff.gunadarma.ac.id, ²aulia_juniawidi@yahoo.com

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

ABSTRACT

Mapping "Saya Golput" on active Twitter users in stating abstention from the 2019 general election became the purpose of analysis in research using social network analysis methods. This research departs from the post-positivism paradigm which is used as quantitative research that addresses social reality as something complex, meaningful, holistic, dynamic and interactive interpersonal relationships. The results of this study found interactive communication on Twitter, which is so massive and often discussed the issue of "Saya Golput" because it was triggered by the momentum of general political elections on 17 April 2019, so that the communication mapping communication one to many in the concept of social network analysis in Twitter provides the process of distributing "Saya Golput" information. Trending "Saya Golput" is also marked by public participation in political discussion on Twitter which is increasing. Thus, the "Saya Golput" communication network is equated with apathy and alienation towards politics and the state.

Keywords: Political Communication, Twitter Media, General Elections, Social Network Analysis

PENDAHULUAN

Pemilihan umum 2019 yang dilaksanakan oleh Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu) mengharapakan masyarakat berpartisipasi aktif dalam menyambut dan mensukseskan pesta demokrasi agar pelaksanaannya dapat berjalan secara transparan, damai dan berkualitas, serta mampu menghasilkan perubahan diberbagai segi kehidupan masyarakat yang positif.

Keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam menggunakan hak politiknya menjadi tanggung jawab semua pihak, untuk dapat memilih kandidat, seperti Presiden dan Wakil

Presiden maupun anggota Legislatif (DPR, DPRD dan DPD) yang diharapkan terpilihnya calon tersebut mampu mensejahterakan dan memakmurkan rakyat. Untuk itu, partisipasi masyarakat harus didorong untuk secara sukarela menggunakan hak pilih/hak politik, bukan secara paksaan/intimidasi, baik materiil maupun non materiil. Semakin tinggi partisipasi masyarakat, semakin legitimasi kualitas pelaksanaan pesta demokrasi.

Kontradiksi dengan wacana tersebut, munculnya isu golput atau golongan putih terus menampakkan

eksistensinya setiap kali pemilu. Pengaruh golput menjadi lebih meluas, bersama dengan berbagai bentuk protes yang ada dalam masyarakat. Golput atau golongan putih sudah tidak lagi merupakan gerakan protes yang berdiri sendiri di kalangan masyarakat yang kritis terhadap penguasa, tapi golput ini telah menyatu ke dalam berbagai gerakan yang bertujuan memperbaiki dan mencari alternatif.

Pada masa-masa kampanye tanggal 9 April 2019, Konteks persamaan perspektif dalam menanggapi pemilihan umum 2019 di media sosial Twitter menciptakan komunitas *online* yang dapat menjadi fenomena yang jangkauan interaksinya meluas didalam internet seperti trendingnya fenomena “Saya Golput” dengan 830 tweets yang menuliskan tautan “Saya Golput” pada laman search Twitter.



Figure 1 : Search #SayaGolput (Sumber : Arsip Peneliti, 2019)

Kemunculan tautan ini dikarenakan beberapa masyarakat yang termotivasi untuk memilih menjadi golongan putih disebabkan oleh 2 hal, yakni karena calon legislatif atau presidennya tidak ada yang baik menurut penilaian mereka, dan tidak percaya pada sistem politik yang ada.

Fenomena “Saya Golput” yang mulai viral di jejaring sosial twitter pada tanggal 28 Maret 2019 dipelopori akun @lini_zq dengan mengeluarkan statment #SayaGolput dimana pada saat itu merupakan momentum pemilihan umum 2019.



Figure 2: Cuitan #SayaGolput

Antusias pengguna aktif Twitter beramai-ramai untuk berkomentar dalam kolom reply di account @lini_zq, sehingga pro dan kontra yang tertuang dalam kolom komentar sebanyak 2000 reply.

Hal tersebut mendorong peneliti untuk menganalisis dari bagaimana pendistribusian informasi #SayaGolput tersebut pada pengguna aktif twitter sebagai pernyataan abstain dari pemilihan umum 2019.

