



KOMUNIKASI POLITIK PADA KONTEN @KORANTEMPO DI TWITTER MENGUNAKAN *SOCIAL NETWORK ANALYSIS*

Pipit Fitriyah¹, Nadia Azka Kamilah²
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma¹
Jl. Margonda raya No 100, Depok, Jawa Barat
Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta²
Jl. Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950
fitiraya@staff.gunadarma.ac.id¹, nadiaazka83@gmail.com²

ABSTRAK

Peran media sosial sebagai salah satu faktor pendorong yang dapat memberikan efek terhadap masyarakat. Dengan adanya interaksi dan partisipasi, pesan dapat diterima melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jaringan komunikasi pada pendistribusian informasi melalui konten majalah KoranTempo yang dibagikan di media sosial twitter. Penelitian ini menggunakan teori Analisis Jaringan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan Social Network Analysis dengan model Netlytic. Populasi yang digunakan ialah pengguna Twitter aktif, dengan total sampel mencapai 1000 (maksimal) yang tercall oleh Netlytic. Hasil penelitian yang terdapat dalam Netlytic ini ditemukan adanya 5 cluster besar pada Netlytic ialah, @KoranTempo, @tempodotco, @dipoalam49, @chairulachir dan @temponewsroom. Kesimpulan penelitian ini pengguna media sosial sebagai penghubung proses pendistribusian informasi di twitter @KoranTempo yang saling interaktif.

Kata Kunci : Analisis jaringan komunikasi, Netlytic, Gephi, Majalan Tempo, Media Sosial, Twitter.

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu pendorong masyarakat untuk menjadikan informasi politik sebagai konsumsi publik. Tujuan masyarakat menjadikan informasi politik sebagai konsumsi publik adalah untuk menambah informasi guna mengikuti arus politik di Indonesia. Politik di Indonesia yang pasang surut membuat masyarakat mewajibkan individu untuk memahami seputar politik di Indonesia.

Indonesia terdapat banyak koran berita seperti, koran Kompas, koran Sindo, media Indonesia, dan koran Tempo. Koran Tempo merupakan koran yang pada umumnya membahas fenomena atau berita-berita yang mengandung unsur politik, beberapa halaman depan koran Tempo ini kerap menjadi kontroversi masyarakat Indonesia, karena konten-konten halaman depan koran Tempo yang semakin unik dan menarik perhatian masyarakat.

Konten yang di buat untuk halaman depan koran Tempo pada zaman sekarang ini merupakan sebuah gambaran berita yang sedang hangat dikalangan masyarakat. Berbeda dengan majalah-majalah berita lainnya, Halaman depan majalah Tempo sering sekali



menggunakan ilustrasi dari fenomena-fenomena politik yang terjadi di Indonesia membuat majalah temposemakin unik. Koran Tempo seringkali membagikan konten halaman depan yang mereka buat menggunakan akun media sosial mereka yaitu twitter @KoranTempo yang memiliki followers sebanyak 1,9 juta.

Seiring berjalannya waktu, Koran Tempo semakin berkembang mengikuti era modern tahun 2020 ini, salah satunya adalah gambar yang ada di halaman depan koran tempo yang menarik juga banyak menuai tanggapan dari masyarakat di Indonesia melalui akun media sosial twitter milik Koran Tempo. Tanggapan yang diberikan masyarakat tidak hanya tanggapan positif saja, banyak pula tanggapan lucu dan juga negatif yang diberikan oleh masyarakat terkait konten majalah tempo tersebut. Pada akun twitter Koran Tempo menjadikan jaringan komunikasi di twitter semakin luas untuk membahas terkait berita yang sedang hangat di Indonesia, para masyarakat memberikan tanggapan dan aspirasi mereka melalui kolom komentar yang adadi twitter.

Setelah adanya twitter jaringan komunikasi semakin luas, karena dari berbagai penjuru dunia dapat memberikan tanggapan mereka khususnya melalui kolom komentar, akun twitter @korantempo juga membuka luas jaringan komunikasi untuk masyarakat khususnya dalam menanggapi masalah politik yang ada di Indonesia dan memberikan aspirasi mereka terkait berbagaihal dengan unsur politik.

