

NETWORK CENTRALITY KAMPANYE KOMUNIKASI: SIAPA AKTOR POPULER DALAM JARINGAN #KARANTINAWILAYAH DI TWITTER

¹Pipit Fitriyah, ²Yoga Setiawan, ³Ari Muharif Mulyadi

¹Fitriyah@staff.gunadarma.ac.id, ²ehagoy@gmail.com, ³arimuharif@yahoo.co.id

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

^{2,3}Prodi Ilmu Komunikasi, AKMRTV Jakarta

ABSTRACT

Social media plays its own role as a battleground for rhetoric and discourse that thrives in crisis situations. Twitter, with its technological capabilities, makes it easy to share information quickly and makes extensive use of social networks, this has an impact on the way information is distributed and developed. With the interaction and participation, messages can be received through the delivery of opinions that aim to have a certain impact or effect. This research uses a case study to see how the centrality of the #KarantinaW Wilayah communication campaign network is during the Covid-19 pandemic in Indonesia. This research uses network theory which is based on actors and relations which describe the communication structure and the position of the actors in the communication structure. The method used in this research is a quantitative method with a post-positivist paradigm using Social Network Analysis. The results of the study found 5 large clusters as actors of the communication campaign @tirta_hudhi, @jokowi, @irwanprayitno, @capekajagini, and @rimayantinu. In this investigation, we can see various patterns and efforts to disseminate and amplify information carried out on Twitter, how actors build the #KarantinaW Wilayah communication campaign and reveal that the rhetoric that occurs in a subspace is connected to the larger social world as an interactive communication campaign process Twitter.

Keywords: Campaign Communication, Covid-19, Network Centrality

PENDAHULUAN

Kegiatan komunikasi yang bertujuan menciptakan dampak atau efek tertentu pada khalayak yang sangat besar yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang terorganisir menjadi agenda kampanye komunikasi agar tepat sasaran, ditujukan untuk memenuhi kebutuhan informasi untuk masyarakat mengenai permasalahan dan masalah yang dihadapi.

Kampanye bisa dilakukan dimana saja, bisa secara langsung, lewat media sosial, dan bisa di suarakan lewat beberapa poster di jalan. Kegiatan kampanye yang di lakukan juga bisa di katakan sedang berkomunikasi, karena terjadinya penyampaian pesan yang bertujuan untuk memperoleh apa yang kita inginkan

Komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan yang di



lakukan dari satu orang ke orang yang lain. Semenjak adanya *Covid-19*, kampanye komunikasi dilakukan oleh beberapa orang agar selalu berjaga jarak, menerapkan pola hidup bersih, dan himbauan untuk dirumah aja agar penyebaran virus tidak semakin meluas.

Sejak di umumkan oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 2 Maret 2020. Menurut Merdeka.com jumlah pasien positif Covid-19 di Indonesia ini kian bertambah. Rabu (1/4) total kasus positif Corona bertambah menjadi 1.677 kasus. Untuk pasien yang sembuh juga mengalami penambahan 22 orang. Sehingga total pasien yang sembuh menjadi 103 orang. Sedangkan, pasien yang meninggal bertambah 21 orang. Sehingga total menjadi 157 kasus.

Pemerintah Indonesia mengambil upaya pembatasan kegiatan sosial atau *Social Distancing* demi memutus mata rantai penyebaran virus ini. Di sisi lain, suara-suara agar pemerintah memberlakukan *Karantina* di berbagai wilayah di Indonesia. Di karenakan banyaknya orang asing yang keluar masuk wilayah dengan seenaknya tanpa mematuhi protokol kesehatan.

Pasal 1 UU Kekarantinaan Kesehatan menjelaskan *Karantina Wilayah* sebagai pembatasan penduduk dalam satu wilayah, termasuk wilayah pintu masuk dan isinya, yang diduga terinfeksi

penyakit atau terkontaminasi sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi. Pemerintah pusat dapat menerapkan kebijakan ini dalam keadaan kedaruratan kesehatan masyarakat yang meresahkan dunia.

Wilayah yang di karantina akan diberi garis karantina dengan dijaga ketat pejabat karantina dan kepolisian sesuai dengan Pasal 54. Saat karantina berlaku masyarakat yang di karantina tidak boleh keluar masuk wilayah karantina. Jika di wilayah karantina terdapat anggota masyarakat yang menderita penyakit kedaruratan yang sedang terjadi, misal terpapar virus *Covid-19* maka wajib melakukan isolasi atau dirujuk kerumah sakit.

