WARTA

Vol. 5 (01), 2022, 22-34
E-ISSN 2686-0724
P-ISSN 0853-3370

IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA

Analisis Jaringan Komunikasi pada Tagar #KPKEndGame di Media Sosial Twitter

http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v5i1.156

Aditya Ilham Priambodo[1*], Irwan Dwi Arianto[1]
[1]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya, Surabaya 60294 - Indonesia
[*]e-mail Korespondensi: aditilhamp11@gmail.com

Submitted: 11/02/2022, **Revised**: 19/05/2022, **Accepted**: 09/06/2022
Accredited by Kemristekdikti No. 30/E/KPT/2019

Abstract
The issue of the KPK's National Insight Test (TWK) is a topic that is being discussed by the general public. On Twitter, the hashtag #KPKEndGame appeared to be a trending topic for a certain period of time. The emergence of the hashtag #KPKEndGame as a trend opened a discussion group for the general public to interact and express their opinions regarding the TWK issue. The interactions that occur form a communication network. This study aims to map the communication network of the KPK TWK issue using the keyword #KPKEndGame based on Eriyanto's communication network analysis and further explored with the level of analysis from Suratnoadji & Arianto, which is content level, behavior level, and network level. This study found that the keyword #KPKEndGame was widely used from May 28, 2021 and continued to peak on May 29 to 30, 2021. There are 8,255 vertices and 18,214 relations consisting of 5,338 edges and 12,876 unique edges. Five main clusters were formed with each influencer and a sixth cluster that did not have an influencer. The main actor in the #KPKEndGame network is the @kpk_endgame account. As the main actor, @kpk_endgame give an effective role in conveying and controlling the spread of messages and information in the network so that it can determine the direction of public opinion regarding this issue which is dominated by negative sentiment.
Keywords: communication network analysis; #KPKEndGame; social media; Twitter; *big data*

Abstrak
Isu Tes Wawasan Kebangsaan (TWK) KPK menjadi topik yang ramai dibicarakan khalayak umum. Pada media sosial Twitter muncul tagar #KPKEndGame yang menjadi *trending topic* pada periode waktu tertentu. Munculnya tagar #KPKEndGame sebagai *trending* membuka ruang diskusi bagi khalayak umum untuk berinteraksi serta menyuarakan opini-opininya terkait isu TWK. Interaksi yang terjadi tersebut membentuk sebuah jaringan komunikasi. Penelitian ini bertujuan memetakan jaringan komunikasi dari isu TWK KPK dengan menggunakan kata kunci #KPKEndGame berlandaskan analisis jaringan komunikasi Eriyanto dan didalami lebih lanjut dengan level analisis dari Suratnoadji & Arianto yaitu level konten, level perilaku, serta level jaringan. Penelitian ini menemukan, kata kunci #KPKEndGame banyak digunakan mulai 28 Mei 2021 dan terus memuncak pada 29 hingga 30 Mei 2021. Terdapat 8.255 *vertices* serta 18.214 relasi yang terdiri dari 5.338 *edges* dan 12.876 *unique edges*. Terbentuk lima *cluster* utama dengan masing-masing *influencer* dan *cluster* keenam yang tidak memiliki *influencer*. Aktor utama dalam jaringan #KPKEndGame adalah akun @kpk_endgame. Sebagai aktor utama, @kpk_endgame dapat berperan secara efektif dalam menyampaikan serta mengontrol persebaran pesan dan informasi dalam jaringan sehingga dapat menentukan arah opini masyarakat terkait isu ini yang didominasi dengan sentimen negatif.
Kata Kunci: analisis jaringan komunikasi; #KPKEndGame; media social; Twitter; *big data*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi selama ini berkembang hingga pada tahap pengolahan, pengambilan, penyusunan, manipulasi, penyimpanan, dan pengolahan data yang dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk memperoleh informasi terkini, faktual, dan aktual serta relevan pada masa kini dalam berbagai bidang seperti bisnis, politik atau bahkan keperluan pribadi sekalipun. Teknologi informasi dapat dioperasikan pada banyak perangkat, namun pada awalnya hanya dapat dioperasikan melalui satu komputer dengan komputer lain selama ada jaringan yang menghubungkan perangkat ini (Wardiana, 2005). Bentuk perkembangan teknologi informasi ini menciptakan jaringan global yang luas yang disebut Internet. Diluncurkan sebagai ARPANET pada 1969, jaringan ini digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan intelijen militer AS (Hauben, 2010).

Sejauh ini dapat disimpulkan, penggunaan internet telah mencapai mayoritas penduduk Indonesia. Menurut Laporan Digital Indonesia (We Are Social), pada Januari 2021, pengguna internet Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk Indonesia atau 202,6 juta. Salah satu bentuk pemanfaatan internet oleh masyarakat adalah media sosial. Berbagai jenis media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter merupakan bentuk media di Internet yang dapat memfasilitasi interaksi antar manusia. Tingkat penetrasi pengguna aktif media sosial mencapai sekitar 84% dari seluruh pengguna internet Indonesia atau 170 juta (datareportal.com).

Dengan penggunaan Internet ini, terdapat banyak kumpulan data yang kompleks dan besar yang bahkan tidak memungkinkan untuk menggunakan alat manajemen data umum atau aplikasi tradisional. Istilah untuk data yang kompleks dan dalam jumlah besar sering disebut *big data*. Gartner IT Glossary mengatakan, *big data* adalah "*high volume, high velocity and/or high-variety information assets that demand cost-effective, innovative forms of information processing that enable enhanced insight, decision making, and process automation*". Singkatnya, ada tiga aspek utama yang menjadi ciri *big data* yaitu informasi dengan tingkat *volume, velocity, variety* yang tinggi atau dapat disebut menjadi 3V. Kecepatan data yang diproses, dan keseimbangan antara kecepatan pemrosesan dan peningkatan jumlah data, termasuk dalam aspek *velocity*. Sedangkan berbagai jenis sumber data yang diambil dari *database* terstruktur atau tidak terstruktur mengacu pada karakteristik aspek *variety* atau keanekagaraman (Maryanto, 2017).

Penerapan *big data* memungkinkan untuk mengambil dan mengakses data besar dari banyak sumber di Internet, termasuk media sosial. Dengan tingkat kompleksitas, keragaman, dan pertumbuhan yang cepat dari data yang ada, *big data* dapat digunakan untuk mengambil keputusan pada miliaran *byte* data di *platform* media sosial seperti Facebook, Instagram, Flickr, dan Twitter. Tersedia data untuk digunakan oleh mereka yang bisa. Jumlah pengguna media sosial (Sirait, 2016) di Indonesia berdasarkan data yang diberikan oleh Hootsuite (We Are Social) mencapai sekitar 84% dari total 202,6 juta pengguna Internet. Ini menunjukkan superioritas pengguna media sosial meningkat.

Karena jumlah pengguna Twitter yang besar, Twitter menjadi salah satu media sosial yang sering menjadi ruang diskusi bagi khalayak umum. Fatanti (2014) mengatakan, Twitter dapat menciptakan ruang untuk penyebaran aktivitas politik, dan penyebaran informasi dapat menjadi salah satu penentu pandangan politisi tersebut. Salah satu aspek yang berdampak besar pada kemenangan Barack Obama adalah, dengan menggunakan Twitter, dia bisa mendapatkan dukungan, sumbangan, donasi, dan bentuk dukungan lainnya (Fatanti, 2014).

Beberapa waktu lalu, terdapat isu yang jadi perbicangan hangat di masyarakat yaitu mengenai Tes Wawasan Kebangsaan pegawai Komisi Pembarantasn Korupsi (TWK KPK). Salah satu bentuk perbicangan khalayak di media sosial Twitter tentang isu TWK KPK itu adalah munculnya tagar #KPEndGame, dan menjadi *trending topic* di media sosial twitter pada 29 Mei 2021.

