

## Penentuan *Eigenvector Centrality* pada Jaringan Kampanye “Transisi PSBB” DKI Jakarta di Twitter Menggunakan *Social Network Anlysis*

Pipit Fitriyah<sup>1</sup>, Yustika Putri Finarsih<sup>2</sup>

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma<sup>1,2</sup>

[fitriyah@staff.gunadarma.ac.id](mailto:fitriyah@staff.gunadarma.ac.id)<sup>1</sup>, [yustikaputri1298@gmail.com](mailto:yustikaputri1298@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Isu viral “Transisi PSBB” DKI Jakarta dengan pelopor informasi utama Anies Baswedan sebagai pembuat kebijakan terkait Covid-19 cukup membuat pengguna media sosial Twitter antusias berkomentar dan membuat jaringan kampanye komunikasi berupa pro dan kontra. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Nilai *Eigenvector Centrality* pada jaringan kampanye informasi “Transisi PSBB” Jakarta. Teori penggunaan *Computer Mediated Communication (CMC)* yang dijelaskan oleh A.F Wood dan M.J Smith adalah segala bentuk komunikasi antara individu, individu, dan kelompok yang berinteraksi melalui komputer di Internet dalam kampanye komunikasi “Transisi PSBB” Jakarta. Model Analisis Jaringan Sosial menyediakan alat statistik, tidak hanya untuk memeriksa data tentang karakteristik hubungan atribut setiap peserta tetapi juga untuk fokus pada menjelaskan pola hubungan antara peserta dan menganalisis pola struktural menggunakan aplikasi Gephi. Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan paradigma positivis. Populasinya adalah pengguna Twitter aktif, dengan jumlah sampel sebanyak 1000 orang yang telah di-recall oleh Netlytic. Hasil penelitian ini ditemukan adanya *eigenvector centrality* pada akun @aniesbaswedan dan terdapat nilai 1.0. Fokus SNA adalah untuk mengetahui node yang terlibat yaitu akun @aniesbaswedan dan @psi\_id, serta relasi yang terjadi melalui kaca tombol “Transisi PSBB”, sehingga distribusi dapat terhubung kuat dua arah. Dengan cara ini, akun @aniesbaswedan memiliki koneksi paling banyak, dan diameter celah antara setiap node dalam jaringan "transisi PSBB" adalah 10.

Kata kunci: *Eigenvector Centrality*, Jaringan Kampanye, *Computer Mediated Communication (CMC)*, *Social Network Analysis (SNA)*, Transisi PSBB

### PENDAHULUAN

Tren new media dibanjiri informasi terkait pandemi Covid-19, sejak Kota Wuhan terletak di Provinsi Hubei, tempat virus pertama kali ditemukan dan merupakan rumah bagi 11 juta orang. Munculnya virus corona dibarengi dengan perkembangan yang sangat pesat, sehingga banyak orang yang kehilangan nyawa. Belum lagi lebih dari 6.000 kasus lain yang telah terkonfirmasi, virus tersebut telah menyebar ke banyak negara di dunia, termasuk Indonesia. Presiden Indonesia Joko Widodo mengumumkan informasi terkait kemunculan pasien Covid-19 di Indonesia di Istana Kepresidenan pada 2 Maret 2020. Jakarta menjadi salah satu kota yang terdampak Covid-19, menyampaikan perkembangan terkait data pasien yang terkonfirmasi di Indonesia selama masa Transisi PSBB, didapat dari situs [www.covid19.go.id](http://www.covid19.go.id) jumlah pasien yang positif terinfeksi virus Covid-19 di Indonesia per 04 Juni 2020 menjadi 28.818 orang, dari

jumlah itu 1.721 orang di antaranya meninggal dunia, dan 8.892 pasien dinyatakan sembuh.

Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan mengeluarkan kebijakan sosial untuk menerapkan Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) pada masa transisi (Tempo.com 06/06/2020). Aturan ini masuk dalam Gubernur DKI Nomor 51 Tahun 2020 yang mengatur tentang penerapan pembatasan sosial berskala besar pada masa transisi menuju masyarakat yang sehat, aman dan produktif. Peraturan Gubernur mengatur masalah transisi, seperti menerapkan pola hidup bersih dan sehat untuk mencegah Covid-19, meningkatkan perawatan medis, menyesuaikan aktivitas masyarakat, atau mengontrol modal transportasi. Anies Baswedan juga menyematkan beberapa pasal untuk pengawasan dan penuntutan, pemantauan, evaluasi dan pelaporan, serta penghentian sementara masa transisi. Pergub 51/2020 terdiri dari 11 bab dan 30 pasal yang ditandatangani pada 4 Juni 2020. Sebelumnya, Anies Baswedan memutuskan untuk memperpanjang PSBB Jakarta dari 4 Juni menjadi jangka waktu tidak terbatas dan memasuki masa transisi. Namun, Pemprov DKI akan mengontrol secara ketat penyebaran Covid-19 di 66 RW yang terdapat di zona merah tersebut.