KAJIAN PUSTAKA Komunikasi Politik

Komunikasi Politik Menurut Nimmo, Politik berasal dari kata polis yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakatnya. Kata polis ini berkembang menjadi *politicos* yang artinya kewarganegaraan. Dari kata *politicos* menjadi *politera* yang berarti hak hak kewarganegaraan. Menurut Gabriel Almond (1960) : Komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik.

"All of the functions performed in the political system, political socialisation and recruitment, interest articulation, interest

aggregation, rule making, rule application, and rule adjudication, are performed by means of communication."

Media Sosial sebagai Media Kampanye

Media sosial bisa berkontribusi pada keberhasilan politik. Ini karena media sosial membuat kandidat dalam sebuah pemilihan bisa berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tak bisa dicapai lewat pola kampanye tradisional seperti kampanye dari pintu ke pintu, brosur, bahkan peliputan oleh media cetak dan televisi. Selain itu, biaya kampanye media sosial juga jauh lebih murah karena tidak ada biaya yang langsung diasosiasikan dengan media sosial semacam Facebook, Twitter, dan Youtube.

Media sosial juga unggul karena memberi kesempatan para calon pemilih untuk berdialog dua arah dengan kandidat, tidak seperti model kampanye tradisional yang cenderung searah, dari kandidat ke calon pemilih. Sifat komunikasi politik antara kandidat dan calon pemilih bisa menjadi multiarah, seperti dari kandidat ke pemilih, pemilih ke kandidat, atau antarpemilih.

Modal komunikasi multiarah ini, menurut Tasente Tanase (2015) dalam *The Electoral Campaign through Social Media: A Case Study-2014 Presidential Election in Romania*, menjadi salah satu modal bagi kandidat untuk bisa meraih suara dalam pemilihan.

Definisi Twitter

Twitter adalah situs *microblogging* yang dioperasikan oleh Twitter, Inc. Disebut *micro blogging*

karena situs ini memungkinkan penggunanya mengirim dan membaca pesan seperti blog pada umumnya. Pesan tersebut dinamakan tweets, yaitu teks tulisan sebanyak 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Perkembangan dunia teknologi semakin memudahkan para pengguna Twitter yang kian hari kian bertambah. Melalui aplikasi eksternal yang kompatibel seperti telepon seluler atau dengan SMS, penggunanya dapat mengirim dan menerima tweets langsung dari situs Twitter. Dengan kemudahan seperti ini, Twitter telah mendapatkan tempat di seluruh dunia dengan semakin bertambahnya jumlah users. Twitter dibentuk dan diluncurkan pada 2006 oleh Jack Dorsey.

Pendirian Twitter, Inc. dibiayai oleh Obvious LLC. Markasnya terletak di San Bruno, California. Kemudian, server dan kantor Twitter yang lain tersebar di San Antonio, Texas dan Boston, Massachusetts. Twitter menjadi populer pada tahun 2007 pada festival South by Southwest. Selama acara tersebut berlangsung, pengguna Twitter meningkat dari 20.000 tweets per hari menjadi 60.000 tweets. Pada September 2010, Twitter mengganti logo dan membuat desain. Logo 45 tersebut terus disempurnakan menjadi seperti apa yang bisa dilihat sekarang ini.

Trending Topic

Trending Topic mempunyai sepuluh daftar topik hangat yang tengah ramai diperbincangkan oleh banyak pengguna Twitter dalam waktu yang bersamaan. Daftar *Trending Topics* diperbarui setiap beberapa menit, khususnya ketika terdapat beberapa topik baru yang menjadi populer.

Penggunaan “#” (*hashtag*) dinilai memiliki pengaruh dalam menciptakan *trending topics*. Selain itu, *trending topics* (TT) pada twitter juga dipengaruhi oleh *tweet* sumber media berita yang di-*retweet* para pengguna Twitter. Maka tidak heran jika topik yang bertahan lama biasanya adalah *breaking news*, berita seputar selebriti, dan event berskala internasional.

