

Komunikasi dalam persebaran informasi terkait isu kudeta partai demokrat di media sosial twitter

Ahmad Hanif Tri Sufi Zarkasi*, Irwan Dwi Arianto

Program Studi Ilmu Komunikasi, UPN Veteran, Jawa Timur, Indonesia

*Email: ahanif818@gmail.com

Diterima: 10 Agustus 2021; Direvisi: 16 Oktober 2022; Terbit: 29 Oktober 2022

Abstract

The conflict within the Democratic Party became increasingly heated, and Moeldoko's camp decided to hold an Extraordinary Congress to elect a new chairman of the Democratic Party. This of course gets various kinds of responses from the community. After the controversial election of General Chair Moeldoko in the Extraordinary Congress (KLB) in Deliserdang, North Sumatra. The defenders of Moeldoko and Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) competed with each other to enliven hashtags fighting over the position of trending topics on Twitter. This study aims to explain the mapping of the communication network formed in the process of disseminating information related to the issue of the Democratic Party Coup on Twitter social media. Researchers used quantitative research methods with a descriptive approach. Data collection is done by crawling data on Twitter social media using NodeXL software. Based on the analysis that has been done, the results of this study show that there are three main actors who are the most influential in the network, namely the @putrawadapi, @geloraco, and @kumparan accounts. Meanwhile, there are also 3 main clusters formed in the network, each cluster has its own alignment with related issues. The public has different opinions on the issue of the Democratic Coup. It can be seen that the people who support or are pro against the Democratic Coup are 53.5% of the data obtained. While the percentage of people who are against and choose neutral on this issue are 22.5% and 30% respectively. This data shows that based on the data obtained, the actors in the network tend to be more positive or supportive of the issue of the democratic party coup. This can be used as a reference for the AHY camp to take the next step in responding to this issue.

Keywords: Democrat coup; communication network analysis; social media; twitter.

Abstrak

Konflik di tubuh Partai Demokrat kian memanas, kubu Moeldoko memutuskan mengadakan Kongres Luar Biasa untuk memilih ketua Partai Demokrat yang baru. Hal ini tentu saja mendapatkan berbagai macam respon dari masyarakat. Pasca terpilihnya Ketua Umum Moeldoko secara kontroversial dalam Kongres Luar Biasa (KLB) di Deliserdang, Sumatera Utara tersebut. Para pembela Moeldoko maupun Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) saling bersaing meramaikan tagar berebut posisi *trending topic* di twitter. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pemetaan jaringan komunikasi yang terbentuk dalam proses penyebaran informasi terkait isu Kudeta Partai Demokrat di media sosial Twitter. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *crawling data* pada media sosial twitter menggunakan bantuan *software* NodeXL. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian ini terdapat tiga aktor utama yang paling berpengaruh dalam jaringan yaitu akun @putrawadapi, @geloraco, dan @kumparan. Sementara itu terdapat juga 3 cluster utama yang terbentuk dalam jaringan, masing-masing cluster memiliki keberpihakannya sendiri terhadap isu terkait. Masyarakat memiliki opini yang berbeda-beda terhadap isu Kudeta Demokrat. Hal ini dapat dilihat bahwa masyarakat yang mendukung atau *pro* terhadap Kudeta Demokrat yaitu sebesar 53,5% dari data yang diperoleh. Sementara persentase masyarakat yang kontra dan memilih netral terhadap isu ini yaitu masing masing sebesar 22,5% dan 30%. Data ini menunjukkan bahwa berdasarkan data yang diperoleh, para aktor yang berada dalam jaringan cenderung lebih bersikap positif atau mendukung terhadap isu kudeta partai demokrat. Hal ini dapat digunakan sebagai acuan kubu AHY untuk mengambil langkah selanjutnya dalam merespon isu ini.

Kata-kata kunci: Kudeta demokrat; analisis jaringan komunikasi; sosial media; twitter.