Wacana “Transisi PSBB” di Jakarta kebijakan ganjil genap kembali diberlakukan saat masa transisi PSBB menimbulkan pro dan kontra. Gubernur DKI Jakarta Anies Bawedan menekan ganjil genap tidak akan diterapkan dalam waktu dekat. Anies menjelaskan bahwa ganjil genap diberlakukan jika jumlah kasus covid-19 naik dan jumlah orang yang berpergian semakin tinggi. Kebijakan itu baru dilaksanakan jika penduduk yang beraktivitas di luar rumah tidak bisa dikendalikan lagi. Hal ini berlaku untuk seluruh kebijakan pelanggaran PSBB selama masa Transisi yang diumumkan Anies Baswedan.

Salah satu isu yang menjadi *trending topic* pasca pandemi Virus Covid-19 adalah tautan dengan keywords “Transisi PSBB” peneliti melakukan observasi dari tanggal 04 Juni 2020 dan terdapat 1000 tweets yang menuliskan tautan “Transisi PSBB” pada laman *trending* Twitter. Kemunculan tautan ini dikarenakan adanya sebuah akun yang menyuarakan kampanye “Transisi PSBB”. Karena menurut beliau dengan diterapkan tautan “Transisi PSBB” itu dapat mengontrol *infection rate* di wilayah Jakarta dan juga dengan dilakukan “Transisi PSBB” dapat menurunkan angka penyebaran Virus Covid-19.

Internet sebagai media massa yang menambahkan hubungan *one-to-one* (sebagaimana yang diaplikasikan melalui e-mail), *many-to-many* (sebagaimana diaplikasikan pada listservs), dan *many-to-one*. Dengan kata lain, melihat Internet sebagai media massa telah membantu menjelaskan beberapa aspek peristiwa secara online. Pemanfaatan *computer mediated communication* (CMC) dan istilah PSBB Transisi mulai dikampanyekan, dimana selama ini kampanye pemilu lebih bersifat politis dan dikenal masyarakat luas. Namun secara fundamental, kampanye memiliki berbagai fungsi di berbagai bidang, yaitu berupaya mencegah, memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi di sekitar masyarakat, serta memberikan informasi dan edukasi tentang masalah sosial dan lingkungan, sehingga digunakan sebagai alat untuk

informasi suatu permasalahan yang sedang terjadi (Venus,2018: 21). Pada dasarnya baik itu suatu kegiatan komunikasi yang telah direncanakan sebelumnya atau suatu tindakan yang bertujuan untuk menghasilkan suatu efek tertentu pada sejumlah besar khalayak dalam kurun waktu tertentu, proses perencanaan dalam bentuk suatu kegiatan merupakan suatu kegiatan komunikasi. Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan, peneliti mengangkat permasalahan sebagai berikut Apakah Network kampanye dengan keyword “Transisi PSBB” berpengaruh pada pengguna Twitter pada saat transisi Covid-19?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Media Sosial Sebagai Kampanye Komunikasi**

Saat ini media sosial digunakan sebagai media untuk berkampanye atau berkomunikasi. Konsep epistemologi media juga menunjukkan bahwa perkembangan sejarah manusia sebenarnya tidak terlepas dari ketergantungan media yang digunakan di setiap era. Efendy (1998) mengemukakan dalam bukunya “Ilmu dan Praktik Komunikasi” bahwa media komunikasi adalah pesan komunikasi yang menyampaikan satu orang kepada orang lain melalui cara-cara berikut (seperti telepon, email, radio, televisi, komputer), dengan menggunakan network yang dihubungkan dengan modern. Penjelasan di atas pada dasarnya menjelaskan bahwa dalam proses komunikasi, orang akan benar-benar atau pasti menggunakan cara tertentu untuk menyampaikan pesan komunikasinya. Betapapun rumitnya sarana komunikasi tersebut, setiap pesan yang disampaikan harus menggunakan sarana atau media komunikasi.

### **Kampanye Komunikasi**

Kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi dalam menyampaikan pesan melalui jaringan saluran komunikasi secara terpadu, dan mengorganisir aktifitas komunikasi tersebut dengan tujuan menghasilkan dampak pada individu-individu dalam jumlah besar, dan atau kelompok masyarakat sesuai dengan target yang ingin dicapai, pada kurun waktu tertentu (Rogers&Storey,1987). Dengan mengacu pada definisi tersebut, maka setiap kegiatan komunikasi paling tidak harus mengandung empati, yaitu: (1) kegiatan yang dirancang untuk menghasilkan efek atau dampak tertentu, (2) khalayak sasaran dalam jumlah besar, (3) biasanya terkonsentrasi dalam kurun waktu tertentu, dan (4) Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir.