Trending Topic mengacu pada hal yang sering dibicarakan orang yang berganti secara *real time*, sehingga *trending topic* tersebut bersifat dinamis, tergantung seberapa banyak orang yang membicarakan topik tersebut.

Definisi Golput

Efriza (2012: 535) mendefinisikan golongan putih diakronimkan menjadi golput yaitu sekelompok masyarakat yang lalai dan tidak bersedia memberikan hak pilihnya dalam acara pemilihan dengan berbagai macam alasan, baik pada pemilu legislatif, pilpres, pilkada maupun pemilihan kepada desa (pilkades).

Sedangkan menurut Budiman dalam Efriza (2012: 535) Golput adalah seorang yang sengaja datang ke TPS dan membuat pilihannya tidak sah dengan mencoblos gambar putih, orang yang tidak percaya dengan hasil pemilu dan tidak mau berpartisipasi, serta tidak datang ke TPS atau datang, tapi membuat suaranya tidak sah.

Kategori Perilaku Golput

Saefullah dalam Efriza (2012: 546) menyatakan golput terpilah ke

dalam tiga kategori besar, yaitu teknis, politis, dan ideologis.

1. Golput Teknis, terdiri dari 3 (tiga) kelompok, yaitu:
 - a. Mereka yang berhalangan hadir
 - b. Pemilik suara tidak sah karena keliru mencoblos
 - c. Yang tak tahu apa yang dia mau.
2. Golput Politis terdiri atas beberapa kelompok, antara lain tak punya pilihan, tak percaya formalisme sekalipun bersahabat dengan elitisme, dan tak percaya formalisme sekalipun bersahabat dengan elitisme, dan tak percaya formalisme sekaligus elitisme. Berbeda dengan golput teknis yang nirmotif politik, mereka menjadikan golput sebagai ekspresi politik. Bagaimanapun, golput politis tidak permanen. Mereka berhenti menjadi golput manakala pilihan tersedia atau demokratisasi mencapai kemajuan berarti sehingga tak lagi hanya bertumpu pada lembaga formal serta semakin egalitarian dan partisipatoris.
3. Golput Ideologis, baik dari sayap kanan maupun sayap kiri. Bagi mereka, golput bukan hanya sekedar ekspresi politik, melainkan lebih terhadap perwujudan keyakinan ideologis.
 - a. Di sayap kiri, terdapat golput ideologis yang menolak berpartisipasi dalam pemilu sebagai konsekuensi dari penolakan mereka atas demokrasi liberal. Bagi mereka, pemilu dan demokrasi liberal adalah anak kandung kapitalisme yang memproduksi kesenjangan, eksploitasi dan ketidakadilan.

- b. Di sayap kanan, tersedi golput ideologis dari kalangan fundamentalisme agama terutama Islam. Menurut mereka, demokrasi dan pemilu bertentangan dengan syariat agama, pemilu menyerahkan kedaulatan kepada rakyat, kepada manusia, padahal hanya Tuhan yang berhak memilikinya.

Social Network Analysis

Tsvetovats dan Kouznetsov (2013) mendefinisikan *Social Network Analysis* (SNA) merupakan sebuah studi yang mempelajari hubungan manusia dengan memanfaatkan teori graf (Susanto, Herlina, & Chrismanto, 2012). Perspektif jaringan memfokuskan pada hubungan antar actor seperti hubungan yang terjadi saat masyarakat bertukar informasi mengenai bencana. Terdapat karakteristik penting dalam penelitian jaringan (Marin & Wellman, 2011). *Pertama*, memberikan perhatian pada relasi bukan atribut. *Kedua*, berfokus pada jaringan bukan kelompok (grup). *Ketiga*, perlunya suatu konteks relasional tertentu agar relasi jadi bermakna. Hanneman dan Riddle mengatakan sebuah jaringan memiliki aktor-aktor yang berposisi penting yang dapat memberikan keuntungan maupun kerugian tersendiri (Galuh, 2013). Ketika menganalisis sebuah jaringan akan terlihat hubungan atau *link* yang terasal dari komunikasi antar individu atau kelompok (Littejohn & Foss, 2009). *Social Network Analysis* (SNA) memiliki beberapa level analisis yang dapat dilakukan seperti level actor, level kelompok dan level system. Analisis Level Aktor pada