Pendahuluan

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana politik memanglah bukan hal yang jarang lagi. Dalam proses komunikasi melalui perantara atau dimediasi oleh komputer, para peserta komunikasi akan mendapatkan kesetaraan partisipasi yang lebih luas daripada tatap muka (Anshari, 2013). Hal ini dapat dilihat dari keterbukaan dan kebebasannya masyarakat digital dalam beropini dan membagikan informasi dalam media sosial. Kesetaraan dalam berpartisipasi ini jugalah yang kerap dimanfaatkan oleh actor-aktor politik untuk membentuk kelompok atau massa pendukung di media sosial dengan tujuan untuk membagikan informasi positif yang dapat menggiring opini publik. Cass R Sunstein dalam bukunya yang berjudul *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media* (2017) menjelaskan bahwa setidaknya terdapat tiga keunggulan pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi politik. Keunggulan tersebut yaitu kemudahan dalam mengakses, memiliki daya jangkauan yang luas dan memungkinkan untuk melibatkan penggunaannya dalam membagikan informasi. Hal inilah yang dapat dimanfaatkan oleh aktor-aktor politik untuk membagikan informasi atau pesan politik pada sosial media.

Isu politik memang tidak ada habisnya untuk dibahas, mulai dari isu pemerintahan, kasus korupsi hingga sengketa di dalam sebuah partai selalu menarik untuk dibahas. Pada tahun 2021 ini, isu politik yang bisa dibilang paling menyita perhatian masyarakat Indonesia adalah isu kudeta Partai Demokrat. Isu melengserkan Ketua Umum Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) mencuat, setelah lima tokoh politik berkumpul di Lantai 28 Hotel Rasuna Aston, Jakarta. Isu ini mulai mencuat sejak Ketua Umum (Ketum) DPP Partai Demokrat Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) melakukan konferensi pers pada Senin (1/2/2021). Ia mengatakan bahwa ada dugaan upaya pengambilalihan kepemimpinan Partai Demokrat dari lingkaran kekuasaan pemerintahan Presiden Joko Widodo (Jokowi). Kemudian, ingin menjadikan Partai Demokrat sebagai kendaraan politik Pemilu Presiden (Pilpres) 2024 mendatang (Sindonews.com/kiswondari).

Konflik di tubuh Partai Demokrat kian memanas, kubu Moeldoko memutuskan mengadakan Kongres Luar Biasa untuk memilih ketua Partai Demokrat yang baru. Hal ini tentu saja mendapatkan berbagai macam respon dari masyarakat. Pasca terpilihnya Ketua Umum Moeldoko secara kontroversial dalam Kongres Luar Biasa (KLB) di Deliserdang, Sumatera Utara tersebut. Para pembela Moeldoko maupun Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) saling bersaing meramaikan tagar berebut posisi *trending topic* di twitter. Melalui tagar #PDMoeldokoSah, warganet yang pro terhadap hasil KLB yang menjadikan Moeldoko

pimpinan partai Demokrat itu beramai ramai yakinkan bahwa KLB tersebut tidak ilegal dan sah. Termasuk dualisme jabatan yang dipegang Moeldoko selaku Kepala Staf Presiden (KSP). Sedikitnya tulisan itu dibahas lebih dari 5 ribu warganet. Sementara itu, para pendukung partai Demokrat dibawah kepemimpinan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) dituliskan melalui tagar #PartaiDemokrat dan dibahas lebih dari 20 ribu warganet. Uniknya, pengguna twitter yang menuliskan tagar #PDMoeldokoSah umumnya akun yang baru dibuat pada Februari 2021 atau berbarengan dengan isu kudeta Partai Demokrat. Akun-akun itu pun menuliskan secara berulang dengan melampirkan beberapa tangkapan layar media nasional tentang pemberitaan yang menguntungkan Moeldoko (Sindonews.com/Setiyadi).