Menurut pemahaman Rice & Atkin, kampanye komunikasi adalah sebuah karya yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk (meyakinkan) atau menginspirasi sejumlah besar perubahan perilaku khalayak sasaran. Perubahan tersebut biasanya bukan untuk tujuan komersial, tetapi pada waktu-waktu tertentu, termasuk kegiatan komunikasi yang melibatkan media massa dan komunikasi antarpribadi. Secara umum, kampanye komunikasi dilakukan dengan mengkoordinasikan jaringan media dengan kemampuan mengkomunikasikan informasi yang diinginkan oleh pengambil keputusan melalui hubungan antar pribadi dan masyarakat, dan dengan frekuensi yang sering,

pengaruh yang besar dan produk komunikasi yang dikemas, mudah dicerna oleh masyarakat, yang dapat mempengaruhi perubahan sikap masyarakat.

Kampanye komunikasi biasanya dilakukan secara melembaga, Penyelenggara kampanye biasanya bukan perorangan melainkan lembaga atau organisasi. Lembaga tersebut bisa berasal dari kalangan pemerintah, swasta, maupun lembaga swadaya masyarakat. Tidak peduli siapa penyelenggara kampanyenya, harus selalu ada tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Sasaran ini sangat berbeda dan berbeda dari satu organisasi ke organisasi lainnya.

### **Teori *Computer Mediated Communication (CMC)***

Di era teknologi informasi saat ini, metode komunikasi yang kita jalani telah dimediasi oleh Internet, dan berkembang pesat ke arah apa yang disebut *computer-mediated communication (CMC)* atau komunikasi yang dimediasi komputer. Dalam hal ini, *computer-mediated communication (CMC)* dianggap sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari. Komunikasi yang dimediasi komputer adalah istilah yang digunakan untuk berkomunikasi antara dua orang atau lebih yang dapat berinteraksi melalui komputer yang berbeda.

Menurut John December (1997) *Computer Mediated Communication* adalah proses manusia berkomunikasi dengan menggunakan via komputer, dengan melibatkan seseorang, dalam situasi konteks tertentu, dengan terlibat dalam proses untuk membentuk media sebagai tujuan. Hal yang dimaksud di sini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dengan ini dapat diketahui, bahwa yang diperlukan partisipan *CMC* dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen, yaitu komputer dan jaringan internet. Sebenarnya, bukan hanya komputer dan jaringan internet saja, namun dalam komputer tersebut harus terdapat program atau aplikasi tertentu yang memungkinkan komunikator untuk berinteraksi dengan komunikannya. Sebut saja Instant Messenger, pada era globalisasi ini, Instant Messenger sudah semakin mendunia.

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

Analisis jaringan komunikasi (selanjutnya disebut SNA) adalah metode analisis jaringan komunikasi sederhana yang dapat didefinisikan sebagai upaya untuk menggambarkan dan menjelaskan jaringan sosial dan struktur jaringan. Jaringan dapat secara sederhana didefinisikan sebagai sekelompok individu, yang memiliki hubungan dengan individu lain dalam jenis hubungan tertentu. Studi tentang jaringan komunikasi menggambarkan hubungan antar individu (yang bisa berupa orang, institusi, perusahaan, negara, dll.) Dalam struktur sosial tertentu. Ada dua kata kunci utama untuk jaringan komunikasi, yaitu Aktor dan Relasi. Jaringan komunikasi melihat fenomena atau peristiwa dari perspektif mikro (peran) daripada perspektif makro.

Metode analisis jaringan (*network analysis*) bersifat multidisiplin (Vera and Schupp, 2006: 407-408). Sebagaimana telah dijelaskan di depan, perkembangan metode ini banyak disumbang oleh berbagai disiplin ilmu, mulai dari psikologi, sosiologi, antropologi, hingga komunikasi. Metode ini dikenal dengan SNA (*Social Network Analysis*). Untuk bidang komunikasi, metode ini kerap disebut sebagai CAN (*Communication Network Analysis*).

Analisis jaringan komunikasi pada dasarnya adalah penerapan dari analisis jaringan sosial (*Social Network Analysis*) pada bidang komunikasi. Ini mirip dengan metode survei atau eksperimen komunikasi yang merujuk kepada pemakaian metode untuk bidang kajian komunikasi. Dalam studi analisis jaringan, pertanyaan penting adalah siapa aktor (*node*) yang menonjol dan paling menentukan jaringan. Siapa yang menentukan atau menonjol tersebut disebut Sentralitas.