Karantina Wilayah juga sering di bicarakan di beberapa platform jejaring media sosial. Beberapa pengguna media sosial juga kerap kali membuat topik ini menjadi trending khususnya di media sosial Twitter. Yang melakukan kampanye komunikasi mengenai #KarantinaWilayah di Twitter ialah dr. Tirta. Yang bernama lengkap Tirta Mandira Hudhi lahir di Surakarta, 30 Juli 1991 merupakan lulusan Fakultas Kedokteran Universitas Gajah Mada sejak tahun 2009 dan lulus pada tahun 2013. Aktivistik pandemic *Covid-19* ini sempat vakum dari dunia kesehatan dan menjalankan bisnisnya yaitu jasa cuci dan perawatan sepatu yang



bernama “*Shoes and Care*”. Dokter sekaligus relawan pencegahan penyebaran virus *Covid-19* yang gencar membantu memberikan Alat Perlindungan Diri (APD) kepada rumah sakit dan tenaga medis. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti mengangkat rumusan masalah siapa aktor yang menjadi sentralitas dalam jaringan besar pada kampanye komunikasi #KarantinaWilayah

KAJIAN PUSTAKA

Media Sosial Twitter

Media sosial adalah jaringan informasi baru dan teknologi informasi dengan menggunakan suatu bentuk komunikasi menggunakan konten interaktif dan user diproduksi, dan hubungan interpersonal diciptakan dan dipelihara. Layanan jaringan media sosial yang khas bisa berbagi konten, komunitas web, dan forum internet (anastokeskus, 2010; De La, 2012).

Setidaknya lima fitur utama yang mudah untuk mengidentifikasi (1) jaringan sosial dan interaksi sosial, (2) partisipasi, (3) penggunaan penyedia yang berbeda (misalnya mesin pencari, ruang blog, dll), (4) keterbukaan, dan (5) kolaborasi (antara pengguna dan kelompok pengguna) (Eysenbach, 2008) Media sosial menurut Seppälä (2011) adalah sesuatu perubahan terbesar untuk cara orang berkomunikasi adalah pengguna

konten yang dihasilkan dan cepat dan fleksibel berbagi konten ini.

Twitter adalah layanan microblogging berbasis internet gratis, di mana pengguna dapat mengirim pesan pendek, 140 karakter satu sama lain. Penggunaannya didasarkan pada pertukaran cepat pikiran dan informasi di antara temanteman, kenalan, dan semua pengguna dari platform Twitter. Pesan Twitter yang paling sering disebut “tweets”. Tweet ini membentuk arus pesan yang diikuti dalam urutan kronologis dari layar komputer atau layar lainnya, seperti yang dari ponsel.

Semacam kata kunci yang disebut “hashtag” dapat ditambahkan ke tweet untuk menghubungkan pesan saat ini dengan beberapa pesan lainnya, sehingga lebih mudah untuk mengikuti pesan. Dalam percakapan tentang masyarakat, Twitter bisa menjadi komunikasi yang menarik, karena bentuk pesan yang sangat kompak. Dalam pesan singkat, tidak ada kesempatan untuk membenarkan sudut pandang atau mengutip sumber-sumber, dan karena ini, pesan politik dan percakapan dapat lebih panas dan penting di sini daripada di platform media sosial lainnya (Conover, 2011).

Media Sosial sebagai Kampanye Komunikasi

Media adalah metode komunikasi umum yang membawa pesan, iklan atau kampanye. Televisi,



majalah, sosial media, dan sebagainya adalah program penyiaran khusus atau pilihan media cetak tempat iklan ditampilkan. Facebook, Path, Instagram dan Twitter adalah sarana sosial media yang spesifik dalam menampilkan iklan. Setiap media dan sarana memiliki karakteristik dan keutamaan yang unik.

Kampanye didefinisikan sebagai kegiatan penyampaian informasi yang terencana, bertahap dan terkadang memuncak pada suatu saat, yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan opini seseorang. Dari perspektif komunikasi kehumasan, kampanye itu sendiri merupakan kegiatan persuasif guna mempengaruhi pola pikir, sikap dan perilaku orang lain. Karena itu, seperti ditegaskan Carl Hovlan, berhasil atau tidaknya upaya untuk merubah perilaku masyarakat, salah satunya tergantung pada peran penyampaian pesan berikut penggunaan media komunikasi serta perancangan pesannya.

Kehadiran media sosial sebagai dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat. Kehadiran media sosial bahkan membawa dampak dalam cara berkomunikasi di segala bidang, seperti komunikasi pemasaran, komunikasi politik, komunikasi kampanye dan komunikasi dalam

sistem pembelajaran. Kehadiran media sosial tersebut ternyata membawa dampak perubahan cara berkomunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital, namun juga menyebabkan komunikasi yang berlangsung menjadi lebih efektif.