Pemanfaatan media sosial dalam proses komunikasi politik seperti pada isu Kudeta Demokrat ini, memungkinkan khalayak pengguna media sosial tidak sekadar pasif dalam menerima pesan-pesan politik. Hal ini justru memungkinkan untuk membuka ruang interaksi dan diskusi melalui menyukai, memberi komentar, atau membagikan pesan-pesan dalam sosial media. Dalam kasus kudeta Partai Demokrat ini tentunya pendukung Moeldoko maupun AHY berlomba-lomba untuk membagikan informasi baik itu berupa dukungan terhadap junjungannya ataupun kiritik terhadap lawan politik satu sama lain. Pengguna media baru memiliki kemampuan untuk menawarkan interaktifitas, memiliki pilihan informasi yang dibutuhkan, sekaligus mampu mengendalikan informasi yang dihasilkan sesuai yang diinginkannya. Media baru yang berkembang pesat memiliki salah satu kekuatan yaitu kemampuan menawarkan relasi interaktif (Susanto, 2017). Memahami media sosial membuat kita dapat secara cepat dan tepat memahami isu-isu apa yang sedang ataupun telah dibicarakan oleh masyarakat Selain itu kita juga dapat mengetahui pesan kuncinya apa, bagaimana jangkauan/area penyebarannya, siapa-siapa saja yang menjadi tokohnya, seberapa besar kekuatan tokoh tersebut, arah opininya bagaimana, siapa-siapa yang menjadi penghubung antar kelompok serta berbagai informasi penting lainnya berikut atribut lain yang menyertainya (Arianto, Suratnoadji & Sumardjijati, 2018).

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana jaringan komunikasi yang terbentuk mengenai kudeta partai Demokrat saat isu ini ramai dibicarakan di media sosial twitter. Peneliti memilih untuk menggunakan media sosial twitter karena twitter memiliki fitur *trending topic* dan fitur untuk mencari sebuah topik berdasarkan tagar, kata maupun kalimat hal ini mendukung penggunaan Twitter sebagai kanal deteksi isu. Peneliti memilih untuk menggunakan kata kunci Kudeta Demokrat sebagai data dalam penelitian ini, pemilihan kata kunci ini didasari oleh besarnya *engagement* yang diperoleh dari

penggunaan kata kunci Kudeta Demokrat pada sosial media Twitter. Penelitian riset media sosial menggunakan teknik multilevel analisis, adapun level-level analisis tersebut yaitu (1) Analisis Konten Media, analisis ini ditujukan untuk melakukan evaluasi dan pengukuran kesuksesan sebuah akun, negara, pemerintah, ataupun simbol di media sosial. Aspek-spek yang perlu diperhatikan pada level analisis ini yaitu (Smith, 2011): (a) *Reach* merupakan matriks yang mengukur jangkauan akun terhadap audiens. Adapun yang menjadi indikator adalah total fans/followers, total views dan informasi yang dapat digunakan untuk mengukur jangkauan; (b) *Engagement*, mengukur seberapa aktif suatu akun dalam membuat pesan atau konten dan seberapa banyak feedback-nya. *Engagement* dapat diukur melalui tiga aspek yaitu *conversation*, *amplification*, dan *applause*; (c) *Virality*, berupaya melihat keberhasilan sebuah kampanye/pesan dengan topik tertentu yang dikelompokkan dalam hastag yang sama. Adapun yang menjadi indikator adalah jumlah user yang menggunakan tagar tersebut; (2) Analisis Perilaku Aktor, analisis ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami arah opini atau sentimen ketika pengguna berusaha berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Terdapat tiga indikasi sentiment yaitu sentiment positif, negatif, dan netral. Selain sentiment, peneliti juga dapat memahami ekspresi pengguna media sosial melalui emoji atau gambar yang digunakan dalam merespon sebuah isu (Suratnoaji & Arianto, 2021:157); (3) Analisis Jaringan, analisis ini bertujuan untuk melihat sejauh mana keberhasilan dalam mempengaruhi influencer dan jaringan pertemanannya di media sosial. Analisis jaringan diperlukan untuk mengetahui akun mana saja yang memiliki pengaruh paling tinggi dalam sebuah jaringan. Variabel yang perlu diukur dan dianalisis dalam level ini yaitu *degree centrality*, *closeness centrality*, *betweenness centrality*, *eigenvector centrality*, dan *clustering coefficient*.