Berdasarkan fenomena munculnya tagar #KPKEndGame, peneliti tertarik untuk meneliti topik yang hangat dibicarakan di media sosial Twitter tersebut. Twitter dipilih sebagai *platform* untuk memahami masalah karena memiliki fitur pendukung seperti kata kunci, topik tren, dan tagar.

Penelitian ini menggunakan hashtag #KPKEndGame sebagai kata kunci. Tagar #KPKEndGame muncul sebelum film dirilis, oleh karena itu peneliti menggunakan tagar sebagai kata kunci penelitian. Riset mengumpulkan data hashtag #KPEndGame pada 26 Mei 2021 hingga tanggal rilis *The Endgame* di *Watchdoc Documentary*, 5 Juni 2021. Studi ini juga menemukan aktor-aktor yang memainkan peran kunci di Twitter dengan menggunakan tagar #KPKEndGame, pembentukan kelompok dan distribusi dan klasifikasinya, dan penerbitan Tes Wawasan Nasional untuk pegawai KPK.

KERANGKA TEORI

Bidang komunikasi yang berkembang dengan sangat cepat dapat disebut juga dengan revolusi komunikasi. Perubahan dan perkembangan yang pesat tersebut didukung oleh berbagai penemuan yang menawarkan peluang besar untuk memperlancar kegiatan komunikasi (Zamroni, 2009). Karena perkembangan yang pesat ini, bidang teknologi komunikasi mendapat banyak perhatian dari para ahli, diantaranya Everett M. Rogers (1986) menjelaskan, teknologi komunikasi merupakan suatu peralatan dalam struktur organisasi yang mempunyai nilai sosial peralatan terebut memudahkan antarsesama individu-individu dalam struktur sosial untuk saling mengumpulkan, memproses, dan bertukar informasi dalam bentuk pesan. Dalam buku *Communication Technology* karya Everett M. Rogers, zaman teknologi komunikasi dibagi menjadi empat bagian: zaman menulis, zaman percetakan, zaman komunikasi, dan zaman komunikasi dua arah atau komunikasi interaktif (Kurmia, 2005).

Rogers juga menambahkan, teknologi komunikasi memiliki beberapa karakteristik: *Pertama*, teknologi komunikasi berkaitan dengan peralatan atau perangkat. *Kedua*, teknologi komunikasi muncul sebagai struktur ekonomi, sosial dan politik yang didefinisikan. *Ketiga*, teknologi komunikasi mengambil nilai tertentu dari kerangka poin *kedua*. *Keempat*, teknologi komunikasi berkaitan dengan perangkat keras komunikasi. Buah dari perkembangan teknologi tersebut adalah *new media*. Media baru tersebut merujuka kepada konvergensi dari proses produksi, distribusi, dan konsumsi media. Proses-proses tersebut tidak terlepas dari istilah seperti *digitality, interactivity, hypertextuality, dispersal,* dan *virtuality*. Dalam konsep *digitality* semmua proses media diubah dan disimpan menjadi bilangan sehingga memiliki *output* dalam bentuk data *digital*. Konsep *interactivity* merujuk kepada konsep timbal balik atau *feedback* antara *user* dan penyedia konten media. Sedangkan konsep *dispersal* mengarah kepada proses produksi dan distribusi media menjadi tidak sentral serta dapat dilakukan berdasarkan keaktifan individu (Lister, 2003).

Manusia sebagai makhluk sosial jelas tidak akan lepas dari interaksinya. Orang-orang yang berinteraksi bertindak sebagai aktor, membentuk jaringan dengan membentuk hubungan dengan aktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa pertukaran informasi antarmanusia untuk membentuk suatu interaksi merupakan inti dari komunikasi manusia (Hapsari, 2016). Newman et al. (2006) dalam bukunya *"The Structure and Dynamics of Networks*" berpendapat, terdapat koneksi antarperangkat yang disebut *vertex* atau *node* dan saling berhubungan dengan membentuk *edge* atau *link*, dan kesatuan perangkat tersebut disebut jaringan atau *network*. Scott (2000) berpendapat, jaringan sosial adalah sekelompok orang atau kumpulan orang di mana berbagai bentuk kontak dan interaksi terjadi.

Wellman (1983) menjelaskan melalui Ritzer & Goodman (2003), teori jaringan mempelajari kumpulan individu atau kelompok yang bertindak dalam suatu komunitas. Untuk alasan ini, teori jaringan memberikan istilah "aktor" untuk individu dan kelompok. Teori jaringan berfokus pada berbagai bidang, dari struktur terkecil hingga yang paling kompleks. Ritzer dan Goodman (2003) menambahkan, ada beberapa prinsip dalam teori jaringan: *Pertama*, hubungan antarpartisipan cenderung simetris dalam jumlah pesan dan kekuatan pertukaran pesan. *Kedua*, harus memiliki konteks yang luas dalam menganalisis ikatan antar individu. *Ketiga*, ikatan sosial yang terstruktur memunculkan bermacam jenis jaringan statis. *Keempat*, kelompok jaringan menjadi sebab dari timbulnya hubungan silang antara kelompok jaringan ataupun antar individu. *Kelima*, ikatan yang tidak simetris dalam jaringan dapat menimbulkan distribusi sumber daya yang tidak merata. *Keenam*, distribusi sumber daya yang tidak merata menyebabkan munculnya kerjasama maupun kompetisi.

Pada masa yang maju kini, interaksi antara individu bisa terjadi melalui *platform* mana saja. Salah satu *platform* yang menjadi wadah bagi manusia dalam berinteraksi adalah media sosial. Media sosial terus berkembang dan selalu mendapat *update* yang *linear* dengan pertumbuhan teknologi dan kemudahan dalam mengakses informasi (Susanto, 2017). Dalam penerapan kegiatan interaksi manusia, media sosial memiliki kekuatan lebih dalam membentuk opini, sikap, dan perilaku masyarakat. Hal tersebut membuat media sosial menjadi salah satu perwujudan dari jaringan sosial (Ardianto, 2011).

Media sosial adalah hasil dari konvergensi komunikasi antarpersonal yang memungkinkan individu-individu menemukan cara baru dalam berbagi dalam ruang publik yang inklusif. Secara pemaknaannya, media sosial merupakan *medium* yang mempunyai fasilitas untuk melakukan kegiatan sosial bagi seorang pengguna serta wadah untuk menyatakan eksistensi agar seseorang dapat diakui oleh pengguna lain. Di sisi lain, arti harfiah dari media sosial adalah perangkat lunak (*software*) yang dapat digunakan untuk berbagi informasi atau konten-konten yang dihasilkan oleh pengguna media sosial tersebut secara mandiri (Nasrullah, 2015).

Media sosial sebagai wujud dari kemajuan teknologi komunikasi, memiliki karakteristik yang hampir sama dengan media siber. *Pertama,* adanya jaringan sebagai penghubung dari perangkat satu dengan perangkat lainnya yang disebut sebagai koneksi. Koneksi tersebut yang menjadi dasar dari terbentuknya jaringan komunikasi. *Kedua,* terdapat persebaran informasi sehingga tercipta interaksi antara pengguna dan dapat dijadikan sebagai media ekspresi diri. *Ketiga,* informai dapat diarsipkan atau tersimpan sehingga dapat diakses kembali kapapun oleh siapapun. *Keempat,* ada interaksi antara pengguna hingga terbentuknya jaringan komunikasi. *Kelima,* media sosial adalah simulasi kegiatan sosial manusia dalam dunia *virtual* yang memiliki pola unik dan tidak dapat ditemui dalam tatanan sosial sesungguhnya. *Keenam,* unggahan-unggahan yang terdapat pada media sosial merupakan bentuk dari budaya media baru yang memuat hasil dari pengguna secara mandiri dan lugas (Nasrullah, 2015).