jaringan utuh (*complete network*) ukuran yang dipakai adalah sentralitas. Ada empat ukuran sentralitas yang paling banyak dipakai, yakni sentralitas tingkatan (*degree*), kedekatan (*closeness*), keperantaraan (*betweenness*), dan eigenvektor (*eigenvector*). Pada level system ukuran yang biasa digunakan adalah kepadatan (*density*), resiprositas (*reciprocity*), diameter dan jarak (*distance*), Sentralitas (*centralization*) (Eriyanto, 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu 9-17 April 2019 dimana sedang adanya pemilihan calon presiden dan calon wakil presiden. Pendekatan post-positivistik (Samatan, 2017) dipakai dalam penelitian ini karena dalam studi analisis jaringan komunikasi memerlukan beberapa pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif (Williams & Shepherd, 2017; Samatan, 2018). Penelitian ini menggunakan metode analisis jaringan komunikasi yang akan menggambarkan pola dalam bentuk struktur dalam jaringan.

Penelitian ini menggunakan analisis tingkat aktor dan level. Level aktor digunakan untuk menemukan aktor utama dalam komunikasi jaringan ini dan aktor yang memiliki pengaruh dalam jaringan dan level sistem menggambarkan jaringan secara keseluruhan pada struktur jaringan. Ada beberapa jenis pengukuran yang digunakan untuk level aktor pengukuran menggunakan *degree*, *closeness*, *betweenness* dan *eigenvector*. Sedangkan untuk level system pengukuran menggunakan jumlah

cluster, diameter, *density*, *reprocity*, *centralization* dan *modularity*. Pada penelitian ini hanya akan menganalisa *cluster*, *degree* dan *closeness centrality*.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif (Samatan, 2017). Data yang digunakan sebagai sampel berjumlah 830 Tweets. Proses analisis dan *crawling* data Twitter menggunakan Netlytic.org dan software Gephi. Netlytic dan Gephi secara otomatis dapat membuat rantai jaringan berdasarkan nama-nama akun Twitter dan memunculkan data-data yang dapat digunakan untuk menganalisis pada level sistem dan aktor. Selanjutnya, pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan mendownload percakapan-percakapan yang terjadi di Twitter. Data yang diperoleh akan digunakan untuk membahas lebih detail mengenai seperti apa *mapping* “Saya Golput” pada pengguna Twitter aktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jaringan Komunikasi “Saya Golput” di Twitter



Figure 3 : Logo Saya Golput

Kemunculan Saya Golput atau golongan putih yang mencuat dalam pemilihan umum 2019, berawal postingan di Twitter melalui seorang aktivis *queer* feminis yaitu oleh account @lini_zq melalui #SayaGolput. #SayaGolput mulai ditweetkan pada tanggal 28

Maret 2019, postingan tersebut mendapatkan respon sebanyak 2000 reply-an sehingga langsung menjadi viral dan menjadi isu yang hangat diperbincangkan di Twitter.

Fenomena golput atau golongan putih ini setidaknya menjelaskan tiga hal. *Pertama*, mulai mencuatnya rasionalitas pemilih, dengan pemilu yang relatif aman, damai, dan demokratis, rakyat bisa lebih leluasa dalam mengekspresikan kebebasan dan kedaulatannya dengan banyak melakukan aktivitas mentweet “Saya Golput” di Twitter selama rentan masa kampanye, di tanggal 9 April 2019. Pada pemilu 2019 ini membuktikan bahwa rakyat punya rasionalitas sendiri. Elit-elit politik dinilai hanya mementingkan golongan dan partainya.

Kedua, belum memadainya partai alternatif. Kebebasan berpendapat menciptakan peluang sekaligus juga ancaman akan terfragmentasinya kekuatan reformis, ini disebabkan partai-partai baru muncul “setengah hati” dengan ragam interes primordialnya, sehingga menjadi hambatan tersendiri bagi terciptanya konsolidasi demokrasi.