Pada zaman modern ini, banyak cara untuk mendapatkan informasi karena adanya jejak digital di internet terutama melalu media sosial dan aplikasi yang ada di handphone khususnya di Twitter. Twitter merupakan suatu aplikasi yang memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dan juga mengakses informasi dengan sangat cepat. Twitter sendiri berdiri pada 21 maret 2006 atausekitar 14 tahun lalu oleh Jack Dorsey. Jumlah pengguna twitter meningkat begitu pesat pada September tahun 2010, sekitar 160 juta pengguna aktif twitter (Chiang,2011). Hingga saat ini twitter juga termasuk salah satu dari sepuluh situs yang sering dikunjungi di internet baik masyarakat Indonesia maupun masyarakat asing. Pada tahun 2020 ini jumlah pengguna twitter aktif adalah 186 juta pengguna. Selain untuk mencari berita yang sedang hangat dibicarakan, twitter juga mempercepat penyampaian informasi pada konten- konten yang ada di akun @korantempo.

Pengguna twitter di Indonesia yang terbilang banyak, membuat twitter selalu ramai dikalangan remaja terutama. Selain untuk menyebarkan berita berita harian yang umum, akun twitter @korantempo juga turut menyebarkan konten-konten menarik yang mereka buat dengan gambar yang banyak mengandung makna dan arti , Koran tempo selalu membagikan konten-kontennya dengan memposting konten halaman depan koran kedalam akun twitter nya. Dengan ramainya pengguna twitter, membuat banyaknya masyarakat yang turut memberikan komentar baik untuk konten tersebut maupun berita yang disajikan oleh akun twitter @korantempo , masyarakat dari berbagai penjuru juga dapat memberikan pendapatnya, bisa dikatakan twitter sangat mampu membuat pola jaringan komunikasi masarakat. Dengan latar belakang diatas, penulis tertarik meneliti fenomena dalam konten tersebut apakah banyak jaringan komunikasi yang ada dalam



konten konten Koran Tempo yang di unggah di akun twitter @KoranTempo.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Politik

Mendefinisikan komunikasi politik tidak cukup hanya dengan menggabungkan dua definisi yaitu komunikasi dan politik. Komunikasi politik memiliki konsep tersendiri meskipun secara sederhana merupakan gabungan dari kedua konsep tersebut. Komunikasi politik (*political communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian tersebut, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga dapat dipahami sebagai komunikasi antara ‘yang memerintah’ dan ‘yang diperintah’. Beberapa ahli juga menyampaikan pendapat mereka mengenai komunikasi politik sesuai bidang dan keahlian.

Rush and Althoff (1997:24) mendefinisikan komunikasi politik sebagai proses dimana informasi politik yang relevan diteruskan dari suatu bagian sistem politik kepada bagian lainnya serta di antara sistem sosial dan sistem politik. Dan Nimmo (1978) “*Communication (activity) considered political by virtue of its consequences (actual or potential) which regulate human conduct under the condition of conflict*”. (Kegiatan komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia dalam kondisi konflik. Dan Nimmo memberi tekanan pengaturan manusia yang dilakukan di bawah kondisi konflik).

Pesan Komunikasi Politik

Mark Roelofs menyatakan bahwa politik adalah pembicaraan, sementara kegiatan politik (berpolitik) adalah berbicara. Namun tidak semua pembicaraan itu adalah politik/berpolitik (dalam Nimmo, 2009). Pembicaraan politik merupakan pesan politik yang bisa disampaikan dalam beragam bentuk yaitu, berita, informasi, iklan, gambar, dan lain-lain. Pesan politik ialah isi dari peristiwa politik yang menghubungkan antara politikus dan khalayak.