Hingga masa kini terdapat banyak macam dari media sosial, salah satunya adalah twitter. Media sosial twitter menyediakan wadah bagi orang-orang untuk saling bertukan ide, pandangan, dan informasi. Pada dasarnya, twitter merupakan media *microblogging* yang berdiri berlandaskan prinsip pembicaraan yang sehat, transparan, berterus terang, cepat, gratis, menyenangkan, dapat diandalkan, kredibel, bertujuan pada hal yang sama. Twitter juga memiliki berbagai fitur-fitur yang memudahkan penggunanya dalam berinteraksi satu dengan yang lainnya. Beberapa fitur ini nantinya yang akan membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.

Adanya media sosial dan dengan pesatnya kemajuan teknologi komunikasi hingga kini, dapat dimanfaatkan sebagai media dalam menganalisis jaringan sosial. Secara garis besar, jaringan sosial adalah perangkat-perangkat yang menyambungkan sekelompok orang secara khusus dan spesifik sehingga terbentuk sebuah hubungan (relasi). Relasi ini berperan sebagai alat untuk memperjelas seseorang dalam melakukan tindakan-tidakan sosialnya. Jaringan sosial memiliki struktur yang kompleks dan saling tumpang tindih. Karena tingginya tingkat kompleksitas tersebut, jaringan sosial dibagi menjadi dua jenis, yaitu *Jaringan Sosial Menyeluruh* yang terbentuk dari keseluruhan tindakan serta bidang dalam kehidupan individu-individu dalam jaringannya. Dan juga *Jaringan Sosial Parsial* yang mengkategorikan dan membatasi tindakan sosial individu berdasarkan bidang-bidang tertentu seperti ekonomi, keagamaan, politik, dan sebagainya (Nur, 2016).

Analisis jejaring sosial ini, jika mengutamakan aspek analisis interaksi dan relasi antara individunya, menjadi konsep dasar dari analisis jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi adalah saluran yang menghubungkan individu yang satu dengan individu lainnya dalam penyampaian pesan dan informasi. Proses penyampaian pesan dan informasi dalam jaringan komunikasi bersifa dua arah dan memiliki beberap karakteristik, seperti. *Pertama,* kedudukan individu satu dengan lainnya bersifat setara. *Kedua,* selama proses komunikasi tersebut berjalan, terdapat umpan balik diantara individu. *Ketiga,* timbal balik dari interaksi tersebut juga berupa pesan. *Keempat,* karena masing-masing individu memiliki persepsi yang berbeda, interaksi yang terjadi menjadi kompleks. Proses komunikasi dapat dikatakan berhasil jika komunikator dan komunikan memiliki pemahaman yang sama diantara pesan-pesan dan informasi yang disampaikan dengan persepsi berbeda tersebut (Mulyana, 2003).

Eriyanto (2014) memaparkan bahwa jaringan komunikasi menjelaskan konsep-konsep jaringan, keterhubungan atau relasi, *homofili*, *dyad*, dan kebersamaan serta keseimbangan. Jaringan komunikasi adalah sebuah metode dalam menemukan struktur komunikasi, popularitas aktor, dan jumlah kelompok dalam suatu jaringan. Dalam pelaksaan metode analisis jaringan komunikasi ini, konsep dasar yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

Vertex dan *Edges*: *Vertex, vertices, nodes,* merupakan istilah bagi aktor-aktor yang ada dalam suatu jaringan komunikasi. Aktor-aktor ini bisa berupa individu, organisasi, kelompok maupun institusi. Dalam berinteraksi, aktor-aktor tersebut menciptakan relasi yang umum disebut *edges*. Aktor yang tidak memiliki *edges* berarti tidak memiliki relasi dengan aktor lainnya.

Tipe Relasi: Terdapat banyak macam tipe relasi dalam jaringan komunikasi, Namun secara umum terdapat empat tipe yaitu: *One mode*, yang berarti aktor utama bagi suatu jarigan komunikasi adalah aktor yang sama. *Directed,* yang memiliki hubungan jelas dan bertujuan antara aktor satu dengan lainnya. *Simetris*, yang merupakan tipe relasi yang aktornya memiliki hubungan searah. *Valued*, relasi dengan nilai intensitas tinggi. Keempat tipe tersebut memiliki kebalikannya masing-masing seperti: *Two mode*, yang berarti aktor-aktor utama dalam jaringan merupakan aktor yang berbeda. *Undirected*, tidak memiliki tujuan jelas dalam pengiriman pesan. *Asimetris*, hubungan terjadi dua arah dan ada timbal balik. *Unvalued*, yang berarti relasi dalam jaringan tersebut memiliki intensitas rendah atau bahkan tidak sama sekali.

Struktur jarring: Struktur jaringan dipersepsikan sebagai jaringan komunikasi yang terdiri dari beberapa elemen yang saling berhubungan, seperti: *Komponen,* yang merupakan aktor-aktor yang memiliki sedikitnya satu ikatan dengan aktor lainnya dalam jaringan. *Click,* aktor-aktor dengan ikatan relasi yang lebih lengkap, maksimal, serta ketat. *Bridges,* jembatan dalam jaringan komunikasi merupakan ikatan-ikatan atau *edges* yang berfungsi sebagai penghubung antara satu aktor dengan aktor lainnya dalam jaringan. *Hubs,* aktor terpopuler dalam suatu pengelompokan di jaringan komunikasi. *Cutpoint,* aktor-aktor yang mempersatukan kelompok-kelompok dalam jaringan komunikasi. *Pemencil,* aktor-aktor yang tidak memiliki relasi sama sekali dalam jaringan komunikasi.

Aliran Jaringan: Konsep aliran jaringan komunikasi terbagi menjadi tiga bentuk antara lain. *Path* yang merupakan jalur penguhubung antar aktor tanpa ada pengulangan pada aktor yang sama. *Trail* atau jejak yang dilalui aktor untuk saling berhubungan dan menghindari relasi-relasi yang berulang atau sama. Jalan yang bisa dilewati tanpa Batasan oleh semua aktor atau bisa disebut *Walk*.

Level Analisis: Analisis jaringan komunikasi memiliki landasan dalam penerapan operasionalnya. Landasan tersebut merupakan analisis aktor, analisis kelompok, dan analisis sitem. Namun untuk lebih memperdalam tingkat analisis ini, peneliti juga menambahkan level analisis lanjutan menurut (Suratnoadji & Arianto, 2021) yang menjelaskan, terdapat tiga level analisis, yaitu:

Pertama, Level Konten yang terdiri dari tiga aspek utama, diantaranya *Reach* yang mengukur jangkauan persebaran informasi dan pesan di media sosial terhadap audiens. Sebagai contoh, jumlah pengikut atau *views* dari aktor dan konten yang dimuatnya menentukan seberapa besar persebaran informasi dalam konten tersebut. *Engagement* yang diartikan sebagai komunikasi yang bersifat interaksional serta diukur berdasarkan aspek-aspek lanjutan seperti pembicaraan*,* usaha menyebarkan pesan*,* dan respon dari audiens. *Virality,* mengukur keberhasilan dari disampaikannya sebuah pesan dari topik atau isu tertentu dan cenderung dikelompokkan menggunakan tagar.

Kedua, Level Perilaku, pada level analisis ini dikaji pemahaman arah opini (*sentiment*) dari audiens dalam jaringan komunikasi. Arah opini memiliki tiga indikator utama, positif, netral, dan negatif serta juga ada parameter lanjutan seperti ekspresi-ekspresi yang diungkapkan audiens dalam merespon sebuah isu atau topik.

Ketiga, Level Analisis Jaringan yang mengkaji seberapa besar keberhasilan seorang aktor dalam mempengaruhi (*influence*) berdasarkan jaringan yang dimiliki di media sosial.