Berdasarkan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pemetaan jaringan komunikasi yang terbentuk dalam proses persebaran informasi pada isu Kudeta Partai Demokrat di media sosial Twitter, dimana analisis dilakukan dengan bantuan software NodeXL. Melalui aktivitas atau unggahan terkait isu kudeta demokrat yang terbentuk dalam jaringan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktor-aktor atau *nodes* yang memiliki peran penting (central) dalam membagikan informasi dan seberapa sering aktor tersebut beropini terkait isu tersebut, hal ini dapat digunakan sebagai acuan bagaimana aktor tersebut menunjukkan keberpihakan mereka. Selain itu, yang perlu diketahui yaitu seberapa luas jangkauan serta bagaimana tingkat keberhasilan aktor tersebut dalam mempengaruhi aktor lain.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian yang berdasar pada kalkulasi dan angka-angka statistik sebagai acuan utama dalam menganalisis. Adapaun tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variable yang timbul di masyarakat (Bungin, 2005: 36). Pendekatan deskriptif digunakan dengan tujuan untuk menggambarkan secara detail struktur dan aktor-aktor dalam jaringan. Penelitian deskriptif ini akan menggambarkan siapa saja aktor-aktor dalam jaringan, dan bagaimana posisi dari masing-masing aktor yang menjadi pemuka pendapat dari jaringan tersebut dan seterusnya (Eriyanto, 2014: 59).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Konten Media

Analisis Media bertujuan bertujuan untuk melakukan pengukuran terhadap suatu akun yang berpengaruh dalam suatu jaringan. Dalam analisis ini terdapat tiga macam pengukuran yang harus dilakukan yaitu *reach*, *virality*, dan *engagement*. Melalui tiga pengukuran ini, kinerja dari sebuah akun nantinya akan dapat diukur (Smith, 2011). Akun yang akan dianalisis adalah akun yang menjadi *top influemcer* pada jaringan yang terbentuk. Adapun akun yang menjadi *top influencers* pada jaringan ini yaitu akun @putrawadapi, @geloraco, dan @kumparan, hal ini didasari oleh nilai *Betweenness Centrality* dan *Degree Centrality* dari akun-akun ini merupakan yang paling tinggi.

Tabel 1. Daftar Top Influencers

No.	Top Influencer	<i>Betweenness Centrality</i>	<i>Degree Centrality (In-Degree)</i>
1.	@putrawadapi	10.292.087,62	981
2.	@geloraco	7.808.852,45	1056
3.	@kumparan	7.564.635,79	856

Reach

Reach merupakan metrik yang digunakan untuk mengukur jangkauan akun terhadap *audiens* atau warganet. Indikator yang ada dalam *reach* yakni total fans atau followers dan total informasi yang dapat digunakan untuk melihat besarnya jangkauan yang terbentuk. Pada hasil analisis pemetaan jaringan, terlihat bahwa pada persebaran informasi terkait isu kudeta demokrat, aktor-aktor yang paling berpengaruh (*influencer*) dan memiliki jangkauan besar terdiri atas akun @putrawadapi, @geloraco, dan @kumparan. Sebuah akun bisa dianggap menjadi *top influencer* dikarenakan kemampuan akun tersebut dalam menjadi perantara dari satu aktor ke aktor lainnya (Eriyanto,2014), Hal ini membuat informasi yang disampaikan

menjangkau jaringan yang lebih luas. Selain itu, kesuksesan sebuah akun dalam menyampaikan informasi dapat dilihat juga dari seberapa banyak respon yang didapat dari akun tersebut. Respon yang didapatkan ini dapat dilihat berdasarkan nilai *degree centrality*-nya. Adapun dasar penilaian ini adalah hasil yang didapat dari perhitungan nilai *betweenness centrality* (sentralitas keperantaraan) dan nilai *In-degree*, yaitu berapa banyak aktor yang menghubungi akun tersebut untuk membicarakan suatu topik.