Khalayak Komunikasi Politik

Jika dipandang dari sisi politik, khalayak berarti individu atau kelompok masyarakat yang menerima informasi berupa komponen pesan-pesan politik. Sebagai suatu istilah, publik atau khalayak menunjuk pada pengelompokan dan pengorganisasian orang-orang dengan kepentingan yang sama. Publik atau khalayak adalah suatu kelompok orang-orang yang sedang dihadapkan pada isu (permasalahan)



yang sulit serta saling berbeda pendirian dan pendapat serta pemecahannya, karena itu terlibat dalam suatu diskusi. Hubungan jiwa tiap-tiap individu adalah antagonis. Khalayak selalu menghadapi suatu dilema bagaimana bisa memperoleh uni-formitas dan bisa bertindak keluar sebagai kesatuan (Sobur, 2014:669).

Efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi ialah dampak dari beragam bentuk pesan atau content komunikasi yang ditransformasikan dalam interaksi komunikasi atau komunikasi massa bagi target audience yang menjadi sasaran (exposed) media dan saluran politik lainnya. Efek media terdiri atas efek langsung (immediate effect) dan efek tidak langsung atau tunda (delayed effect). Efek langsung adalah efek komunikasi politik yang menerpa khalayak secara langsung, yaitu khalayak mengalami terpaan pesan politik dan memberikan reaksi secara langsung. Sedangkan dari segi waktu, terdapat efek jangka pendek (short term effect) dan efek jangka panjang (long term effect). Berdasarkan tahapannya, dalam proses dan tindakan politik terdapat tiga jenis efek komunikasi, yaitu: Kognitif (*cognition*), yaitu efek komunikasi politik yang berlangsung pada level pemikiran. Afektif, yaitu efek komunikasi pada level emosional/perasaan/sikap. Behavioral, yaitu efek komunikasi politik pada level perilaku.

Media Komunikasi Politik

Media dalam komunikasi politik mempunyai peranan yang sangat penting karena menjadi publisitas politik terhadap masyarakat luas. Sejak teknologi dan informasi semakin maju, media cetak maupun elektronik dapat menghantarkan informasi kepada khalayak dengan sangat efektif. Media massa sering disebut juga sebagai "*the fourth estate*" dalam kehidupan sosial ekonomi, terutama karena peran yang dimainkan media massa dalam kaitannya dengan pengembangan kehidupan sosial ekonomi dan juga politik masyarakat. Sebagai alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, media mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang mampu membentuk opini publik.

Media Sosial dalam Komunikasi Politik

Perkembangan global teknologi informasi dan komunikasi telah memicu pertumbuhan komunikasi di dunia maya, baik di kalangan pemerintah, kelembagaan sosial politik, maupun kalangan masyarakat. Perkembangan komunikasi ini ditandai oleh pemanfaatan media baru sebagai media komunikasi (*new media*). Komunikasi yang pada awalnya hanya sebatas proses interaksi face to face, kini berkembang secara online melalui internet. Salah satu komunikasi berbasis internet yang banyak di gunakan adalah media sosial.



Media sosial adalah sebuah media online yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi informasi. Ragam media sosial yang tengah berkembang dan banyak diminati orang adalah twitter, instagram, facebook dan youtube. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki peran membawa masyarakat (pengguna internet) untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka untuk membagikan informasi dan memberi respon secara online dalam waktu yang cepat.

Media sosial, seperti twitter yang pada awalnya cenderung berkait pada persoalan pertemanan. Namun semakin majunya teknologi, saat ini twitter juga mulai banyak menyinggung ke ranah politik. Penting bagi institusi politik untuk berpartisipasi aktif dalam komunikasi politik yang berbasiskan media sosial, terutama dalam kampanye Pemilu. Media sosial selanjutnya menggambarkan sebagai sarana ideal dan basis informasi untuk mengetahui opini publik tentang kebijakan dan posisi politik, selain untuk membangun dukungan komunitas kepada politisi yang tengah berkampanye. Sejumlah penelitian menunjukkan politisi di seluruh dunia telah mengadopsi media sosial untuk menjalin hubungan dengan konstituen, berdialog langsung dengan masyarakat dan membentuk diskusi politik. Kemampuan menciptakan ruang dialog antara politisi dengan publik serta menarik minat pemilih pemula/pemilih muda membuat media sosial semakin penting bagi politisi (Stieglitz & Dang-Xuan, 2012).