Ketiga, partai politik mengalami malfungsi, terutama kaitannya dengan fungsi representasi. Partai politik tidak mampu mengagregasikan kepentingan rakyat.

Sementara pemetaan isu golput berdasarkan pergerakan waktu atau time series, menunjukkan ada hal yang menyebabkan masifnya

perbincangan dan persebaran isu golput di Twitter trending, karena perbincangan isu Golput dimulai oleh orang yang memiliki banyak followers, dan begitu frequent (sering) diperbincangkan juga dipicu oleh adanya momentum politik pemilihan umum 17 April 2019.

Analisis jaringan komunikasi mengkaitkan hubungan sosial dengan teori jaringan yang terdiri dari *node* dan *edge*. Node yang merupakan seorang individu/aktor dalam sebuah jaringan, dan *edge* merupakan hubungan antara node.

Mapping Jaringan Komunikasi “Saya Golput” di Twitter

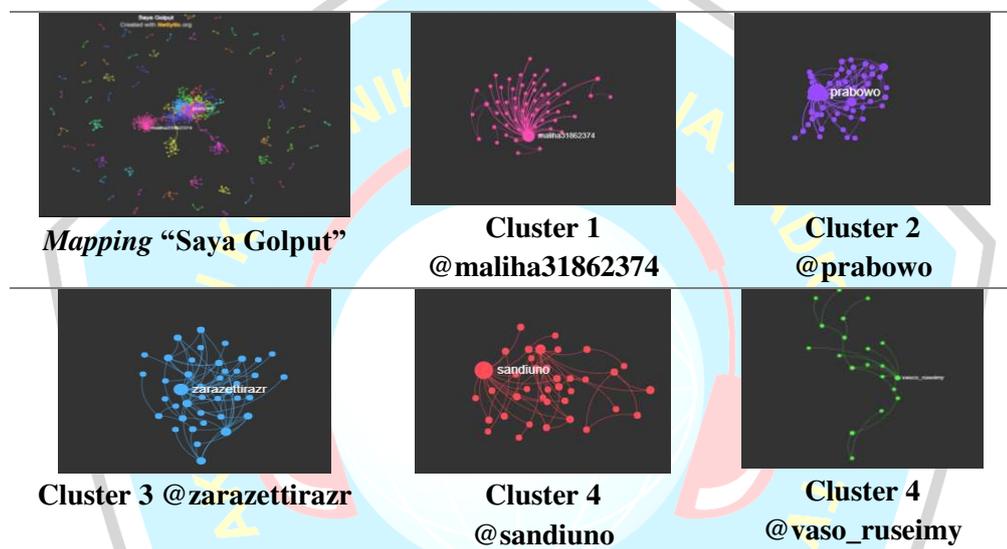


Figure 5 : Cluster Jaringan Komunikasi “Saya Golput”

Cluster merupakan kelompok social virtual yang terhubung dan menjalin komunikasi antar anggota dalam cluster atau dengan anggota di cluster lain. Netlytic mengcluserkan jaringan ini menjadi 5 cluster besar dan beberapa cluster kecil. Warna-warna node yang ada dalam jaringan ini menandakan, aktor-aktor tersebut berada di cluster yang sama.

Diameter	3
Density	0.002162
Reciprocity	0.009677
Centralization	0.047550
Modularity	0.793600

Tabel 1: Network Properties
Netlytic.org

Network Properties

Mapping Jaringan Komunikasi “Saya Golput” memiliki diameter jaringan sebesar 3, menjelaskan jarak terjauh yang dibutuhkan oleh actor satu untuk menuju actor lain sejauh 3 langkah. Density bernilai 0.002162 yang berarti jaringan ini memiliki tingkat kepadatan yang sangat rendah. *Reciprocity* menuntukan tingkat

mutualitas komunikasi antar actor dalam jaringan komunikasi “Saya Golput”, nilai 0.009677 pada *reciprocity* jaringan ini menunjukkan bahwa relasi komunikasi yang terjadi hanya satu arah dan komunikasi dua arah tidak terjadi karena actor-aktor tidak membalas pesan dari actor lain yang ditujukan kepadanya.