Virality

Virality adalah *metrics* yang dapat digunakan untuk mengukur mengenai keberhasilan sebuah pesan, konten atau informasi tertentu yang dikelompokkan dalam satu tagar atau kata kunci yang sama. Adapun yang menjadi indikator yaitu jumlah *user* (pengguna) yang menggunakan tagar/kata kunci tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh, menunjukkan bahwa dalam persebaran informasi terkait isu kudeta partai demokrat pada tanggal 3 Maret-10 Maret 2021, terdapat 8414 pengguna (*vertices*) Twitter dan telah membentuk 17.922 relasi (*edges*). Terdapat juga aktivitas media sosial antara pengguna yang dilihat berdasarkan *tweet*, *retweet*, dan *reply*. *Tweet* yang tercatat terkait isu kudeta demokrat selama periode pengambilan data yang telah ditentukan adalah sebanyak 1918 *tweet*, sementara untuk *retweet* yaitu sebanyak 14.893 dan *reply* sebanyak 1135. Hal ini menunjukkan bahwa para aktor (*vertices*) yang ada dalam jaringan ini lebih sering menggunakan fitur *retweet* untuk membagikan informasi terkait isu kudeta demokrat.

Berdasarkan data Time Series yang diperoleh dapat dilihat bahwa intensitas unggahan *tweet* selama periode yang ditentukan mengalami fluktuatif. Intensitas warganet melakukan unggahan atau aktivitas mulai terlihat yaitu pada tanggal 5 Maret 2021, total tercatat 4620 *tweet* yang diunggah pada tanggal tersebut. Pada tanggal ini juga unggahan *tweet* per-jam terkait Kudeta Demokrat mencapai angka tertinggi yaitu sebanyak 400 *tweet* per jam. Hal ini terjadi bertepatan dengan tanggal diadakannya KLB Demokrat di Deli Serdang yang diadakan oleh kubu Moeldoko. Hal ini mengindikasikan bahwa apa yang terjadi di sosial media merupakan cerminan dari apa yang terjadi di dunia nyata. Kehebohan yang terjadi di dunia nyata terkait KLB Demokrat dari kubu Moeldoko juga berimbas pada linimasa *twitter*.

Engagement

Engagement mengukur seberapa aktif suatu akun dalam membuat pesan atau konten dan seberapa banyak *feedback* yang diperoleh. Variabel *engagement* diukur melalui tiga aspek yaitu *conversation*, *amplification*, dan *applause* (Suratnoaji & Arianto, 2021). Aspek *conversation* digunakan untuk memahami kata-kata (*top tweet*) yang paling sering digunakan

oleh audiens ketika berinteraksi dengan pengguna lain di dalam jaringan. Adapun kata-kata yang paling sering digunakan pada jaringan ini yaitu demokrat, kudeta, dan partai. Kata demokrat terhitung digunakan sebanyak 19.765 kali, sementara kata kudeta digunakan sebanyak 17.741 kali, sedangkan kata partai digunakan sebanyak 10.644 kali. Sementara pasangan kata-kata yang paling sering digunakan yaitu partai-demokrat, kudeta-demokrat, dan kudeta-partai. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa isu kudeta partai demokrat memang sedang hangat dibicarakan, hal ini dibuktikan dengan kata-kata demokrat, kudeta, dan partai menempati posisi tiga teratas pada tabel data kata-kata yang paling sering digunakan pada jaringan yang terbentuk. Selain itu, hal ini juga menunjukkan bahwa penggunaan kata kunci Kudeta Demokrat untuk menyaring data sudah tepat.

Aspek *amplification* diukur dari upaya pengguna twitter untuk menyebarluaskan pesan pada pihak lain. Hal ini dapat diketahui melalui nilai *betweenness centrality* suatu aktor dalam jaringan. Adapun akun dengan nilai keperantaraan yang tinggi pada jaringan ini adalah akun @putrawadapi dimana akun tersebut memiliki nilai keperantaraan sebesar 10292087,62. Nilai tinggi dalam sentralitas keperantaraan menunjukkan bahwa akun tersebut banyak dijadikan perantara oleh aktor lain di dalam jaringan untuk mendapatkan informasi. Hal ini mengindikasikan bahwa akun tersebut telah berhasil menyebarluaskan pesan atau informasi dalam jaringan yang terbentuk, sehingga dapat disimpulkan bahwa akun @putrawadapi memiliki nilai aspek *amplification* yang tinggi pada jaringan ini.