Twitter

Kepopuleran twitter mulai dirasakan, ketika pada tahun 2007 bertepatan dengan diadakannya festival musik yang cukup populer South by Southwest (SXSW). Selama acara tersebut penggunaan twitter meningkat sebanyak 40.000 tweets per hari, dari 20.000 tweets per hari menjadi 60.000 tweets per hari. Dari situlah orang – orang mulai mencoba menggunakan situs mikro blogging 140 karakter ini. Walaupun hanya dibatasi dengan 140 karakter, bukan berarti twitter tidak dapat bersaing dengan facebook. Justru keunikan 140 karakter itulah yang membuat pengguna jatuh hati dengan twitter.

Pengguna twitter yang terus bertambah tidak terlepas dari perkembangan teknologi saat ini, sebagai contohnya adalah perkembangan handphone, yang semula hanya berfungsi sebagai alat untuk melakukan komunikasi via telpon atau sms, saat ini berkembang menjadi sebuah alat komunikasi yang bisa menghubungkan orang dari seluruh dunia hanya menggunakan jaringan internet saja. Handphone berlabel smartphone inilah menjadi salah satu faktor semakin bertambahnya jumlah pengguna media sosial khususnya twitter ini.



Teori Analisis Jaringan

Jaringan komunikasi merupakan suatu pola yang teratur dari hubungan antar individu yang dapat diidentifikasi sebagai pertukaran informasi yang dialamiseseorang di dalam sistim sosialnya (Berger dan Chaffe, 1987: 239). Sebuah jaringan komunikasi identik dengan keterhubungan di antara dua aktor atau lebih. Studi jaringan komunikasi memberi penekanan pada relasi antara satu aktor dengan aktor yang lain dalam struktur sosial tertentu. Wasserman dan Faust (1994: 2) lebih detail menjelaskan bahwa jaringan komunikasi terdiri dari seperangkat aktor (node) dan hubungan (ties) di antara aktor. Aktor (node) dapat berupa individu, kelompok, organisasi atau masyarakat.

Dengan memperhatikan fokus penelitian jaringan komunikasi tersebut, Marin dan Wellman (2011: 3) mengemukakan tiga karakteristik penting dari penelitian jaringan yaitu;

1. memusatkan perhatian pada relasi bukan pada atribut,
2. berfokus pada jaringan bukan kelompok dan
3. relasi harus ditempatkan dalam konteks relasional tertentu.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Paradigm positivisme ini muncul melakukan kritik terhadap tradisi keilmuwan yang mengandalkan metafisis yaitu keilmuwan yang diperoleh hanya karena olahan-olahan pemikiran, ilmu fisika yang dikaji secara bayangan saja.

Penelitian diambil pada akun twitter @KoranTempo melalui website NetlytC.org sebanyak dataset yang muncul pada akun @KoranTempo sebanyak 1000, adapun objek penelitian dalam masalah yang diteliti ini adalah konten konten koran tempo pada akun twitter @korantempo pada edisi November 2020. Populasi penelitian pengguna aktif twitter sebanyak 1000 ditemukan melalui Social Network Analysis distribusi informasi @KoranTempo dalam kritik terhadap pemerintah melalui konten majalan edisi November 2020 di Twitter teknik analisis menggunakan *social network analysis*.

HASIL DAN DISKUSI

Koran Tempo merupakan majalah yang sering mengunggah konten majalahnya di akun media sosialnya, terutama mengenai pemberitaan pemerintahan khususnya di November 2020, dengan pengikut (*followers*) yang sangat banyak yaitu kurang lebih 1 jtuta followers ini tentu nya dikarenakan hal yang di unggah di akun nya selalu menarik, mulai dari pemberitaan yang sedang viral, hingga hanya konten majalah tempo yang sangat unik, dengan banyaknya followers KoranTempo tentu banyak memicu masyarakat untuk ikut serta dalam memberikan tanggapan nya di kolom komentar akun twitter @KoranTempo.