Dalam jaringan komunikasi, aktor-aktor memiliki peran dalam mempengaruhi audiens secara masif. Berdasarkan konteks komunikasi politik, aktor-aktor yang memiliki *influence* besar tersebut memiliki peran sebagai komunikator politik. Komunikator politik sendiri pada dasarnya adalah individu atau lembaga yang menyampaikan pesan dan informasi bermuatan politik terhadap komunikan baik kepada satu pihak maupun khalayak umum secara formal maupun informal.

Dalam penyampaiannya tujuan utama dari pesan-pesan politik adalah menciptakan kesepahaman atau *mutuan understanding* kepada khalayak umum atau audiens yang menjadi target penyampaian (Heryanto & Rumaru, 2013). Selanjutnya Heryanto & Rumaru (2013) menjelaskan, setelah menerima pesan tersebut, akan muncul respon-respon dari audiens yang dibangun melalui interpretasi pribadi masing-masing sehingga audiens dapat membentuk sebuah citra. Melalui respon-respon yang tersebut juga dapat muncul opini dari audiens. Opini publik tersebut merupakan respon dari naiknya suatu isu politik yang akan menentukan arah sentimen masyarakat terhadap isu politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif memiliki fungsi untuk menjelaskan dan menggambarkan objek penelitian melalui data atau sampel yang sudah terkumpul (Sugiyono, 2011). Dalam analisis jaringan komunikasi, penelitian deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan secara mendalam dari struktur jaringan, menunjukan posisi aktor, serta peran dari aktor-aktor dalam jaringan tersebut.

Variabel dalam penelitian ini adalah unggahan-unggahan yang berisi konten terkait isu TWK pegawai KPK di media sosial twitter dengan tagar #KPKEndGame sebagai kata kuncinya. Objek dari penelitian ini adalah *vertices* serta relasi atau *edges* yang terbentuk berdasarkan unggahan-unggahan di media sosial twitter yang berkaitan dengan kata kunci tagar #KPKEndGame. Sampel dan populasi dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan batasan waktu atau event-based yang berlandaskan keterlibatan *vertices* sebagai aktor pada fenomena tertentu (Eriyanto, 2014). Berdasarkan pernyataan

tentang penentuan *event-based* tersebut, ditentukan *vertices, edges*, serta unggahan-unggahan yang diperoleh mulai tanggal 26 Mei hingga 05 Juni 2021.

Dalam pengumpulan data, digunakan teknik *purposive* yang berarti digunakan pertimbangan tertentu dan tertuju dalam menentukan data-data yang diperlukan peneliti (Sugiyono, 2011). Teknik *purposive* digunakan untuk mengerucutkan penarikan sampel sesuai kriteria, yaitu data yang diperoleh melalui kata kunci #KPKEndGame. Dalam upaya memperoleh data yang dibutuhkan, analisis jaringan komunikasi memanfaatkan data-data elektronik yang bisa didapatkan dari bermacam media sosial, salah satunya adalah media sosial Twitter. Dalam mengumpulkan data, digunakan arsip atau dokumen dari data-data elektronik yang terdapat pada media sosial Twitter. Berbagai macam arsip dan dokumen yang terdapat aktor baik individu maupun lembaga serta terdapat relasi yang terjalin antara aktor-aktor tersebut, maka arsip dan dokumen tersebut dapat dianalisa menggunakan analisis jaringan komunikasi.

Dalam penerapannya, untuk memperoleh arsip dan dokumen dari data-data tersebut, peneliti memanfaatkan fitur-fitur perangkat lunak salah satunya adalah fitur import data dari *software* NodeXL. NodeXL pada dasarnya adalah alat untuk menambahkan grafik jaringan pada perangkat lunak Excel, dengan tujuan memudahkan penerapan analisis jaringan (Smith et al., 2009). Pembentukan struktur jaringan serta penggambaran grafik dari kata kunci #KPKEndGame menggunakan *software* NodeXL. Selanjutnya peneliti menganalisis secara lebih mendalam dengan cara mendeskripsikan dan mengkaji struktur jaringan #KPKEndGame pada tanggal yang sudah ditentukan sesuai dengan landasan level analisis jaringan komunikasi yaitu, level konten, level perilaku, dan level jaringan.

HASIL PENELITIAN

Pendapat masyarakat terhadap suatu isu atau fenomena dapat diperoleh melalui metode pengukuran opini publik (Suratnoadji & Arianto, 2021). Naikya isu TWK pegawai KPK memunculkan bermacam-macam respon dari masyarakat. Dalam penyampaian respon dan aspirasinya, masyarakat menggunakan banyak *platform* dan media, salah satunya di media sosial Twitter. Pada 29 Mei 2021 tagar #KPKEndGame naik menjadi *trending topic*. Naiknya tagar tersebut dipicu oleh pembicaraan khalayak umum terkait isu tes wawasan kebangsaan KPK yang dikelompokkan dalam tagar #KPKEndGame. Pembicaraan-pembicaraan dalam tagar #KPKEndGame tersebut yang menjadi basis data dari penelitian ini.

Meneliti menggunakan metode ini memiliki tantangan tersendiri. Dalam pelaksanannya, peneliti diharuskan untuk mengunduh data dari media sosial berdasarkan kata kunci yang sudah ditentukan. Penentuan kata kunci ditujukan agar data yang terunduh tidak menyebar luas dan tetap sesuai dengan topik penelitian. Peneliti menggunakan perangkat NodeXL untuk mengunduh data melalui Import from Twitter Search Network dalam kurun waktu mulai dari viral dan trending tagar #KPKEndGame hingga tanggal perilisan film *The Endgame*, yaitu 26 Mei hingga 05 Juni 2021.

Data yang terunduh melalui metode tersebut, terdapat 8.255 pengguna membicarakan tagar #KPKEndGame. Hal ini menunjukan bahwa tagar yang muncul berdasarkan isu tes wawasan kebangsaan KPK ini menjadi pembicaraan hangat di masyarakat pada periode waktu tersebut. Naiknya gejolak masyarakat terhadap isu panas tes wawasan kebangsaan KPK, juga membuat tagar #KPKEndGame menjadi *trending* di media sosial twitter pada tanggal 29 Mei 2021. Dari 8.255 pengguna *(vertices)* yang membicarakan tagar #KPKEndGame terbentuk jaringan komunikasi sebanyak 18.214 hubungan atau *edges* dengan rincian 5338 merupakan *edges* yang bersifat duplikasi atau saling mengirim pesan kepada diri sendiri dan 12.876 merupakan hubungan unik.

Gambar di bawah ini menunjukkan jumlah pengguna twitter yang membicarakan #KPKEndGame pada periode waktu tertentu.

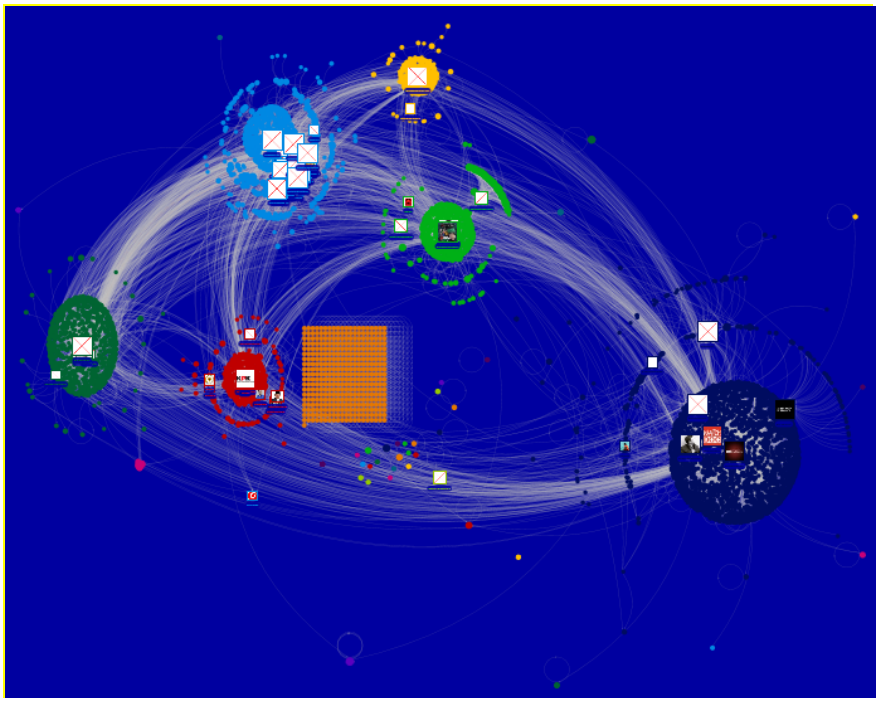
Tabel 1. Jumlah data twitter dalam topik #KPKEndGame