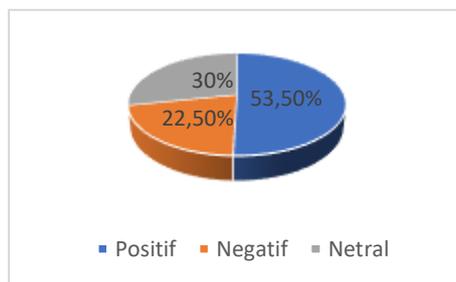
Sementara itu, aspek *applause* pada variable engagement dapat diukur melalui tindakan suatu akun untuk memberikan respons terhadap suatu topik. Hal ini dapat dilihat dari nilai *out-degree* dari suatu akun. Berdasarkan data yang diperoleh, akun @buditphp memiliki nilai *out-degree* paling tinggi yaitu 95. *Out-degree* secara singkat bisa dimaknai sebagai aktor yang paling banyak menghubungi aktor lainnya untuk membicarakan topik terkait. Nilai *out-degree* terbentuk akibat respon dari suatu akun ke pengguna lainnya dimana respon tersebut dalam hal ini bisa dalam bentuk *mention*, *retweet*, dan *reply*. Jadi dapat disimpulkan bahwa akun @buditphp memiliki nilai aspek *applause* yang paling tinggi dalam jaringan ini.

Analisis Perilaku Aktor

Analisis perilaku aktor bertujuan untuk mengetahui dan memahami arah opini atau sentimen ketika pengguna berusaha berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Terdapat tiga indikasi sentiment yaitu sentiment positif, negatif, dan netral. Arah sikap ini memiliki arti mendukung, menolak, atau tidak sama sekali terhadap suatu isu. Hambatan utama analisis sentiment pada media sosial adalah apakah algoritma computer dapat memahami apa yang

pengguna media sosial coba untuk tulis atau sampaikan. Pada penelitian jaringan komunikasi menggunakan bantuan *software* NodeXL, system analisis sentimen yang terintegrasi adalah sentimen menggunakan Bahasa Inggris. Dikarenakan data yang digunakan merupakan kumpulan tweet berbahasa Indonesia, maka diperlukan program eksternal untuk melakukan analisis sentiment lebih lanjut. Adapun penulis menggunakan bantuan program *Python* untuk menganalisis sentimen lebih lanjut.

Berdasarkan analisis tersebut, diketahui bahwa masyarakat memiliki opini yang berbeda-beda terhadap isu Kudeta Demokrat. Hal ini dapat dilihat bahwa masyarakat yang mendukung atau *pro* terhadap Kudeta Demokrat yaitu sebesar 53,5% dari data yang diperoleh. Sementara persentase masyarakat yang kontra dan memilih netral terhadap isu ini yaitu masing-masing sebesar 22,5% dan 30%. Data ini menunjukkan bahwa berdasarkan data yang diperoleh, para aktor yang berada dalam jaringan cenderung lebih bersikap positif atau mendukung terhadap isu kudeta partai Demokrat. Hal ini dapat digunakan sebagai acuan kubu AHY untuk mengambil langkah selanjutnya dalam merespon isu ini.



Gambar 1. Sentimen Publik Terhadap Isu Kudeta Demokrat

Analisis Jaringan

Berdasarkan analisis jaringan yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa akun yang paling berpengaruh dalam jaringan ini adalah akun @putrawadapi. Hal ini dapat dilihat dari nilai *betweenness* dan *eigenvector centrality* yang diperoleh akun ini merupakan yang paling tinggi dibandingkan akun lainnya. Nilai *betweenness centrality* yang tinggi mengindikasikan bahwa akun tersebut sering berperan sebagai perantara untuk aktor lain dalam mendapatkan informasi. Sementara nilai *eigenvector* yang tinggi mengindikasikan bahwa akun tersebut dapat lebih dipercaya oleh aktor lain ketika memberikan argument atau membagikan informasi dikarenakan kualitas relasi yang dimiliki aktor tersebut.

Sementara berdasarkan variable *degree centrality*, akun @geloraco memiliki nilai *indegree* paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa akun @geloraco telah mampu menyebarkan “opini” berupa informasi terkait isu kudeta Demokrat dan membuat para pengguna twitter lain bereaksi atau merespon terhadap informasi yang akun ini bagikan.