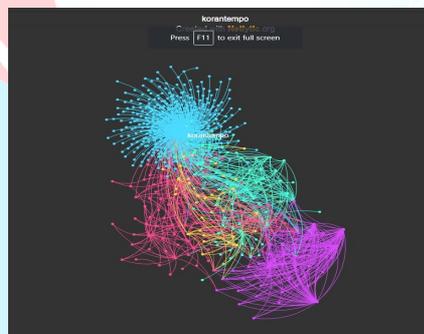


Gambar 4.2 jumlah Followers Aktif KoranTempo

Tanggapan yang diberikan oleh masyarakat bukan hanya tanggapan yang setuju dengan kinerja pemerintah di November 2020, melainkan banyak juga komentar yang mengkritik pemerintah melalui postingan akun koran tempo.

Analisis Jaringan Komunikasi pada twitter @KoranTempo edisi November 2020 dengan model Netlytic

Jaringan Sosial Netlytic yang secara otomatis dapat meringkas dan menemukan jaringan komunikasi sosial yang tersedia. Pencarian distribusi informasi dengan @KoranTempo di twitter yang diakses pada tanggal 16-31 November 2020 dapat dianalisis menggunakan Netlytic karena terdapat 1000 (maksimal) dataset yang dapat direcall oleh Netlytic, dari dataset tersebut maka menghasilkan pola jaringan seperti berikut:



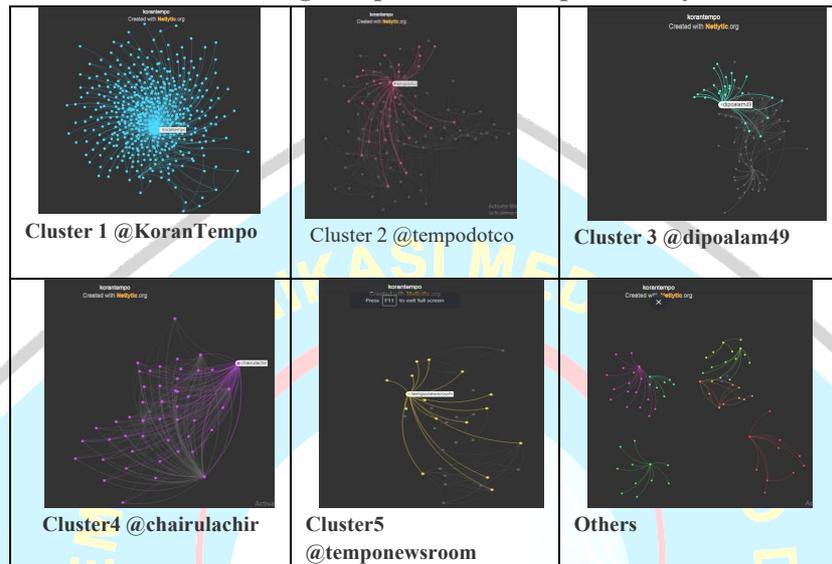
Gambar 4.3 Visualisasi jaringan komunikasi netlytic (sumber: olahan peneliti, 2020)

Jika melihat jumlah node dan edge pada gambar, juga terdapat 5 karakter utama terpopuler yaitu di akun Twitter @KoranTempo, @tempodotco, @ dipolamal49, @chairulachir, @temponewsroom, terdapat beberapa node dan edge Berpartisipasi dalam distribusi informasi di akun. Twitter @Koran Netlytic ternyata mampu menampilkan node paling kuat atau partisipan utama saat menyebarkan informasi di jejaring sosial Twitter di akun @oranTempo melalui mode jaringan. Pola tersebut juga ditemukan 5 cluster yang terdapat pada pendistribusian informasi

mengenai pemerintah pada akun twitter @KoranTempo melalui Netlytic.