Komunikasi Kampanye

Menurut Wursanto (2001:31), Komunikasi adalah proses kegiatan penyampaian informasi yang mengandung arti dari satu pihak kepada pihak lain dalam usaha mendapatkan saling pengertian. Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa komunikasi adalah pengiriman atau penerimaan pesan berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Berlo (dalam Erliana Hasan (2005:18) mengemukakan komunikasi sebagai suasana yang penuh keberhasilan jika dan hanya jika penerima pesan memiliki makna terhadap pesan tersebut dimana makna yang diperolehnya tersebut sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber.

Sosial 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 (betweeness), dan eigenvektor (eigenvector). Pada level system ukuran yang biasa digunakan adalah kepadatan (density), resiprositas (reciprocity), diameter

dan jarak (distance), Sentralitas (centralization) (Eriyanto, 2014).

Gordon (Rakhmat, 2008) gives the key to the effectiveness of parent-adolescent communication, which is in the safest way to give a response called an active listening. There are some preconditions that will greatly help the active listening process that is: mental attitude and empathy, sincere attitude, the attitude of receiving both verbal and nonverbal, facing the child, looking at the eyes, talking completely, giving the child the freedom to speak and not interrupt. While the response of an active hearing is not merely on what the child does or says, but rather on what the child feels.

METODE PENELITIAN

Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek penelitian mendapatkan dataset sebanyak 1000 dengan adanya tautan tentang fenomena kampanye #KarantinaWilayah di Media Sosial Twitter. Objek penelitian adalah masalah apa yang ingin diteliti atau yang ingin diselesaikan, adapun objek penelitian ini adalah konten tautan #KarantinaWilayah di Twitter.

Penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Paradigma positivisme adalah suatu aliran filsafat yang menyatakan ilmu alam sebagai satu-satunya sumber pengetahuan yang benar dan

menolak aktifitas yang berkenaan dengan metafisik. Tidak mengenal adanya spekulasi, semua didasarkan pada data empiris. Sesungguhnya aliran ini menolak adanya spekulasi teoritis sebagai suatu sarana untuk memperoleh pengetahuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

#KarantinaWilayah pada objek penelitian ini, berawal muncul dari sebuah postingan di Twitter pada tanggal 28 Maret 2020 pada akun @tirta_hudhi. Dokter sekaligus aktivis *Covid-19* ini menyatakan satu-satunya jalan untuk menghentikan penyebaran *Covid-19* di Indonesia adalah dengan menahan migrasi orang-orang, sehingga infection rate bisa dikontrol dan tenaga medis bisa menyelesaikan masalah. Karantina Wilayah sudah menjadi sebuah keharusan. Akses keluar masuk suatu wilayah sudah harus di tutup untuk menghindari migrasi.

Dr. Tirta menyatakan pemerintah pusat dan pemerintah daerah harus berani mengambil kebijakan. Karantina Wilayah harus segera dilakukan di Indonesia, agar membatasi orang-orang yang keluar masuk Jakarta. Penutupan akses wilayah berpotensi akan merusak kondisi perekonomian masyarakat. Namun ini cara yang bisa dilakukan guna mencegah virus yang tak terkontrol.

Munculnya #KarantinaWilayah tersebut membuat para pengguna

media sosial Twitter ramai membicarakan Karantina Wilayah, sehingga pada tanggal 28 Maret 2020 peneliti melakukan observasi dan hashtag tersebut sudah mencapai 50.4K tweets.



Gambar 1 Trending Topic #KarantinaWilayah di Twitter tanggal 28 Maret 2020

#KarantinaWilayah sempat menjadi *Trending Topic* untuk ke-2 kalinya pada situs jejaring sosial Twitter pada saat awal kemunculan *Covid-19* masuk ke Indonesia sangat viral sehingga menjadi topik hangat yang selalu dibicarakan oleh pengguna Twitter.

Postingan tersebut mendapatkan respon di Twitter sebanyak 29K tweets sehingga langsung menjadi viral dan menjadi isu yang ramai diperbincangkan di Twitter. Berbeda dengan sebelumnya, Karantina Wilayah pada tanggal 30 Maret 2020 tidak memakai hashtag, melainkan hanya tautan.



Gambar 2 Trending Topic Karantina Wilayah 30 Maret 2020

Terdapat aktor-aktor yang terus menyebarkan #KarantinaWilayah di Twitter, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti sebaran tautan dengan #KarantinaWilayah yang akan dilihat dari sumber data Netlytic dan Gephi dan seberapa besar pengaruh yang mempunyai kekuatan besar dengan Analisis Jaringan Sosial terhadap #KarantinaWilayah di Twitter.