Vertices	8255
Edges	5338
Unique Edges	12876

Setelah mengunduh dan mendapatkan data, peneliti melakukan kalkulasi *metrics* serta melanjutkan ke tahap visualisasi. Dalam visualisasi struktur jaringan, peneliti menggunakan algoritma

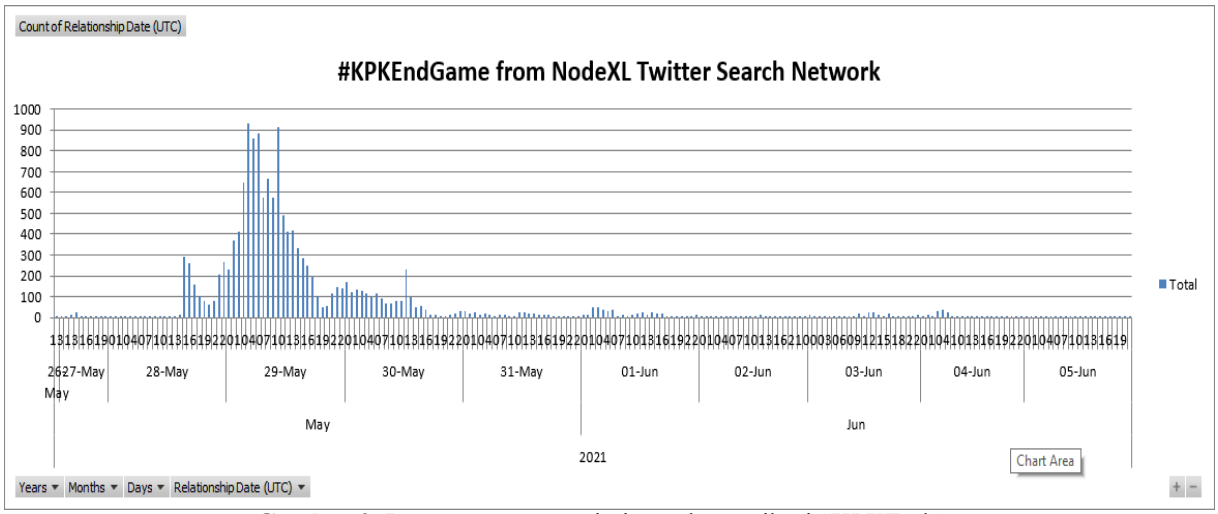
Harel-Koren Fast Multiscale guna menemukan aktor dengan nilai *centrality* tertinggi (*degree*) dan juga aktor yang menjadi perantara (*betweenness*) bagi aktor-aktor lainnya dalam berinteraksi dengan tipe relasi yang terarah atau *directed*.

Penerapan algoritma ini dirasa paling sesuai karena dapat menemukan aktor-aktor dengan sentralitas tinggi serta menjadi *path* bagi aktor-aktor lainnya dalam interaksi yang bersifat *directed* atau terarah (Hoffmann et al., 2016). Setelah melakukan *metrics* dan kalkulasi visual berdasarkan algotima yang dipilih, berikut adalah data visualisasi dari jaringan komunikasi #KPKEndGame.



Gambar 1. Visualisasi jaringan komunikasi #KPKEndGame

Selanjutnya berdasarkan data *time series* pembicaraan pada tagar #KPKEndGame mencapai puncak tertingginya pada tanggal 29 Mei 2021. Melonjaknya pembicaraan ini dipicu oleh salah satu tweet dari akun @kpk_endgame yang bermuatan “Daftarkan komunitasmu pada musim nobar "The EndGame" awal Juni 2021. #KPKEndGame https://t.co/u7GMvZQ5y8” dan menimbulkan banyak respon-respon dari audiens. Pembicaraan mengenai isu utama berlanjut hingga pada tanggal 30 Mei 2021, setelah dipicu oleh tweet sebelumnya, muncul aktor-aktor besar lainnya yang memiliki *influence* besar dalam mempengaruhi khalyak dalam menaikkan isu dan pembahasan tes wawasan kebangsaan KPK dalam tagar #KPKEndGame. Aktor-aktor tersebut terdapat pada jajaran *top influencers*.



Gambar 2. Dataset *time series* jaringan komunikasi #KPKEndGame.

Level Analisis Konten

Level analisis konten memiliki tiga aspek analisis yaitu *reach, engagement,* dan *virality*. Aktor-aktor serta unggahan yang akan dianalisis dalam level analisis ini adalah yang menduduki jajaran *top influencers* yang terdapat pada *sheet* Top Network Items dan Vertices. Dalam aspek ***Reach*** yang mengukur jangkauan aktor kepada khalayak dalam menyebarkan pesan, dapat dilihat melalui jumlah pengikut dan sebaran informasi dari jaringan yang dimilikinya. Eriyanto (2014) juga menjelaskan bahwa aktor bisa menjadi *top influencer* berdasarkan kemampuannya menjadi perantara bagi banyak aktor. Peran sebagai perantara ini dapat diperhatikan melalui nilai *betweenness centrality* seorang aktor.

Tabel 2. Top influencers dalam jaringan komunikasi #KPKEndGame

Vertices	*Betweenness Centrality*
@kpk_endgame	46.012.673,080
@edimahamg	9328310,115
@acehselatansatu	8527470,252

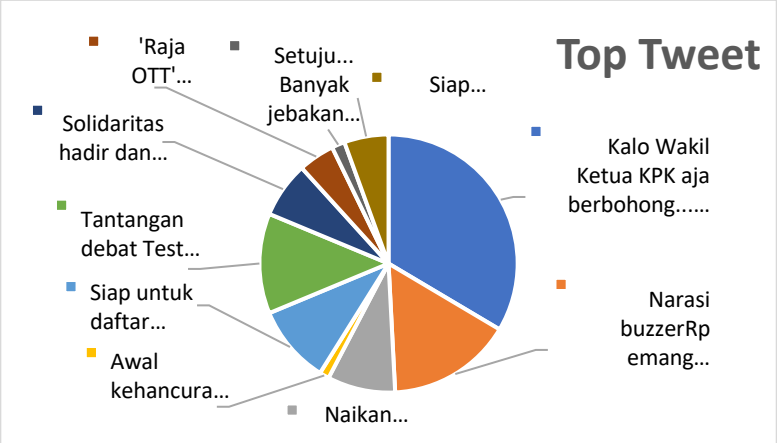
Aktor pertama yang menjadi *top influencer* pada jaringan ini adalah akun @kpk_endgame. Akun ini merupakan akun dari film *The Endgame* karya @dandhy_laksono. Dari data yang tertera di atas, akun ini memiliki nilai *betweenness* sebesar 46.012.673,080. Pada awalnya akun ini memiliki puluhan ribu pengikut, mengingat unggahan-unggahannya yang selalu berkaitan dengan naiknya isu tes wawasan kebangsaan KPK. Salah satu tweet yang memiliki *reach* paling tinggi dan juga menjadi tweet paling berpengaruh di jaringan komunikasi #KPKEndGame adalah "H-4 menuju Ronde Terakhir Melawan Korupsi-Ajak dan *tag* rekanmu untuk barengan ikut dalam musim nobar #KPKEndGame".