Sebuah cluster adalah sekelompok node terhubung padat yang lebih mungkin untuk berkomunikasi satu sama lain daripada node di luar cluster. Netlytic mengklusterkan KoranTempo menjadi 5 cluster. Node seseorang dalam cluster dengan warna yang sama berarti orang tersebut sering berinteraksi jika dibandingkan dengan orang lainnya.

Tabel 4.1 Pengelompokan Cluster pada Netlytic



Anggota dari cluster 1 yaitu @KoranTempo merupakan pengguna media sosial twitter yang aktif, yang memiliki followers sebanyak 1.800.000 (satu juta delapan ratus ribu) lebih dan mempunyai following sebanyak 21 (dua puluh satu). keberadaan @KoranTempo sebagai posisi yang terus melontarkan berbagai informasi ketika membahas sesuatu yang berhubungan dengan pemerintahan di berbagai wilayah di Indonesia. Bahkan @KoranTempo selalu membagikan konten-konten korannya yang berhubungan dengan berita-berita terbaru mengenai pemerintah di Indonesia. Karena faktor tersebut @KoranTempo merupakan aktor terkuat yang dapat dilihat dalam pola jaringan pada Netlytic.org melalui distribusi informasi pemerintahan di twitter.

Anggota dari cluster 2 merupakan orang yang sangat kuat berkomunikasi di media sosial twitter dengan @KoranTempo yaitu akun @tempodotco. Akun twitter tempodotco merupakan akun resmi dari Tempo Media Group yang memiliki jumlah followers sebanyak 1.700.000 (satu juta tujuh ratus ribu) lebih dan following sebanyak 25 (dua puluh lima), dengan followers yang tidak jauh dengan akun @KoranTempo berarti keberadaan tempodotco sangat mempengaruhi pendistribusian informasi mengenai pemerintah lewat akun@KoranTempo.

Anggota dari cluster 3 yaitu @dipoalam49 yang merupakan pengguna media sosial twitter terkuat dalam me-reply tweets dengan KoranTempo. Akun twitter dipoalam49 yang merupakan pengguna twitter aktif dengan followers sebanyak 66.000



(enam puluh enam ribu) lebih dan following sebanyak 828 (delapan ratus dua puluh delapan). Banyaknya followers pada account twitter dipoalam49 tentu saja membuat pendistribusian informasi kepemerintahan yang disebar oleh KoranTempo juga dapat cepat terdistribusi, dan menurut pola jaringan yang tergambar pada aplikasi Netlytic.org.

Anggota dari cluster 4 merupakan orang yang sangat kuat berkomunikasi di media sosial twitter dengan KoranTempo adalah akun twitter @chairulachir yang memiliki followers sebanyak 4000 (empat ribu) lebih dan following sebanyak 5000 (lima ribu) lebih. Yang berarti keberadaan akun tersebut sangat kuat terhadap pendistribusian informasi dengan KoranTempo.

Anggota dari cluster 5 yaitu @temponewsroom yang merupakan pengguna media sosial twitter terkuat dalam me-retweet tweets yang dibagikan oleh KoranTempo. Pada akun twitter temponewsroom memiliki followers sebanyak 18.000 (delapan belas ribu) dengan following sebanyak 16 (enam belas). Keberadaan temponewsroom sangat kuat terhadap pendistribusian informasi mengenai pemerintah melalui KoranTempo.

Network Properties

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

Tabel 4.2 Network Properties pada Netlytic

Network Properties	
Diameter	6
Density	0.002291
Reciprocity	0.015780
Centralization	0.346800
Modularity	0.605700

Diameter memperoleh hasil sebanyak 6 diameter. Dengan demikian, netlytic telah memberitahukan bahwa jarak satu node untuk menuju node lainnya yang terpendek langkahnya maksimal 6 edges.

Density (kepadatan) ialah proporsi ikatan yang ada untuk jumlah total ikatan mungkin dalam jaringan. Netlytic telah memberitahukan bahwa keadaan jaringan tidak banyak. Pada jaringan ini, pengguna yang menggunakan KoranTempo 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. Netlytic memperoleh hasil Reciprocity dengan KoranTempo



senilai 0.015780. dengan demikian , netlytic telah menginformasikan bahwa tingkat timbal balik rendah. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya followers yang saling membalas tweet followers lainnya dengan KoranTempo.