### **Sentralitas Eigenvektor (*Eigenvector Centrality*)**

Sentralitas Eigenvektor bisa melihat seberapa penting orang yang mempunyai jaringan dengan aktor. Seberapa penting ini digambarkan sebagai seberapa banyak jaringan yang dipunyai oleh orang/organisasi/institusi yang mempunyai relasi dengan aktor atau dengan kata lain seberapa populer node yang berjaringan dengan aktor (Eriyanto, 2014). Pada analisis jaringan, proses komunikasi melibatkan relasi daripada atribut. Suatu relasi bukan hanya individu, melainkan karakteristik yang didefinisikan dalam relasi dua orang atau lebih secara bersama-sama. Suatu jaringan komunikasi, dengan demikian adalah struktur yang dibangun atas dasar relasi komunikasi (Monge, 1987: 241).

## **METODELOGI PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang menggunakan paradigma positivis yang berupaya menjelaskan pengetahuan ilmiah dari tiga aspek, yaitu bahasa teoritis, bahasa observasi, dan kaidah-kaidah terkait yang menghubungkan keduanya. Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik pengambilan data pada akun (@aniesbaswedan) yang menjadi aktor utama dengan objek fenomena ajakan “Transisi PSBB” Jakarta di Media Sosial Twitter. Penentuan Centrality populasi dan sample acak pengambilan data dari Netlytic yaitu sebanyak 1000 tweets menggunakan teknik analisis Netlytic dan Gephi

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Fenomena “Transisi PSBB”**

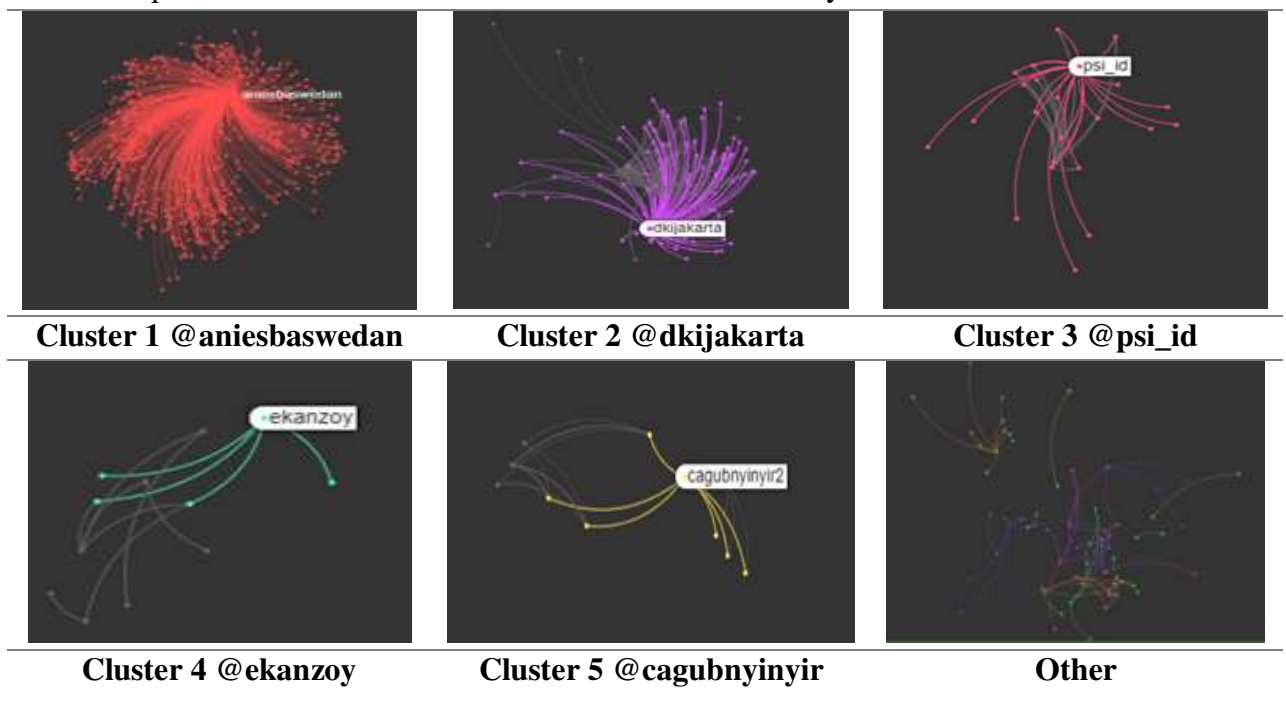
Fenomena “Transisi PSBB” yang mulai viral di jejaring sosial Twitter pada tanggal 4 Juni 2020 dimana pada saat itu merupakan bencana virus Covid-19 di Indonesia, bencana ini dijadikan sebuah konten para user Twitter untuk mengeluarkan informasi dan pendapatnya, diantaranya yaitu untuk mengetahui perkembangan Covid-19, langkah-langkah apa saja yang dilakukan pemerintah demi menangani Covid-19, mencari informasi berapa banyak yang positif dan sembuh dari Covid-19