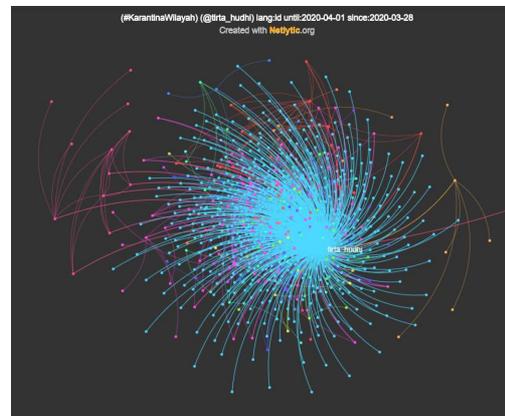
Analisis jaringan komunikasi mengkaitkan hubungan sosial dengan teori jaringan yang terdiri dari *node* dan *edge*. Node yang merupakan seorang individu/aktor dalam sebuah jaringan, dan *edge* merupakan hubungan antara node.

Dalam mengetahui pola dan interaksi yang terjadi dalam sebuah jaringan, peneliti dapat merepresentasikan jaringan tersebut kedalam graf, pada jejaring sosial twitter, setiap user akan digambarkan kedalam sebuah node dan setiap relasi antar node divisualisasikan kedalam sebuah edge. Relasi seperti mention, tweets, retweet, dan like

pada fitur jejaring sosial twitter dapat mempengaruhi tingkat kepopuleran tersebut. Nilai dari relasi ini dapat disebut juga dengan Sentralitas.

Berdasarkan sumber data, #KarantinaWilayah akan dapat dianalisis menggunakan metode Social Network Analysis untuk melihat aktor-aktor yang mendistribusikan informasi.

Pencarian distribusi informasi dengan #KarantinaWilayah di twitter yang diakses pada tanggal 28 Maret 2020 sampai 01 April 2020 dapat dianalisis menggunakan Netlytic karena terdapat 1000 (maksimal) dataset yang dapat direcall oleh Netlytic, dari dataset tersebut maka menghasilkan pola jaringan seperti berikut:

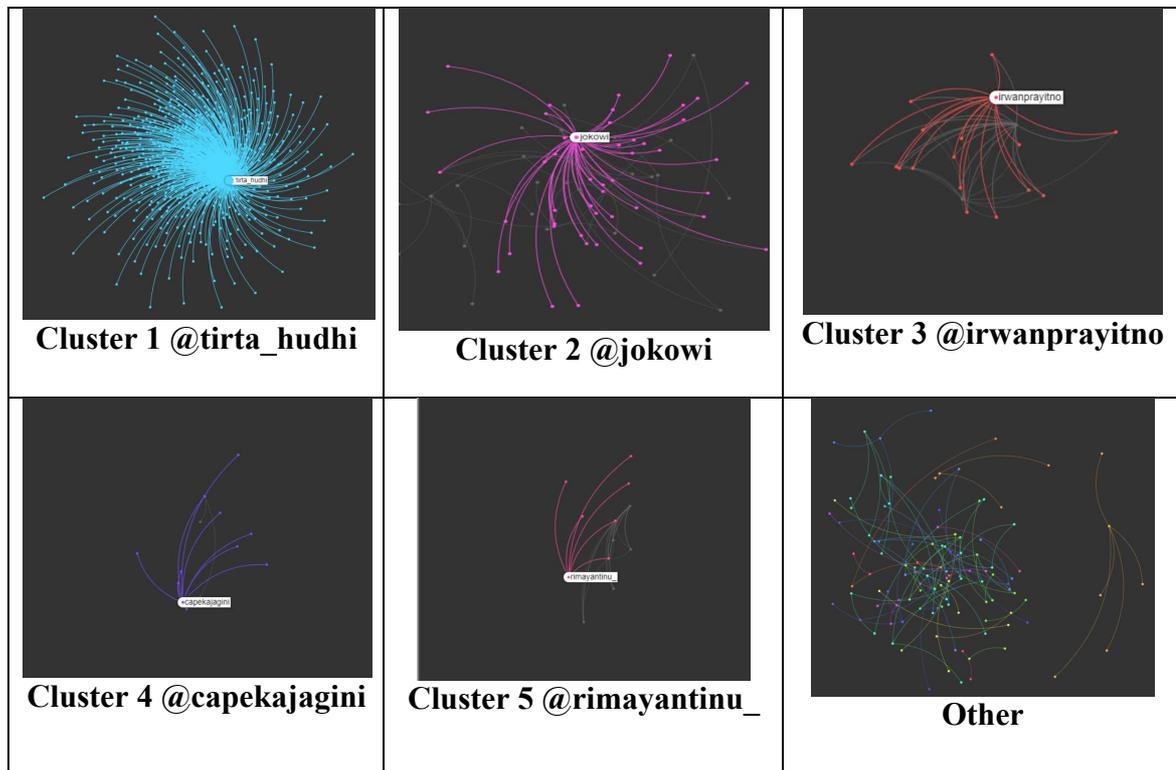


Gambar 3 Visualisasi Jaringan Komunikasi Netlytic (Sumber: Olahan Peneliti, 2020)

Jika dilihat dari banyaknya node dan edge pada gambar tersebut, juga terdapat 5 aktor utama dengan kepopuleran tertinggi yaitu pada akun tirta_hudhi, jokowi, irwanprayitno, capekajagini, dan rimayantinu_. Ada beberapa node

dan edge yang ikut serta dalam #KarantinaWilayah.
mendistribusikan informasi

Tabel 1 Pengelompokan Cluster pad Netlytic



Network properties ialah sebuah jaringan yang melibatkan sebuah atau lebih dari satu komputer untuk berbagi file, atau akses internet.

Tabel 2 Network Properties

Network Properties	
Diameter	4
Density	0.001283
Reciprocity	0.001880
Centralization	0.434300
Modularity	0.379500

Hasil diameter dengan #KarantinaWilayah sebanyak 4 diameter. Dengan demikian, Netlytic telah memberitahukan bahwasannya jarak satu node untuk menuju node lainnya yang terpendek langkahnya maksimal 4 edges.

Density (kepadatan) adalah proporsi ikatan yang ada untuk jumlah total ikatan mungkin dalam jaringan. Hasil density dengan #KarantinaWilayah senilai 0.001283 density. Dengan demikian, memberitahukan bahwa keadaan jaringan tidak banyak. Pada jaringan ini, pengguna yang menggunakan #KarantinaWilayah kurang banyak



berinteraksi dan berbicara dengan peserta lainnya.

Reciprocity (timbal balik) adalah proporsi ikatan yang menunjukkan komunikasi dua arah (juga disebut ikatan timbal balik) dalam kaitannya dengan jumlah total ikatan yang ada. Hasil Reciprocity dengan #KarantinaWilayah senilai 0.001880 Reciprocity. Dengan demikian, tingkat timbal balik rendah. Hal tersebut dikarenakan tidak ada followers yang saling membalas tweet followers lainnya dengan #KarantinaWilayah.

Sentralisasi mengukur tingkat sentralitas rata-rata semua node dalam sebuah jaringan. Ketika jaringan memiliki nilai sentralisasi tinggi lebih dekat ke 1, itu menunjukkan ada peserta sentral beberapa yang mendominasi arus informasi dalam jaringan. Hasil Centralization dengan #KarantinaWilayah senilai 0.434300 Centralization. Dengan demikian, bahwa nilai tersebut tergolong rendah karena lebih mendekati angka 0. Hal tersebut berarti didalam network twitter tidak hanya terdiri dari 1 peserta yang menggunakan #KarantinaWilayah yang mendominasi tautan tersebut.

Modularitas menentukan apakah cluster ditemukan mewakili masyarakat yang berbeda dalam jaringan. Nilai-nilai rendah modularitas, biasanya kurang dari 0.5, menunjukkan bahwa cluster, ditemukan oleh Netlytic, akan

tumpang tindih lebih; jaringan lebih cenderung terdiri dari suatu kelompok yang mendominasi. Netlytic memperoleh hasil Modularity dengan #KarantinaWilayah senilai 0.379500 Modularity. Dengan demikian, bahwa nilai tersebut telah kurang dari angka 0.5. Hal tersebut berarti didalam network twitter tidak hanya terdiri dari 1 peserta yang menggunakan #KarantinaWilayah.

Struktur Jaringan Kampanye Komunikasi pada #KarantinaWilayah

Dalam mengetahui pola dan interaksi yang terjadi dalam sebuah jaringan, peneliti dapat merepresentasikan jaringan tersebut kedalam graf, pada jejaring sosial twitter, setiap user akan digambarkan kedalam sebuah node dan setiap relasi antar node divisualisasikan kedalam sebuah edge. Relasi seperti mention, tweets, retweet, dan like pada fitur jejaring sosial twitter dapat mempengaruhi tingkat kepopuleran tersebut. Nilai dari relasi ini dapat disebut juga dengan Sentralitas.