Centralization atau sentralisasi mengukur tingkat sentralitas rata-rata semua node dalam sebuah jaringan. Netlytic memperoleh hasil Centralization dengan KoranTempo senilai 0.346800 Centralization. Dengan demikian, Netlytic telah memberitahukan bahwa nilai tersebut tergolong rendah karena lebih mendekati angka 0. Hal tersebut berarti didalam network twitter tidak hanya terdiri dari 1 peserta yang menggunakan KoranTempo yang mendominasi tautan tersebut.

Modularitas menentukan apakah cluster ditemukan mewakili masyarakat yang berbeda dalam jaringan. Netlytic memperoleh hasil Modularity dengan KoranTempo senilai 0.605700 Modularity. Dengan demikian, Netlytic telah memberitahukan bahwa nilai tersebut telah kurang dari angka 0.5. Hal tersebut berarti didalam network twitter tidak hanya terdiri dari 1 peserta yang menggunakan KoranTempo.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada jaringan komunikasi dalam pendistribusian informasi adalah fokus untuk mengetahui nodes yang terlibat dan bagaimana hubungan yang terjadi serta seberapa kuat edges yang ada pada jaringan komunikasi akun twitter @KoranTempo edisi November 2020 yang menggunakan model Netlytic dan Gephi sebagai berikut:

1. Hasil analisis Netlytic menemukan 5 cluster yang terkuat dalam mendistribusikan informasi pada jejaring sosial twitter, pada Cluster 1 ditemukan adanya akun @KoranTempo sebagai aktor yang sangat penting, Cluster 2 pada akun @tempodotco yang merupakan aktor penting dalam jaringan komunikasi pada akun koran tempo, Cluster 3 @dipoalam49 aktor berpengaruh dalam pendistribusian informasi di akun @korantempo, Cluster 4 pada akun @chairulachir yang paling sering tweet mengenai akun @KoranTempo, dan Cluster 5 pada akun @temponewsroom yang merupakan pengguna media sosial twitter terkuat dalam me-retweet tweet tentang unggahan akun @KoranTempo edisi November 2020.
2. Teori jaringan sebagai teori dalam penelitian ini dapat menghubungkan jaringan agar terjadi interaksi antara satu individu dengan individu lainnya.

Berdasarkan kesimpulan dari peneliti 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.

REFERENSI

- Almond, Gabriel., & Coleman, James. 1960. *Introduction : A Functional Approach to Comparative Politics*. Boston : Little Brown.
- Althoff, Phillip., & Rush, Michael. 1997. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Antar, Venus. 2004. *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik dan Pers Pancasila*. Jakarta: MediaSejahtera.
- Badri, Muhammad. 2011. *Corporate Marketing and Communication*. Jakarta : Universitas Mercu Buana.
- Berger, Charles R. dan Chaffe, Steven H. (Ed). 1987. *Handbook of Communication Science*. Beverly Hills. California: Sage.
- Blake, Reed H., & Haroldsen, E.O. 1975. *A Taxonomy of Concepts in Communication*. New York : Hasting House Publisher.
- Bonacich, Phillip. 1987. *Power and Centrality: A family of Measures*. American Journal of Sociology. Vol. 92, No. 5, pp. 1170-1182.
- Borgatti SP, Mehra A, Brass DJ, Labianca G. 2009. *Network on social analysis in the social sciences*. Science. 323:892-895.
<http://dx.doi.org/10.1126/science.1165821>.
- Borgatti, S.P., Brass, D.J., & Halgin, D.S. 2015. *Social Network Research : Confusions, Criticisms, And Controversies*. Bradford, UK : Emerald Publishing.
- Borgatti, Stephen P. And Rich Dejody, 2013. "Basic Concepts in Social Network Analysis" Makalah Workshop SNA, 5 Juni 2013. Diakses dari <https://sites.google.com/site/uklinkcenter>.
- Borgatti, Sthepen, P. 2005. *Centrality and Network Flow*. *Social Networks* 27. Hlm.57-59.
- Chiang, O. (2011, January 19). Twitter hits nearly 200M accounts, 110M tweets day, focuses on global expansion.
- Forbes.<http://www.forbes.com/sites/oliverchiang/2011/01/19/twitter-hits-nearly-200musers-110m-tweets-perday-focuses-on-global-expansion/>. Psychological Science, 21, 372–374.
- Dailey, Patrick R. 2009. *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Burlington, Linkage.
- Dan Nimmo. 1978. *Political Communication and Public Opinion in America*.