Untuk akun yang memiliki nilai kedekatan baik dengan pengguna Twitter lainya dalam jaringan ini adalah akun @bewoking dengan nilai 1. Jika sebuah *node* memiliki nilai 1 maka *node* tersebut terhubung dengan semua aktor dalam jaringan. Sementara pada variable *clustering coefficient*, cluster G3 yang merupakan cluster pendukung Moeldoko memiliki ikatan yang lebih kuat dibandingkan dua *cluster* besar lainya.

Kesimpulan

Isu kudeta demokrat yang ada dalam media sosial twitter, dapat dilihat berdasarkan analisis konten media yang telah dilakukan. Intensitas unggahan terkait kudeta partai demokrat berada pada angka yang paling tinggi pada tanggal 5 Maret 2021 yaitu bertepatan dengan diadakanya KLB oleh kubu Moeldoko. Ini mengindikasikan bahwa apa yang sedang ramai diperbincangkan di dunia nyata juga terjadi di media sosial. Sementara itu arah opini masyarakat terkait isu ini adalah cenderung positif. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara sentiment Positif dan Negatif terhadap isu ini. Hal ini dapat digunakan sebagai acuan oleh kubu AHY untuk mengambil langkah selanjutnya. Tokoh masyarakat dan media mempunyai peran penting dalam proses persebaran informasi yang terjadi terkait isu kudeta demokrat. Hal ini dapat dilihat dari aktor-aktor yang berperan sebagai *top influencer* pada jaringan ini yaitu akun @putrawadapi, @geloraco, dan @kumparan. Akun @putrawadapi merupakan tokoh masyarakat Papua yang sering membagikan opini dan informasinya di media sosial Twitter, sementara akun @geloraco dan @kumparan merupakan akun media online yang memang bertujuan untuk membagikan informasi paling actual kepada masyarakat. Berdasarkan analisis jaringan yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa akun yang paling berpengaruh dan dipercaya dalam jaringan ini adalah akun @putrawadapi. Hal ini dapat dilihat dari nilai *betweenness* dan *eigenvector centrality* yang diperoleh akun ini merupakan yang paling tinggi dibandingkan akun lainya. Walaupun jumlah followers yang dimiliki akun @putrawadapi lebih sedikit daripada dua akun *top influencer* lainya namun akun ini memiliki kualitas relasi dan jangkauan persebaran informasi yang lebih baik. Akun dengan kualitas relasi yang baik akan lebih dipercaya oleh aktor lain ketika memberikan argument atau membagikan informasi. Sementara berdasarkan nilai rata-rata *clustering coefficient* pada tiga cluster besar yang terbentuk, cluster G3 yang merupakan cluster pendukung Moeldoko memiliki ikatan yang lebih kuat dibandingkan dua *cluster* besar lainya.