Yang menduduki *top influencer* kedua ada akun @edimahamg yang merupakan akun media sosial twitter dari Edi Maha, *Founder* perusahan Minigold Indonesia yang berkecimpung di bisnis logam mulia emas dengan 35 ribu pengikut. Sedikit diketahui tentang *background* Edi Maha di dunia perpolitikan Indonesia. Namun aktor ini dapat memanfaatkan keadaan dengan mengunggah *tweet*-nya yang memuat ajakan untuk meramaikan tagar #KPKEndGame menerima respon dari banyak pengikutnya. Tweet tersebut berisi "Folback nih semua kawan2 yg follow ane n komen with tagar #KPKEndGame limit 300 yaa" dengan *reach* yang cukup banyak yaitu 409 *replies,* 252 *rewtweet,* dan 781 *likes*. Namun berisi muatan yang tidak sesuai hanya menggunakan #KPKEndGame.

Aktor yang menduduki peringkat ketiga adalah @acehselatansatu, @acehselatansatu sendiri merupakan akun yang sering membahas isu-isu perpolitikan dan memiliki pengikut dengan jumlah 16,1rb. Pada masa naiknya isu tes wawaasan kebangsaan pegawai KPK, akun ini intens mengunggah tweet berisi update pemberitaan isu tersebut. Salah satu tweetnya yang mendapat reach paling banyak dengan 79 replies, 706 retweets, dan 1,4rb likes adalah tweet yang berisi: "Kalo Wakil Ketua KPK aja berbohong... Gmn yg lainnya....? #KPKEndGame Wakil ketua KPK berbohong demi membela sang ketua, tetapi kebohongan itu dibongkar oleh Kasatgas penyidik KPK Harun Al Rasyid"

Berdasarkan temua tersebut, dapat ditarik kesimpulan dalam aspek *reach,* terdapat tiga aktor teratas yang memiliki isi kontennya masing-masing dalam menyebarkan informasi terkait tagar #KPKEndGame. Aktor pertama, @kpk_endgame mengunggah dengan intensitas tinggi konten-konten yang berisi pembahasan film THE ENDGAME yang merupakan film yang dibuat berdasarkan isu TWK KPK. Aktor lainnya seperti @edimahamg hanya memanfaatkan momen untuk ikut andil dalam menaikkan isu. Sedangkan terdapat aktor-aktor lain seperti @acehselatansatu yang memang berkecimpung dalam kritik terkait isu-isu politik yang sedang hangat dibicarakan.

Dalam aspek *Engagement***,** terdapat tiga indikator utama yaitu: *Conversation*, yang dapat di temukan pada dataset *Top Words* dan *Top Word Pairs*. Dimana terdapat kata-kata seperti #kpkendgame, kasus besar, disingkirkan, dan lainnya yang digunakan audien dalam berinteraksi dan saling bertukar informasi. Analisa *conversation* juga bisa diamati melalui metrics *top tweet*, pembicaraandalam jaringan #KPKEndGame didominasi oleh dua topik utama yaitu perilisan film *The Endgame* dan isu tes wawasan kebangsaan KPK.



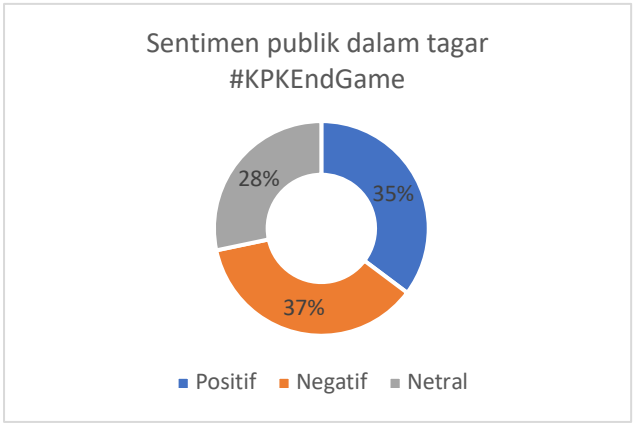
Gambar 3. Top Tweet dalam jaringan komunikasi #KPKEndGame

Indikator *amplification* dapat diketahui melalui interaksi yang terjadi diantara pengguna twitter dalam menyebarkan pesan. Persebaran tersebut dapat diperoleh dari analisis *betweenness centrality* yang terdapat aktor @kpk_endgame sebagai pemiliki nilai tertinggi. Hal tersebut menunjukan bahwa @kpk_endgame menjadi perantara dalam persebaran pesan di jaringan #KPKEndGame. Aspek *applause* yang merupakan indikator dari seberapa sering aktor-aktor merespon suatu topik, dapat ditemukan melalui metrics *out-degree* yang merupakan kalkulasi dari seberapa sering seorang individu mengirim pesan keluar (merespon) dari satu topik tertentu. Aktor dengan niali *out-degree* tertinggi adalah @buang_sudarman yang acap kali melempar respon terhadap unggahan-unggahan dari aktor lain terkait isu yang ada pada tagar #KPKEndGame.

Aspek *Virality* melakukan pernghitungan terhadap tingkat keberhasilan suatu topik dalam mencapai persebaran terluas yang bisa dicapai. Indikator utama dari aspek ini adalah jumlah pengguna yang membicarakan dan menggunakan kata kunci dari suatu topik. Tagar #KPKEndGame, menjadi *trending topic* pada 29 Mei 2021. Dimulai dari tweet aktor @kpk_endgame “The EndGame" awal Juni 2021. #KPKEndGame https://t.co/u7GMvZQ5y8” pada tanggal 28 Mei, tagar #KPKEndGame terus mengalami kenaikan hingga 30 Mei 2021. Selain karena unggahan-ungahan para aktor utama di Twitter, viralnya topik TWK KPK juga dipici oleh fenomena di luar dunia maya, tepatnya pada tanggal 27 Mei 2021 banyak berita yang mengangkat fenomena pengaduan eks-pegawai KPK terhadap Komnas HAM terkait dengan kejanggalan TWK KPK, serta di sisi lain pada hari yang sama KPK melakukan konferensi pers untuk merespon pemberitaan yang isu TWK yang sedang naik. Berbanding lurus dengan naiknya pemberitaan kedua fenomena tersebut, pembahasan isu TWK KPK juga naik di media sosial di hari berikutnya hingga puncaknya tagar #KPKEndGame *trending* di media sosial Twitter.

Level Analisis Perilaku

Pada level ini, ditujukan untuk menelaah arah opini dari audiens yang saling berinteraksi mengenai topik dengan kata kunci #KPKEndGame. Arah opini, atau sentimen memiliki tiga indikator yaitu positif, negatif, dan netral. Jika pembicaraan dan interaksi dari audiens didominasi oleh pendapat serta curahan-curahan negatif terhadap isu yang sedang dibahas, maka nilai sentimen dari perilaku audiens dalam jaringan tersebut, cenderung sebagai sentimen negatif begitu pula sebaliknya. Dalam jaringan komunikasi #KPKEndGame, pembicaraan audiens didominasi oleh opini-opini yang bernada negatif dengan nilai 37%, netral 28% serta positif 35%. Melalui angka tersebut, dapat dikaji lebih dalam lagi bahwa khalayak umum bersikap kecewa dan marah terhadap naiknya isu ini. Hal tersebut tentu tidak dapat dipungkiri mengingat Lembaga KPK yang diharapkan dapat memberantas kasus korupsi, justru dicederai dengan naiknya isu kejanggalan pada TWK KPK. Melalui analisis perilaku pada isu ini, bukan tidak mungkin kedepannya khalayak umum mengurangi rasa percaya terhadap KPK sebagai kelambagaan negara.