Berdasarkan sumber data, isu #KarantinaWilayah akan dapat dianalisis menggunakan metode Social Network Analysis untuk melihat aktor-aktor yang mendistribusikan informasi yang secara otomatis dapat meringkas dan menemukan pola jaringan komunikasi yang tersedia. Pencarian distribusi informasi dengan



#KarantinaWilayah di twitter yang diakses pada tanggal 28 Maret 2020.

Komunikasi dalam konsep jaringan ialah untuk melihat interaksi antar individu, tidak hanya berfokus pada individu tetapi untuk melihat kualitas hubungan pada orang lain. Dan menganalisis jaringan komunikasi yang dapat dilihat dari *centrality*, *closeness centrality*, *betweenness centrality*, dan *eigenvector centrality*.

Table 3 Nilai Centrality Aktor Berpengaruh pada Jaringan Interaksi

Nodes	Degree	Eigenvector
@tirta_hudhi	791	1.0
@jokowi	54	0.068302
@dukecondet	16	0.020191
@irwanprayitn	16	0.020191
o		
@minang_cybe	16	0.020191
r		

Pada data table nodes *Degree* terdapat 5 nodes yaitu tirta_hudhi dengan jumlah degree sebanyak 791, jokowi sebanyak 54, dukecondet sebanyak 16, irwanprayitno sebanyak 16, dan minang cyber sebanyak 16. Nilai tersebut merupakan total degree yang diakumulasikan oleh aplikasi gephi yang berarti ke-5 nodes tersebut yang mempunyai keberadaan yang sangat kuat terhadap pendistribusian informasi pada #KarantinaWilayah.

#KarantinaWilayah merupakan kampanye komunikasi yang di tujukan untuk masyarakat di

Indonesia agar melakukan penutupan akses keluar masuk suatu wilayah, agar persebaran virus Covid-19 tidak semakin meluas.

Hasil data table pengukuran yang menunjukkan bahwa tautan dengan #KarantinaWilayah di twitter memiliki node dengan eigenvector centrality tertinggi yaitu tirta_hudhi dengan nilai sempurna (1.0). Dapat disimpulkan bahwa data eigenvector centrality tirta_hudhi merupakan aktor yang keberadaannya begitu populer sehingga distribusi informasi dengan #KarantinaWilayah di twitter dapat tersebar melalui Analisis Jaringan Sosial.

Hasil data table pada node Jokowi pada Eigenvector Centrality hanya mendapatkan nilai sebanyak 0.068302 nilai tersebut mendekati nilai sempurna yaitu 1.0 maka node Jokowi hampir mencapai nilai sempurna. Dapat disimpulkan bahwa pada data Eigenvector Centrality Jokowi merupakan aktor yang keberadaannya hampir begitu populer dalam pendistribusian informasi dengan #KarantinaWilayah di twitter melalui Analisis Jaringan Sosial.

Hasil data table pada node dukecondet pada nilai Eigenvector Centrality hanya mendapatkan nilai sebanyak 0.020191 nilai tersebut tidak mendekati nilai sempurna yaitu 1.0 maka node dukecondet tidak dapat dianggap sebagai node tertinggi karena kepopuleran node dukecondet tidak mencapai nilai



sempurna. Dapat disimpulkan bahwa pada data Eigenvector Centrality dukecondet merupakan aktor yang keberadaannya tidak begitu populer dalam pendistribusian informasi dengan #KarantinaWilayah di twitter melalui Analisis Jaringan Sosial.

Hasil data table pada node irwanprayitno pada nilai Eigenvector Centrality hanya mendapatkan nilai sebanyak 0.020191 nilai tersebut tidak mendekati nilai sempurna yaitu 1.0 maka node irwanprayitno tidak dapat dianggap sebagai node tertinggi karena kepopuleran node irwanprayitno tidak mencapai nilai sempurna. Dapat disimpulkan bahwa pada data Eigenvector Centrality irwanprayitno merupakan aktor yang keberadaannya tidak begitu populer dalam pendistribusian informasi dengan #KarantinaWilayah di twitter melalui Analisis Jaringan Sosial.

Hasil data table pada node minang_cyber pada nilai Eigenvector Centrality hanya mendapatkan nilai sebanyak 0.020191 nilai tersebut tidak mendekati nilai sempurna yaitu 1.0 maka node minang_cyber tidak dapat dianggap sebagai node tertinggi karena kepopuleran node minang_cyber tidak mencapai nilai sempurna. Dapat disimpulkan bahwa pada data Eigenvector Centrality minang_cyber merupakan aktor yang keberadaannya tidak begitu populer dalam pendistribusian informasi dengan #KarantinaWilayah di twitter melalui Analisis Jaringan Sosial.