hingga membuat tautan “Transisi PSBB” hingga tautan tersebut menjadi *Trending Topic* dan terus dibicarakan selama masa pandemi virus Covid-19 di Indonesia berlangsung, tanggal 4 Juni 2020 sampai 14 Juni 2020.

Isu dengan keyword “Transisi PSBB” yang terus ditweetkan oleh pengguna 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 tautan “Transisi PSBB” menjadi sebuah topik hangat yang terus dibicarakan oleh para *user* di Twitter, karena pada pandemi virus Covid-19 isu-isu seperti tautan “Transisi PSBB” dapat menarik perhatian *user* di Twitter.

### Analisis Jaringan Komukasi “Transisi PSBB” dengan model Netlytic dan Gephi

Berdasarkan sumber data, isu “Transisi PSBB” akan dapat dianalisis menggunakan metode Social Network Analysis untuk melihat aktor-aktor yang mendistribusikan informasi melalui Netlytic. Jika dilihat dari banyaknya node dan edge pada gambar di bawah ini ditemukan 5 cluster yang terdapat pada pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” di Twitter melalui Netlytic.



Gambar 2. Pola masing-masing Cluster pada Netlytic.

*Network properties* adalah jaringan nirkabel, jaringan yang menggunakan sinyal radio untuk menghubungkan dua komputer atau lebih, dan cocok untuk berbagi file, printer, atau akses Internet.

Tabel 1. Network Properties by Netlytic.org

Network Properties	
Diameter	10
Density	0.001542

<b>Reciprocity</b>	0.000000
<b>Centralization</b>	0.462400
<b>Modularity</b>	0.384600

Diameter menghitung langkah terpendek antara jarak terjauh antara dua peserta jaringan, netlytic memperoleh hasil diameter dengan keyword “Transisi PSBB” sebanyak 10 diameter. Oleh karena itu, Netlytic telah menemukan bahwa ini adalah jarak terpendek dari satu node ke node lainnya, dengan maksimum 10 edge. Kepadatan adalah rasio obligasi yang ada dengan jumlah total kemungkinan obligasi dalam jaringan, netlytic memperoleh hasil density dengan keyword “Transisi PSBB” senilai 0.001542. Dengan demikian, Netlytic telah memberitahukan bahwa keadaan jaringan tidak banyak. Pada jaringan ini, pengguna yang menggunakan keyword “Transisi PSBB” kurang banyak berinteraksi dan berbicara dengan peserta lainnya.

*Reciprocity* (timbal balik) adalah rasio ikatan komunikasi dua arah (juga disebut "ikatan timbal balik") dengan jumlah total ikatan yang ada, netlytic memperoleh hasil *Reciprocity* dengan keyword “Transisi PSBB” senilai 0.000000 *Reciprocity*. Dengan demikian, Netlytic telah memberitahukan bahwa tingkat timbal balik rendah. Hal tersebut dikarenakan tidak ada *follower* yang saling membalas *tweet follower* lainnya dengan *keyword* “Transisi PSBB”.

Sentralitas mengukur nilai sentralitas rata-rata dari semua node dalam jaringan. Nilai sentralitas jaringan yang mendekati 1 menunjukkan bahwa terdapat beberapa partisipan sentral yang mendominasi arus informasi dalam jaringan. Jaringan dengan tingkat sentralitas rendah mendekati 0. Jaringan dianggap terdesentralisasi, dimana informasi mengalir lebih bebas di antara banyak peserta. Netlytic memperoleh hasil *Centralization* dengan keyword “Transisi PSBB” senilai 0.462400 *Centralization*. Dengan demikian, Netlytic telah memberitahukan bahwa nilai tersebut tergolong rendah karena lebih mendekati angka 0. hal tersebut berarti di dalam network Twitter tidak hanya terdiri dari 1 peserta yang menggunakan keyword “Transisi PSBB” yang mendominasi tautan tersebut.