Gambar 4. Sentimen publik dalam jaringan #KPKEndGame

Level Analisis Jaringan

Level analisis jaringan diterapkan guna mengetahui seberapa besar aktor-aktor berpengaruh terhadap interaksi audiens di dalam jaringan komunikasi. Dalam penelitian ini, digunakan metriks sentralitas (*centrality*) untuk menjadi indikator dalam menentukan nilai pengaruh aktor-aktor *top influencers*. Metriks pertama adalah sentralitas tingkatan (*degree centrality*) yang terbagi menjadi dua aspek yaitu *in-degree* yang berarti nilai respon masuk terbanyak dari satu aktor dan *out-degree* nilai respon keluar terbanyak yang dilakukan satu aktor.

Dalam jaringan #KPKEndGame, akun @kpk_endgame adalah aktor dengan nilai *in-degree* tertinggi yaitu 4344. Dengan pengikut yang masif serta intensitas dalam menggunggah *tweet* bermuatan isu TWK yang diangkat dalam film *The Endgame*, akun ini memiliki pengaruh paling besar dalam mempengaruhi persebaran informasi dan interaksi yang terjadi diantara audiens dalam jaringan #KPKEndGame. Sedangkan dalam metriks *out-degree* tedapat akun @buand_sudarman sebagai aktor yang sering memberi respon terhadap unggahan-unggahan dalam jaringan #KPKEndGame. Aktor ini memiliki nilai *out-degree* tertinggi yaitu 255.

Sentralitas selanjutnya adalah keperantaraan atau *betweenness centrality* yang menjadi salah satu sentralitas penting dalam menilai radius dari seorang aktor dalam menjadi perantara dari satu aktor kepada aktor-aktor lainnya. Akun @kpk_endgame menjadi aktor dengan nilai keperantaraan paling tinggi yaitu 46.012.673,080. Hal tersebut berarti dalam aspek keperantaraan, aktor @kpk_endgame memiliki dalam memegang kontrol persebaran pesan dan informasi terhadap aktor-aktor lainnya mulai dari *top influencers* hingga audiens atau khalayak umum. Karena memiliki kontrol dalam persebaran dan menjadi perantara, aktor @kpk_endgame dapat dengan mudah menyampaikan pesan-pesan sesuai tujuan yang diinginkannya.

Selanjutnya terdapat sentralitas kedekatan atau *closeness centrality* yang memaparkan kedekatan satu aktor dengan aktor lainnya. Kedekatan ini menjadi landasan bahwa aktor yang memiliki nilai kedekatan tertinggi dengan aktor-aktor lainnya adalah yang paling sentral dalam jaringan. Nilai *closeness* diindikasikan dengan nilai 1,000. Semakin dekat seorang aktor dengan nilai kedekatan 1,000 maka aktor-aktor tersebut semakin sentral. Dalam jaringan komunikasi #KPKEndGame, terdapat 38 aktor dengan nilai *closeness* 1,000 seperti pada Gambar 5. Hal tersebut mengindikasikan bahwa aktor-aktor tersebut saling sentral dan cenderung hanya memerlukan *path* yang pendek dalam berinteraksi satu dengan lainnya atau dengan aktor-aktor lain dalam jaringan #KPKEndGame. Berdasarkan hal tersebut, dalam berinteraksi, aktor-aktor tersebutlah yang paling mudah untuk meneruskan persebaran pesan dan informasi dari aktor-aktor *top influencers*.

1		Graph Metrics
2	Vertex	Closeness Centrality
17	sikecilmarmut	1,000
18	mridwanely1	1,000
19	achirul	1,000
20	syeifm	1,000
21	dudenug	1,000
22	jawangalam	1,000
23	osmangh73666885	1,000
24	suryakachandra	1,000
25	ddg1924	1,000
26	finonazz	1,000
27	cinojowotwiter	1,000
28	aji68bayu	1,000
29	ibraahiima3	1,000
30	tofatofa_id	1,000
31	safezonefinance	1,000
32	pencabuthulk	1,000
33	youtube	1,000
34	guccianoandrie	1,000
35	bpipri	1,000
36	berkarya_net	1,000
37	thearieair	1,000
38	ui_fess	1,000

Gambar 5. Aktor-aktor dengan nilai *closeness* tertinggi.

Sentralitas terakhir adalah *eigenvector centrality* yang memaparkan pentingnya koneksi yang dimiliki dari seseorang aktor dalam jaringan komunikasi. Sentralitas ini mengukur dan menilai aktor yang memiliki relasi atau hubungan secara riil dengan individu-individu penting lainnya. Berbeda dengan sentralitas *degree* yang berlandaskan pada kuantitas dari relasi seorang aktor, sentralitas *eigenvector* berlandaskan pada kualitas dari relasi tersebut.

Dalam jaringan #KPKEndGame ditemukan bahwa aktor @kpk_endgame dan @dandhy_laksono memiliki nilai *eigenvector* yang tinggi dibandingkan aktor-aktor lainnya. Kualitas relasi yang dimiliki oleh kedua aktor tersebut, dapat memudahkan dalam persebaran informasi. Kualitas relasi yang tinggi dari kedua aktor tersebut tentu memiliki latar belakang tersendiri. Setelah melakukan *profiling* lebih dalam, akun @kpk_endgame merupakan bentuk promosi dari film garapan @dhandy_laksono berjudul THE ENDGAME yang berisi tentang kritik pedas terhadap isu TWK.

Tabel 3. Top *eigenvector* dalam jaringan #KPKEndGame.

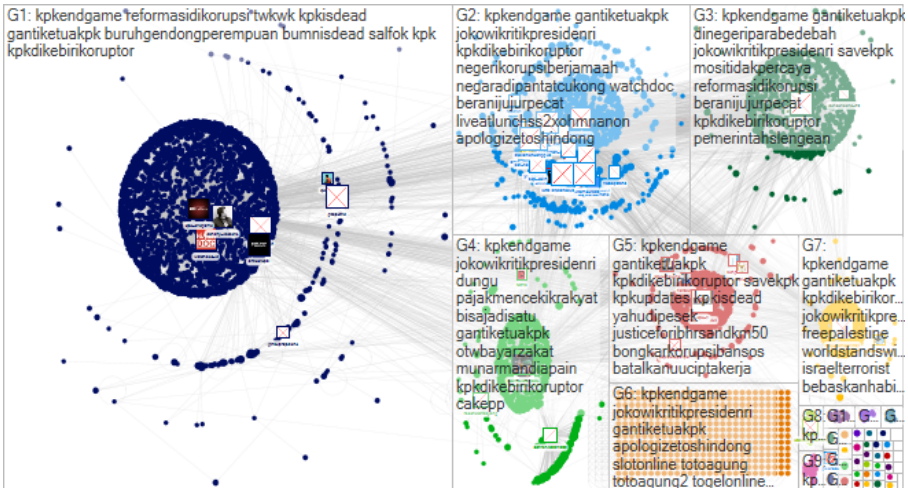
Vertices	*Eigenvector Centrality*
@kpk_endgame	0,012
@edimahamg	0,002
@edimahamg	0,001

Clustering

Terdapat enam *cluster* utama dalam jaringan #KPKEndGame. *Cluster-clus*ter tersebut terdiri dari lima *cluster* dengan aktor utama masing-masing dan terbagi menjadi dua topik utama yaitu *cluster* pertama, *cluster* @kpk_endgame yang pembicaraannya didominiasi dengan topik film *The Endgame*. Dalam cluster ini, dipicu oleh tweet berbunyi "H-4 menuju Ronde Terakhir Melawan Korupsi – Ajak dan tag rekanmu untuk barengan ikut dalam musim nobar #KPKEndGame…" Film *The Endgame* sendiri merupakan film karya aktor berpengaruh lainnya dalam jaringan #KPKEndGame yaitu

@dandhy_laksono sebagai sutradara dari film tersebut. Tweet tersebut mendapat banyak respon berupa *likes, reply, retweet* dari khalayak umum yang menunggu perilisan film *The Endgame*.