Data table pada aplikasi gephi dalam Eigenvector Centrality peneliti menyimpulkan bahwa node dengan kepopuleran tertinggi dengan nilai sempurna yaitu 1.0.

Pada penentuan Centrality dalam Eigenvector Centrality dapat memunculkan pola jaringan pada Eigenvector Centrality, pola jaringan ini memperlihatkan nodes yang berhubungan dengan nodes lain. Hasil gambaran pola jaringan pada Eigenvector Centrality sebagai berikut:

Data table pada Eigenvector Centrality terdapat 5 node, yang berwarna merah yaitu tirta_hudhi yang mempunyai nilai sempurna yaitu dengan nilai 1.0 atau 0.11%, node yang berwarna hijau dengan nilai 0.068302 atau 0.11% pada akun jokowi dimana nilainya tidak mendekati angka 1.0, node berwarna biru tua yaitu dengan nilai 0.020191 atau 0.11% pada akun dukecondet, irwanprayitno, dan minang_cyber dimana nilainya tidak mendekati 1.0.

Fenomena Kampanye Komunikasi #KarantinaWilayah

Fenomena #KarantinaWilayah yang mulai viral di jejaring sosial Twitter pada tanggal 28 Maret 2020 dimana pada saat itu merupakan pandemi virus Covid-19 di Indonesia, pandemi dijadikan sebuah konten para user twitter untuk mengeluarkan informasi dan pendapatnya, diantaranya yaitu untuk mengetahui perkembangan Covid-



19, langkah-langkah apa saja yang dilakukan pemerintah demi menangani Covid-19, mencari informasi berapa banyak yang positif dan sembuh dari Covid-19 membuat #KarantinaWilayah hingga hashtag tersebut menjadi Trending Topic dan terus dibicarakan selama masa pandemi virus Covid-19 di Indonesia berlangsung, tanggal 28 Maret 2020 – 01 April 2020.

Isu dengan #KarantinaWilayah yang terus di tweetkan oleh pengguna user aktif twitter berimbas pada distribusi informasi secara cepat yaitu dengan adanya fitur reply, like dan retweet, yang tersedia pada fitur twitter, maka semakin cepat distribusi informasi #KarantinaWilayah menjadi sebuah topik hangat yang terus dibicarakan oleh para user di twitter, karena pada pandemi virus Covid-19 isu-isu seperti #KarantinaWilayah dapat menarik perhatian user di twitter.

Viralnya #KarantinaWilayah dengan pelopor informasi utama dr. Tirta cukup membuat para user lain antusias untuk berkomentar dalam kolom reply di account @tirta_hudhi, pro dan kontra yang tertuang dalam kolom reply sebanyak 421 reply-an, hal tersebut membuat interksi pada followers account @tirta_hudhi terus mereply dan berinteraksi satu sama lain dengan user lainnya. Diikuti oleh user lainnya yang juga sering mereply #KarantinaWilayah yaitu seperti akun @mang_iv yang

merupakan user twitter aktif dan merupakan aktor penting dalam pendistribusian #KarantinaWilayah.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan pada jaringan komunikasi dalam pendistribusian informasi adalah fokus untuk mengetahui nodes yang terlibat dan bagaimana hubungan terjadi serta seberapa kuat edges terdapat didalam #KarantinaWilayah di Twitter.

Hasil analisis menemukan 5 cluster yang terkuat dalam mendistribusikan informasi pada jejaring sosial twitter dengan #KarantinaWilayah pada Cluster 1 ditemukan adanya akun @tirta_hudhi sebagai aktor yang sangat penting, Cluster 2 pada akun @jokowi yaitu sebagai Presiden RI yang merupakan aktor penting dalam jaringan #KarantinaWilayah, Cluster 3 yang merupakan Gubernur Sumatera Barat ialah akun @irwanprayitno aktor berpengaruh dalam pendistribusian informasi #KarantinaWilayah, Cluster 4 pada akun @capekajagini yang paling sering tweet mengenai #KarantinaWilayah, dan Cluster 5 pada akun @rimyantinu_ yang merupakan pengguna media sosial twitter terkuat dalam me-retweet tweets tentang #KarantinaWilayah.

Aktor dalam eigenvector centrality yaitu @tirta_hudhi dengan nilai sempurna (1.0), memiliki kepopuleran yang paling besar



sehingga ada 790 aktor besar yang menghubungkan pendistribusian informasi pada #KarantinaWilayah dalam penentuan Centrality di Twitter. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang didistribusikan dr Tirta pada konten Twitter mendapatkan respon positif dari masyarakat pengguna Twitter, dan mendukung pernyataan #KarantinaWilayah.