Modularitas menentukan apakah cluster yang ditemukan mewakili komunitas yang berbeda di jaringan. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa ada perbedaan yang jelas antara komunitas yang diwakili oleh cluster di Netlytic. Nilai modularitas yang rendah, biasanya kurang dari 0,5, menunjukkan bahwa cluster yang ditemukan oleh Netlytic akan lebih banyak tumpang tindih; jaringan lebih cenderung terdiri dari kelompok dominan. Netlytic memperoleh hasil *Centralization* dengan keyword “Transisi PSBB” senilai 0.384600 *Modularity*. Dengan demikian, Netlytic telah memberitahukan bahwa nilai tersebut telah kurang dari angka 0.5. Hal tersebut berarti di dalam network Twitter tidak hanya terdiri dari 1 peserta yang menggunakan keyword “Transisi PSBB”.

### **Analisis Eigenvector Centrality pada Jaringan Komunikasi “Transisi PSBB”**

*Eigenvector centrality* adalah ukuran pentingnya atau nilai node di jejaring sosial. Node ini bertindak sebagai penghubung bagi individu / kelompok lain yang belum pernah berhubungan satu sama lain sebelumnya. Semakin tinggi nilainya (mendekati 1), semakin penting node tersebut.

**Tabel 3: Eigenvector Centrality by Gephi**

Label	Eigenvector Centrality
Aniesbaswedan	1.0
Dkijakarta	0.150748
Bangariza	0.05187
Beritajakarta	0.028648
Psi_id	0.027957

Hasil data table pengukuran yang menunjukkan bahwa tautan dengan keywords “Transisi PSBB” di Twitter memiliki node dengan *eigenvector centrality* tertinggi yaitu aniesbaswedan dengan nilai sempurna (1,0). Dapat disimpulkan bahwa pada data *eigenvector centrality* aniesbaswedan merupakan aktor yang keberadaannya begitu populer sehingga distribusi informasi dengan tautan “Transisi PSBB” di Twitter dapat tersebar melalui Analisis Jaringan Sosial.

Hasil data table pada node dkijakarta pada nilai *eigenvector centrality* hanya mendapatkan nilai sebanyak 0.150748 nilai tersebut tidak mendekati nilai sempurna yaitu 1.0 maka node dkijakarta tidak dapat dianggap sebagai node tertinggi karena kepopuleran node dkijakarta tidak mencapai nilai sempurna. Dapat disimpulkan bahwa pada data *eigenvector centrality* dkijakarta merupakan aktor yang keberadaannya tidak begitu populer dalam pendistribusian informasi dengan tautan “Transisi PSBB” di Twitter melalui Analisis Jaringan Sosial.

Hasil data table pada node bangariza pada nilai *eigenvector centrality* hanya mendapatkan nilai sebanyak 0.05187 nilai tersebut tidak mendekati nilai sempurna yaitu 1.0 maka node bangariza tidak dapat dianggap sebagai node tertinggi karena kepopuleran node bangariza tidak mencapai nilai sempurna. Dapat disimpulkan bahwa pada data *eigenvector centrality* bangariza merupakan aktor yang keberadaannya tidak begitu populer dalam pendistribusian informasi dengan tautan “Transisi PSBB” di Twitter melalui Analisis Jaringan Sosial.

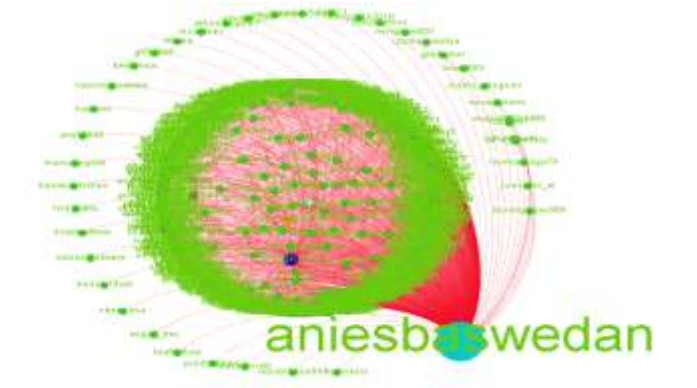
Hasil data table pada node beritajakarta pada nilai *eigenvector centrality* hanya mendapatkan nilai sebanyak 0.028648 nilai tersebut tidak mendekati nilai sempurna yaitu 1.0 maka node beritajakarta tidak dapat dianggap sebagai node tertinggi karena kepopuleran node beritajakarta tidak mencapai nilai sempurna. Dapat disimpulkan bahwa pada data *eigenvector centrality* beritajakarta merupakan aktor yang keberadaannya tidak begitu populer dalam pendistribusian informasi dengan tautan “Transisi PSBB” di Twitter melalui Analisis Jaringan Sosial.