- California: Goodyear Publishing Company, Santa Monica.
- Eriyanto. 2014. *Analisis Jaringan Komunikasi Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fagen, Richard R. 1966. *Politics and Communication: An Analytic Study*. Boston : Little Brown & Company.
- Husein Umar. 2005. *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Kadushin, C. 2012. *Understanding Social Networks: Theories, Concept, and Finding*. New York: Oxford University Press.
- Knoke, D. & Kuklinski, J. H. 1982. *Network Analysis*. London : Sage Publications.
- Marin, A. dan Wellman, B. 2011. "Social Network Analysis: An Introduction", 11-25 dalam Scott, J. & Carrington, Peter J., Eds, *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*, 601 h., Thousand Oaks, California: SagePublication.
- McCombs, Maxwell dan Donald L. Shaw. 1972. *The Agenda Setting Function of The Agenda Media : Public Opinion Quarterly No. 37*. Dikutip dalam Nuruddin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers, 2011.
- McLeod, J.M. & Chaffee, S.H. 1973. *Interpersonal Approaches to Communication Research*. *American Behavioral Scientist* 16(4): 469-499.
- Moeliono, M Anton. 1993. *Tata bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Moleong, L.J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Monge, Peter R and Noshir S. Contractor. 2003. *Theories of Communication Networks*. Oxford: Oxford University Press.
- Monge, Peter R. 1987. *The Network Level of Analysis*. Charles R. Berger and Steven H. Chaffee (ed.), *Handbook of Communication Science*. Newbury Parks. California: Sage Publications.
- Mudiarta, K. G. 2009. *Jaringan sosial (networks) dalam sistem dan usaha agribisnis: perspektif teori dan dinamika studi kapital sosial*. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 27(1), 1–12. <https://doi.org/10.21082/fae.v27n1.2009.1-12>.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nimmo, Dan. 1989. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Remadja Karya W.
- Nimmo, Dan. 1999. *Komunikasi Politik, komunikator, Pesan dan Media* . Bandung : PT Rosda Karya.
- Poespowardjojo, S., & Seran, A. 2015. *Filsafat Ilmu Pengetahuan* (1 st ed.). Jakarta : PT Kompas Media Nusantara.
- Prell, Christina. 2012. *Social Networks Analysis: History, Theory and Methodology*.



Volume 12 No. 1 Maret 2022 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809

Jurnal Ilmu Komunikasi



- London: Sage Publications.
- Puntoadi, Danis . 2011. *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Purnama, Hadi. 2011. *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Stieglitz, Stefan & Dang-Xuan, Linh. 2012. *Social media and political communication: a social Media Analytics Framework*. http://www.researchgate.net/publication/235632721-Social_Media_and_Political_Communication_A_Social_Media_Analytics_Framework/file/79e41512111a26d3f3.pdf (diakses pada 25 November 2020).
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vera, Eugenia Roldan., & Thomas Schupp. 2006. Network Nalysis in Comparative Social Sciences. *Comparative Education*, 42(3), Special Issue (32): Comparative Methodologies in the Social Science: Cross-Disiplinary Inspirations, 405- 429.
- Waldstrom C. 2001. *Informal Network in Organization*. Denmark (DK): The Aarhus School of Business
- Wasserman, S. dan Faust, K. 1994. *Social Network Analysis: Methods and Application*. Cambridge: Cambridge University Press.