Daftar Pustaka

- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial Faridhian Anshari Staff Pengajar STT PLN Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91–101. <https://doi.org/10.3346579/jpkop.29.1.1767>.
- Alfiyani, N. (2018). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik. *Potret Pemikiran*, 22(1).
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial Faridhian Anshari Staff Pengajar STT PLN Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91–101. <http://dosen.univpancasila.ac.id/dosenfile/7014211002154994371612February2019.pdf>
- Arianto, Irwan., Suratnoaji, Catur, Sumardijjati. (2018). *Strength Map of Presidential Candidates 2019 in Indonesia Based on NodeXL Analysis of Big Data from Twitter*. Surabaya: Asian Journal for Public Opinion Research, Vol. 6 No.1, pp. 31-38. <https://doi.org/10.3345849/jpkop.25.1.5463>.
- Bakry, G. N. (2020). Struktur Jaringan Pengguna Twitter dengan Tagar# Bandunglawancovid19. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(2), 209-229. <https://doi.org/10.33094349/jpkop.22.1.9832>.
- Bungin, Burhan. (2005). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia.
- Dumbill, Edd. (2012). “Big Data Now: 2012 Edition. “What Is Big Data?” O’Reilly. USA: O’Reilly Media, Inc.
- Eriyanto. (2014). *Analysis Jaringan Komunikasi: Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Gunawan, Bambang. 2018. *Propaganda Politik Melalui ‘Hashtag’Media Sosial*. <https://news.detik.com/kolom/d-3997572/propaganda-politik-melalui-hashtag-media-sosial> (diakses pada 12 Maret 2021 pukul 19.30 wib)
- Hasfi, N. (2019). Komunikasi Politik Di Era Digital. *POLITIKA*, 10(1).
- Jonathan, Sarwono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Kiswondari. 2021. *Demokrat Mau Dikudeta, AHY surati Presiden Jokowi*. <https://nasional.okezone.com/read/2021/02/01/337/2354595/demokrat-mau-dikudeta-ahy-surati-presiden-jokowi> (diakses pada tanggal 17 Maret 2021 pukul 10.00 wib)
- Kusumastuti, R. D., Wicaksono, A., & Priliantini, A. (2019). Jaringan Komunikasi Dalam Meningkatkan Produktivitas Pelapak (Studi Kasus Pada Komunitas Bukalapak Wilayah Jakarta). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(1). <https://doi.org/10.33299/jpkop.23.1.1739>
- Litbang Kompas (2015, Oktober 10). *Media Sosial Penggerak Aktif Isu Publik*, dari <http://nasional.kompas.com/read/2015/10/26/15010071/Media.Sosial.Penggerak.Aktif.Isu.Publik?page=2>, diakses 2 Februari 2017.
- Mononimbar. Donny, Henry. 2017. *Indonesia Fifth-Largest Country in Terms of Twitter Users*. <https://jakartaglobe.id/news/indonesia-fifth-largest-country-in-terms-of-twitter-users/> (diakses pada 12 Maret 2021 pukul 19.00 wib)
- Nasrullah, Rulli. (2014). Teori dan Riset Media Siber(Cybermedia). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan. Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neuman, Laurence. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Indeks.
- Maryanto, B. (2017). Big Data dan Pemanfaatannya dalam Berbagai Sektor. *Media Informatika*, 16(2), 14–19. <https://doi.org/10.78499/jpkop.76.1.66765>.
- Mata, Candra. (2021). *Ketum Demokrat 'Curhat' Bakal di Kudeta, Tagar Kami Bersama AHY Trending di Twitter, Netizen: Pertahankan Bang..* <https://www.industry.co.id/read/80368/ketum-demokrat-ungkap-ada-gerakan-kudeta-tagar-kamibersamaahy-trending-di-twitter-netizen-pertahankan-bang> (diakses pada 15 Maret 2021 pukul 18.00 wib).
- Mononimbar. Donny, Henry. 2017. *Indonesia Fifth-Largest Country in Terms of Twitter Users*. <https://jakartaglobe.id/news/indonesia-fifth-largest-country-in-terms-of-twitter-users/> (diakses pada 12 Maret 2021 pukul 19.00 wib)
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi*
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rianto, Ilham. (2020). *Analisis Jaringan Komunikasi Dalam Proses Penyebaran Informasi Terkait Masker Di Twitter*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. UPN “Veteran” Jawa Timur. Surabaya.
- Rehia. (12 Juli 2018). *Ini Platform Medsos Terbanyak yang Digunakan Pemimpin Dunia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180712183744-37-23307/ini-platform-medsos-terbanyak-yang-digunakan-pemimpin-dunia> (diakses pada 16 Maret 2021 pukul 10.00 wib)
- Setiyadi, Bima. (2021). Berebut Trending Topic, Akun-akun Baru Menetas Ramaikan Tagar PD Moeldoko Sah. <https://nasional.sindonews.com/read/357686/12/berebut-trending-topic-akun-akun-baru-menetas-ramaikan-tagar-pd-moeldoko-sah-1615179783/10> (diakses pada tanggal 16 Maret 2021 pukul 19.00 wib).
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Siagian, H. F. (2015). Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1).
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Suratnoaji, Catur. Arianto, Irwan. (2021). *Metode Riset Sosial Media Berbasis Big Data*. Surabaya: Erlangga.
- Susanto, E. H. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 379-398.
- Usman, Akbar. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial Edisi Ketiga*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Zonin. (2017). *Twitter and Social Network Analysis*. (http://datadrivenjournalism.net/news_and_analysis/twitter_and_social_network_analysis, diakses pada 10 Maret 2020 pukul 12.00 wib).