Hasil data table pada node psi\_id pada nilai Eigenvector Centrality hanya mendapatkan nilai sebanyak 0.027957 nilai tersebut tidak mendekati nilai sempurna



yaitu 1.0 maka node *psi\_id* tidak dapat dianggap sebagai node tertinggi karena kepopuleran node *psi\_id* tidak mencapai nilai sempurna. Dapat disimpulkan bahwa pada data Eigenvector Centrality *psi\_id* merupakan aktor yang keberadaannya tidak begitu populer dalam pendistribusian informasi dengan tautan “Transisi PSBB” di Twitter melalui Analisis Jaringan Sosial.

Data table pada aplikasi gephi dalam *eigenvector centrality* peneliti menyimpulkan bahwa node aniesbaswedan merupakan node dengan kepopuleran tertinggi dengan nilai sempurna yaitu 1.0. Hasil menunjukkan bahwa jika nilai pada *eigenvector centrality* mendekati angka 1.0, maka semakin banyak juga kenalan pada node tersebut. Peneliti memfokuskan jaringan yang berwarna hijau yaitu pada akun aniesbaswedan sebagai aktor utama pada penentuan *centrality* dalam *eigenvector centrality* untuk mengetahui pola jaringan nodes pada aniesbaswedan. Berikut adalah hasil pola jaringan yang difokuskan kepada aktor @aniesbaswedan.



**Gambar 3 Pola Jaringan aniesbaswesdan pada Gephi**

Gambar di atas menunjukkan posisi aniesbaswedan yang menjadi Eigenvector centrality terbesar. Dapat dilihat bahwa node aniesbaswedan memiliki kepopuleran yang paling besar sehingga aniesbaswedan ini dapat terhubung oleh nodes lain. Maka aniesbaswedan merupakan aktor penting dalam pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” dalam penentuan *centrality* di Twitter.

Pemanfaatan *new media* dalam hal ini yaitu informasi melalui Twitter dengan mudah dan cepat diakses, akun Twitter aniesbaswedan dapat dengan mudah dan cepat karena Anies Baswedan adalah sebagai Gubernur DKI Jakarta. Dengan banyaknya pengikut tersebut sehingga memudahkan pengikutnya memperoleh sesuatu atau informasi langsung dari sumber informasinya atau anies baswedan.

Dalam mengkampanyekannya mengenai “Transisi PSBB” Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan sangat berpengaruh, karna keberadaan Anies Baswedan dalam mengkampanyekan di Twitter mendapat respon dari *follower* yang mengikuti Anies Baswedan terkait informasi di masa Covid-19 ini terutama mengenai “Transisi PSBB”, beberapa pengikut terus memantau informasi yang di berikan Anies Baswedan di Twitter, dan ada juga yang ikut mendistribusikan kampanye yang diberikan Anies Baswedan mendistribusikan mengenai “Transisi PSBB”

## **Analisis Teori *Computer Mediated Communication* pada Fenomena “Transisi PSBB”**

Internet yang merupakan sebuah jaringan computer yang memungkinkan adanya transfer data atau informasi melalui sebuah bentuk protocol transmisi menurut system pengalamatan global. Pada pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” tentu adanya pendistribusian atau transfer data yang menghasilkan sebuah pola jaringan yang direpresentasikan pada aplikasi Netlytic dan Gephi.

Fenomena layanan ineternet online ini semakin memusatkan perhatian kepada komunikasi bersarana komputer (*Computer Mediated Communication*, CMC) Dalam studi-studi terbaru, para peneliti lebih melihat cara sebuah pesan disampaikan dan diinterpretasikan. Sebagaimana peneliti yang meneliti pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” di Twitter, tentunya konteks ini memunculkan karakteristik yang berbeda dalam berkomunikasi.

Metode untuk mengirimkan informasi yang memisahkan pesan yang panjang kedalam unit-unit kecil yang berukuran tetap. Seperti pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” aktor utama yang terus mengirimkan informasi-informasi melalui postingan, *reply*, *like* atau *retweet*. Hal itu membuat proses pengiriman informasi pada tautan “Transisi PSBB” terus terdistribusi secara cepat di Twitter. Adanya konsep multimedia yang menggabungkan dan menyampaikan informasi dalam bentuk text, audio, grafik, animasi, dan video. Pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” yaitu pada account Twitter @aniesbaswedam yang merupaka pelopor tautan “Transisi PSBB” menggabungkan dan menyampaikan informasinya dengan bentuk multimedia dimana account @aniesbaswedan yang pertama kali mencuitkan tautan “Transisi PSBB” di berbagai media sosial terutama Twitter dan membagikan informasi melalui foto-foto. Hal ini tentu saja dapat menarik perhatian pengguna Twitter lainnya untuk mendistribusikan informasi “Transisi PSBB” di Twitter.