Centralization dalam jaringan ini bernilai rendah (0.047550) yang menunjukkan informasi di jaringan komunikasi “Saya Golput” tidak didominasi oleh 1 aktor. Aktor-aktor dalam jaringan ini saling memberikan informasi kepada aktor lain dalam jaringan. Dalam jaringan komunikasi “Saya Golput” yang ada di media social Twitter, banyak yang terlibat dalam percakapan. Masyarakat yang terlibat dalam percakapan ini memiliki keberagaman yang berbeda-beda. Hal ini terlihat dari nilai *modularity* (0.793600) yang lebih besar dari 0.5. Aktor dalam sebuah jaringan dapat berasal dari individu, organisasi, negara, dan sebagainya.

Analisis jaringan komunikasi melihat relasi antar aktor yang terjadi dalam sebuah percakapan. Pengukuran sentralitas dilakukan untuk mengetahui seberapa penting seorang aktor dalam sebuah jaringan. Ada empat faktor yang dapat dilihat yakni nilai *degree*, *closeness*, *betweenness* dan *eigenvector centrality*. Pada penelitian ini akan digunakan dua cara perhitungan, yaitu *degree* dan *closeness centrality*.

Degree

Tabel 2: Degree Statistic by Gephi

Label	In-Degr ee	Out-Degr ee	Degr ee

prabowo	53	0	53
maliha31862374	0	47	47
374			
sandiuno	38	0	38
zarazettirazr	25	0	25
gerindra	23	0	23

Popularitas aktor dalam jaringan komunikasi dapat dilihat dari nilai *degree*. *Degree* menunjukkan jumlah link dari aktor ke aktor lain. *In-Degree* menunjukkan jumlah *link* yang mengarah ke actor dan *out-degree* menunjukkan jumlah *link* yang keluar dari actor. Akun @prabowo menjadi aktor terpopuler pada jaringan komunikasi ini dengan 53 link yang dari aktor lain yang terhubung dengan akun @prabowo dan 0 link yang keluar dari akun tersebut. Akun @maliha31862374 menjadi akun yang memiliki kemampuan menyebar informasi terbesar (nilai *out-degree* 47) di jaringan komunikasi “Saya Golput”.

Closeness Centrality

Closeness centrality merupakan pengukuran banyaknya *node* lain yang dikenal oleh satu *node* dalam *graph*, tanpa pertimbangan bahwa *node* tersebut dekat ataupun mengetahui detail informasi *node* lain. Semakin tinggi nilainya (mendekati 1) maka semakin banyak kenalan pula *node* tersebut.

Tabel 3: Closeness Centrality by Gephi

Closeness Centrality Value	Actor
1.0	maliha31862374
0.75	koesnadizidan
0.66667	kasmenyaslu
0.625	eima220815
0.0	ekosusa09068157

Tabel 3 menunjukkan sentralitas kedekatan yang menggambarkan seberapa dekat actor dengan aktor-aktor lain dalam jaringan social. Hasil menunjukkan aktor @maliha31862374 yang memiliki tingkat kedekatan dengan kantor lainnya. Sehingga mereka memiliki kebebasan dalam berkomunikasi dengan actor lainnya dalam jaringannya.

internet dalam penyebaran informasi yang dimanfaatkan sebagai momentum dalam pemilihan umum 2019.

Momentum yang berbeda ini ditandai dengan partisipasi publik di Twitter yang meningkat. Dengan demikian, jaringan komunikasi “Saya Golput” disamaratakan dengan sikap apatis dan ekspresi alienasi terhadap politik dan negara.



Figure 6 : Mapping Closeness centrality @maliha31862374 pada Gephi

Peneliti memfokuskan titik yang berwarna ungu yaitu pada actor @maliha31862374 sebagai aktor utama pada penentuan Closeness Centrality untuk mengetahui *mapping* jaringan komunikasi. Berikut adalah hasil pola jaringan yang difokuskan kepada aktor @maliha31862374 di Twitter.