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

Buku :

- Ardianto, E. (2011). Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Bonaich, Phillip. 1987. Power and Centrality: A Family of Measures. *American Journal of Sociology*, Vol. 92, No. 5, pp. 1170-1182.
- Borgatti, Stephen P. 2005. Centrality and Network Flow. *Social Networks*, Vol. 27, pp. 55-71.
- Borgatti, Stephen P. and Rich DeJordy. 2013. "Basic Concepts in Social Network Analysis."
- Borgatti, Stephen P., Daniel J. Brass and Daniel S. Halgin. 2013. Social Network Research: Confusions, Criticisms, and Controversies. Daniel J. Brads (eds.), *Research in the Sociology of Organizations*. Vol. 40. Bradford: Emerald Publishing, pp. 1-32.
- Borgatti, Stephen, Ajay Mehra, Daniel J. Brass and Giuseppe Labrianna. 2009. Network Analysis in the Social Science. *Science*, Vol. 323, No. 5916, pp. 892-895.
- Conover, MD et al. (2011) Political Polarization on Twitter. Proceedings of the Fifth International AAI



- Conference on Weblogs and Social media 2011.
- Creeber, G. and Martin, R., (ed)., 2009, Digital Cultures: Understanding New Media, Berkshire-England: Open University Press.
- Cross *et al.* 2002. Making Invisible Work Vi-sible: Using Social Network Analysis to Support Strategic Collaboraion. California Management Review, Vol. 44, No.2, pp, 25-46
- D'Andrea *et al.*, 2010. Computational Social Network Analysis: Trends, Tools and Research Advances. London: Springer-Verlag, pp. 3-25
- Danaher, P.J., Wilson, I and Davis, R. (2003). A Comparison of Online and Offline Consumer Brand Loyalty, Marketing Science. Horton, Paul B dan Chestern L Hunt. (1996). Sosiologi Jilid 2 (edisi 6) Diterjemahkan oleh: Amiruddin Ram dan Tita Sobari). Jakarta: Erlangga.
- December, John. 1997. The World Wide Web Unleashed. Indiana: Sams.net Publishing.
- Eriyanto (2014) *Analisis Jaringan Komunikasi Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta, Kencana.
- Flew, Terry. 2004. New Media. Oxford, Australia.
- Fuchs, C. 2014. *Social Media a critical Introduction*. Los Angeles: SAGE Publication, Ltd.
- Goldbeck, Jennifer. 2013. Analyzing the Social Web. Boston: Elsevier.
- Gregory, Anne. 2010. *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach (PR In Practice)*. United Kingdom: Kogan Page.
- Huberman, B., Romero, D.M., & Wu, F. (2009). Social networks that matter: Twitter under the microscope. First Monday, Volume 14, Number 1.
- Husein Umar. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Laughey, D. (2007). Themes in media theory. New York: Open University Press.
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- McQuail, D. (2003). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan*
- Scott, J. (2000) *Social Network Analysis: A Handbook. Contemporary Sociology*.



- [Online]. 3 p.208. Available from: doi:10.1370/afm.344.
- Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Subana, et all. (2000). *Statistik Pendidikan*. Bandung, Pustaka Setia, 2000.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Tsvetovat, Maksim and Alexander Kouznetsov. 2011. *Social Network for Startups*. Cambridge: O'Really.
- Wiley Kadushin, C. (2012). *Understanding Social Networks*. New York: Oxford University Press.
- Wursanto Ig (2001). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Yogyakarta. Kanisius.
- Jurnal :**
- Ahmad Setiadi. 2016. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*.
- Berliani Ardha. 2014. *Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*.
- Hasan Basri. 2016. *Pengaruh Karakteristik Pesan Kampanye Kesehatan Terhadap Sikap Hidup Sehat Ibu-Ibu Anggota Posyandu Kota Bandar Lampung*.
- Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri. 2017. *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*.
- Uud Wahyudin. 2016. *Membangun Model Kampanye Komunikasi Kesehatan PHBS di Jawa Barat*.
- Internet :**
- <http://digilib.uinsby.ac.id/13843/5/Bab%202.pdf>
- <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200330130833-4-148452/apa-itu-karantina-wilayah-bagaimana-mekanismenya>
- <https://www.harapanrakyat.com/2020/03/virus-corona-masuk-indonesia-begitu-gejala-dan-cara-penularannya/>
- <https://www.lampost.co/berita-beda-karantina-wilayah-pembatasan-sosial-hingga-darurat-sipil.html>