Kegiatan berinteraksi yang dilakukan oleh pengguna komputer yang bisa menanyakan sesuatu pada pengguna lain (mengadakan tanya jawab), kemudian mengambil tindakan respon. Kegiatan interaksi dalam pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” terjadi pada saat account @aniesbaswedan memposting tautan “Transisi PSBB” yang kemudian tautan tersebut mendapati sebuah tanggapan pada fitur reply di Twitter, contohnya seperti pengguna Twitter lainnya yaitu @psi\_id yang turut berinteraksi atau me-reply. Hal ini memungkinkan adanya interaksi seperti tanya jawab melalui pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” sehingga informasi tersebut dapat terdistribusi secara cepat di Twitter.

Informasi berikutnya yang terasosiasi dengan data sebelumnya. Seperti pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” dimana dalam jejring sosial Twitter terdapat fitur untuk membagikan (*share*) yang akan memunculkan sebuah link HTML untuk dapat dibagikan sesuai keinginan para pengguna Twitter. Hal ini tentunya membuat pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” dapat terdistribusi secara luas dan lebih cepat.

Dapat disimpulkan bahwan Pendistribusian Informasi pada tautan “Transisi PSBB” di Twitter dapat dikaitkan dengan Teori *Computer Mediated Communication* karena terdapat banyak keterkaitan di dalamnya dan tentunya pendistribusian informasi pada tautan “Transisi PSBB” dapat terdistribusi secara cepat melalu jejaring sosial Twitter.

### KESIMPULAN DAN SARAN

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 tautan “Transisi PSBB” di Twitter yang menggunakan model Netlytic dan Gephi sebagai berikut: 1) Hasil analisis Netlytic menentukan cluster, Aniesbaswedan dan psi\_id menjadi aktor terkuat dalam mendistribusikan informasi pada jaringan sosial Twitter dengan keyword “Transisi PSBB”; 2) Gephi menemukan aktor dalam eigenvector centrality yaitu aniesbaswedan dengan nilai sempurna (1.0); 3) Kampanye komunikasi aniesbaswedan di Twitter berhasil membuat aktor-aktor yang tidak saling berdekatan atau mengenal menjadi satu jaringan kelompok dalam mendistribusikan kampanye “Transisi PSBB”; 4) CMC sebagai teori dalam fenomena “Transisi PSBB” dapat membuat jaringan saling berinteraksi sangat masif di Twitter.

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.

### REFERENSI

- Anang sugeng cahyono.2016. Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Cheliotis, D. 2010. *Social Network Analysis (SNA)*. Singapore: Communications and New Media, National University of Singapore.

December, John. 1997. *Special Focus: What is CMC, Notes on Defining of Computer-Mediated Communication*.

Dhelitty Finaliyani Putri, 2018. Analisis Jaringan Komunikasi pada Level Aktor Dalam Jaringan Komite Pengusaha Alas Kaki Kota Mojokerto (KOMPAK).

Eriyanto. 2014. *Analisis Jaringan Komunikasi: Strategi Baru Dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.

Fisher,A.(2012). *Berpikir Kritis Sebuah Pengantar*. PT Gelora Aksara Pratama.

Fauziahardiyan.(2009). *Komunikasi dan Media Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Husein Umar. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis dan Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

McQuail, Dennis.2011. *Teori Komunikasi massa*. Jakarta: Salemba.

Nia Nur Aoriliani, 2015. Pengaruh penggunaan media Twitter @infobdg terhadap pengurangan ketidakpastian informasi

Rhiki Pratama, Mohammad Iqbal, 2018. Analisis Pemetaan Jejaring Stakeholde Pariwisata di Kota Batu Dengan Menggunakan Metode Social Network Analysis.

Subana,dkk. (2000). *Statistik Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.

Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.

Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwito Pomalingo, Bambang Sugiantoro, Yudi Prayudi. Data Visualisasi Sebagai Pendukung Investigasi Media Sosial.

Venus,Antar.2012. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekata Media.

<http://kependudukancapil.jakarta.go.id/pages/?page=fullpage>

<https://covid19.go.id/>

<https://corona.jakarta.go.id/id>

<https://grafis.tempo.co/read/2093/protokol-psbb-masa-transisi-di-dki-jakara-ada-rem-darurat>

<https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/05/140948065/simak-protokol-lengkap-selama-masa-transisi-psbb-jakarta?page=all>

<https://megapolitan.kompas.com/read/2020/06/14/17462841/10-hari-psbb-transisi-ada-1263-kasus-baru-covid-19-di-jakarta?page=all>