KESIMPULAN

Mapping jaringan komunikasi “Saya Golput” memaksa pemerintah untuk berkontribusi menyelenggarakan pemilihan dengan sistem dan mekanisme yang jauh lebih baik. Hal ini sejalan pula dengan pengimplementasian jaringan komunikasi yang berubah karena adanya media komunikasi

SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang diperoleh, maka saran yang diberikan peneliti adalah:

1. Penggunaan situs jejaring sosial twitter sebagai media aspirasi sebagaimana pengguna twitter harus dapat lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial khususnya membuat sebuah tautan di twitter.
2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan cara mengembangkan penelitian sejenis tetapi dengan pokok bahasan yang berbeda. Sehingga dapat dilihat bahwa pemanfaatan situs jejaring sosial twitter ini memang dapat diterapkan sebagai media pendistribusian informasi yang efektif.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan metode Social Network Analysis ini dengan menggabungkan metode observasi dan wawancara agar temuan penelitian lebih deskriptif.

DAFTAR PUSTAKA

Alexis.S .Tan. 1981. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Jurnal Press.



- Ardial, 2010. *Komunikasi Politik*. Jakarta : Indeks
- Arifin, Anwar. 2006. *Ilmu Komunikasi : sebuah pengantar ringkas*. Jakasrta. PT. Raja Grafindo Persada
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Badhri Khaeruman. 2004. *Islam dan Demokrasi Mengungkap Fenomena Golput*. Jakarta:PT Nimas Multima
- Cheliotis, D. 2010. *Social Network Analysis (SNA)*. Singapore: Communications and New Media, National Univesity of Singapore.
- Culandari, Yulius. 2008. *Microblogging Paling Populer*. Yogyakarta: Mediakom.
- Efriza, 2012. *Political Explore: Sebuah Kajian Ilmu Politik*, Bandung: Alfabeta.
- Eriyanto. 2014. *Analisis Jaringan Komunikasi: Strategi baru Dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dn ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta:Prenada Media Group
- John, Paul Hatala. 2006. *Social Network Analysis in Human Resource Development : A New Methodology*, Louisiana State University. Loisana : Sage Publications
- Katz, E., Blumer J. G. Dan Gurevitch, M. 1974. 'Utilization of mass communication by the individual,' dalam J.G. Blumer dan E. Katz (eds), *The Uses of Mass Communication*. Baverly Hills: Sage.
- Letierce, J., Passant, A., Decker, S., & Breslin, J. 2010. *Understanding how Twitter is used to spread scientific messages*. Web Science Conf
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Pinheiro, C. (2011). *Social Network Analysis in Telecommunication*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Rush, Michael dan Althoff, Philip. 2008. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta : Rajawali Press
- Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Surbakti, Ramlan. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Tanase, T. 2015. *The Electoral Campaign through Social Media: A Case Study-2014 Presidential Election in Romania*. Sfera Politicii.No.1 (183). Pp. 92-104
- Wood, A. F. & Smith, J. M., 2005. *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.



Jurnal

- Iwan, Setiawan. 2008. Analisis Jaringan Komunikasi Petani pada Berbagai Zona Agroekosistem di Kabupaten Bandung. *Jurnal Agrikultutra*, Vol. 19, No.1.
- Atika Budi Utami. 2018. Analisis Jaringan Komunikasi Kelompok. *Jurnal DiMCC*, Vol. 1.
- Asri Sulitiawati. 2018. Analisis Jaringan Komunikasi Tingkat Kelompok dalam Gapoktan. *Jurnal JSKPM*, Vol. 2 No.2.
- Made Kevin Bratawisnu. 2018. Penentuan Top Brand Menggunakan Social Network Analysis pada e-commerce Tokopedia dan Bukalapak. *Jurnal JIEET*, Vol. 2, No. 1.
- Yuni Rafita. 2014. Social Network Analysis dalam melihat Kecenderungan Pemberitaan pada akun Twitter “@detikcom” dan “@Metro_TV”. Vol. 4, No. 1
- Sang Putu Kaler Surata. 2010. Social Network Analysis for Assesing Social Capital in Biosecurity Ecoliteracy. *Jurnal JIP*, Vol. 17, No. 3.