Selanjutnya terdapat empat *cluster* lainnya dengan aktor utama masing-masing @bosstemlen, @edmiahamg, @acehselatansatu, dan @badutpolitikus yang pembicaraannya mengenai update berita isu TWK KPK serta ungkapan-ungkapan marah dan kecewa dari khalayak audiens #KPKEndGame terhadap isu TWK KPK. Selanjutnya terdapat *cluster* enam yang tidak memiliki aktor utama. *Cluster* ini dapat terbentuk karena audiens dalam *cluster* tersebut membicarakan kedua topik utama yang sama dengan *cluster* lainnya, namun tidak terikat dengan kelima *cluster* utama. Dan terdapat cluster tujuh dan delapan yang tergabung dalam jaringan #KPKEndGame hanya karena menggunakan kata kunci #KPKEndGame dalam unggahannya Namun tidak membicarakan kedua topik utama.



Gambar 6. Clustering dalam jaringan #KPKEndGame

Influencers sebagai Komunikator Politik

Aktor-aktor yang memiliki kontrol dalam persebaran pesan dan informasi dalam jaringan komunikasi #KPKEndGame menjalankan fungsi sebagai komunikator politiknya dengan efektif. Segala bentuk *posting* yang diunggah oleh aktor-aktor *top influencers* memiliki tujuan untuk memunculkan opini khalayak umum terkait isu tes wawasan kebangsaan pegawai KPK. Opini-opini tersebut berisi respon yang beragam, mulai dari ungkapan rasa kecewa, marah, hingga harapan akan membaiknya keadaan lembaga pemberantas kasus korupsi ini. Arah opini yang didominasi oleh sentimen negatif dipicu oleh unggahan dari para *influencers* yang unggahannya secara garis besar menyampaikan kritik terhadap pemerintah serta KPK sebagai sebuah lembaga dalam menangani isu TWK ini.

Selain keefektifan penyampaian pesan, aktor-aktor dalam jaringan #KPKEndGame juga memiliki tujuan dalam penyeampaian pesan tersebut. Seperti aktor @kpk_endgame dan @dhandy_laksono yang memiliki agenda menyebarluaskan film *The Endgame*. Unggahan-unggahan dari @kpk_endgame yang kemudian diteruskan oleh aktor-aktor besar lainnya seperti @bosstemlen, @edimahamg, @acehselatansatu kemudia berubah menjadi perbincangan yang mengerucut mengarah kepada pembahasan isu TWK KPK.

KESIMPULAN

Naiknya tagar #KPKEndGame menjadi *trending topic* di media sosial Twitter memicu khalayak umum untuk berikut serta dalam menyampaikan opini terkait isu utama yaitu TWK KPK. Naiknya tagar #KPKEndGame, membuka ruang diskusi bagi masyarakat umum untuk dapat menyarahkan opininya masing-masing terhadap isu tersebut. Keikutsertaan khalayak dalam topik tersebut, dipicu juga oleh para aktor yang memiliki tujuannya masing-masing dalam menyebarkan pesan politik yang dimuat dalam jaringan #KPKEndGame.

Pesan-pesan tersebut secara garis besar terbagi dua topik utama yaitu agenda penyebaran film *The Endgame* oleh aktor @kpk_endgame dan yang kedua adalah narasi-narasi kritik dari para aktor top *influencers* lainnya terhadap sikap lembaga KPK yang dinilai tidak adil dalam melaksanakan proses

Tes Wawasan Kebangsaan. Arah opini yang cenderung negetif, dapat menimbulkan efek buruk terutama kepada dua pihak yang dikritik dalam topik ini, yaitu Komisi Pemberantas Korupsi dan Pemerintah. Sesuai dengan konsep komunikasi politik di mana tujuan dari pesan-pesan politik adalah pembentukan citra, sentimen negatif dalam jaringan komunikasi #KPKEndGame juga dapat membentuk citra negatif terhadap pihak yang sedang dikritik.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. (2011). *Komunikasi 2.0: Teoritis dan Implikasi* (F. Junaedi (ed.). ASPIKOM.

Bhakti, S. E. (2020). Ruang publik dan media sosial: partisipasi politik mahasiswa indonesia. *Jurnal Kajian Media*, *4*(1), 1–10. https://doi.org/10.25139/jkm.v4i1.2376.

Data Reportal. 2021. Digital 2021: Indonesia. (diakses 12 Juni 2021). https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia

Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi*. Prenada Media Group.

Fatanti, M. N. (2014). Twitter dan Masa Depan Politik Indonesia: Analisis Perkembangan Komunikasi Politik Lokal Melalui Internet Twitter and the Future of Indonesian Politics: Analysis of the Development of Local Political Communication over the Internet. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi)*, *16*(1), 17–28.

Hapsari, D. R. (2016). Peran Jaringan Komunikasi dalam Gerakan Sosial Untuk Pelestarian Lingkungan Hidup. *Jurnal Komunikasi ISKI*, *01*, 25–36.

Hauben, M. (2010). History of ARPANET. *Http://Pages.Infinit.Net/Jbcoco/Arpa-Arpanet-Internet.Pdf*.

Heryanto, G. G., & Rumaru, S. (2013). *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar* (R. Sikumbang (ed.). Penerbit Ghalia Indonesia

Hoffmann, J., Hall, G., Chick, J., Azimov, N., Watts, M., & Rochon, P. (2016). Evaluating the relationship between the interventional radiology fellowship match process and preparation for the radiology core board examination: results of a 2015 resident survey. *Journal of Vascular and Interventional Radiology*, *27*(3), S77. https://doi.org/10.1016/j.jvir.2015.12.206.

Kominfo. 2013. Kominfo : Pengguna Internet Indonesia 63 Juta Orang. (diakses 12 Juni 2021). https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker

Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, *6*(2), 291–296. https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197

Lister, M. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.

Maryanto, B. (2017). Big Data dan Pemanfaatannya. *Media Informatika*, *16*(2), 14–19.

Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.

Newman, M., Barabasi, A.-L., & Watts, D. J. (2006). *The Structure and Dynamics of Networks*. Princeton University Press.

Nur, M. E. N. (2016). Analisis Jaringan Sosial Pasar Sunday Morning (Sunmor) di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. *Media Wisata*, *14*(2), 415–425.

Riyanto, A. D. 2020. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020. (diakses 10 Juni 2021). https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/

Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2003). *Teori Sosiologi Modern*. Kencana.

Scott, J. (2000). *Social Network Analysis: A Handbook*. SAGE Publication.

Sirait, E. R. E. (2016). Implementasi Teknologi Big Data Di Lembaga Pemerintahan Indonesia. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, *6*(2), 113. https://doi.org/10.17933/jppi.2016.060201

Smith, M. A., Shneiderman, B., Milic-Frayling, N., Rodrigues, E. M., Barash, V., Dunne, C., Capone, T., Perer, A., & Gleave, E. (2009). Analyzing (Social Media) Networks with NodeXL. *In Proceedings of the Fourth International Conference on Communities and Technologies (C&T '09)*, 255–264. https://doi.org/10.1145/1556460.1556497

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, *3*(3), 379–398.

Suratnoadji, C., & Arianto, I. D. (2021). *Metode Riset Sosial Berbasis Big Data*. Erlangga.

Wardiana, W. (2005). Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia. *In Seminar Dan Pameran Teknologi Informasi 2002, Fakultas Teknik Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)*. http://hdl.handle.net/10760/6534

Zamroni, M. (2009). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan. *Jurnal Pendidikan*, *X*(2), 195–211.