



- 04** **Komunikasi Kepemimpinan dalam Perubahan Organisasi Pemerintah**
Yudie Aprianto, Wahyudi Kumorotomo, Rajiyem
- 23** **Keterdedahan Informasi Bencana dan Kesiapsiagaan Masyarakat Menghadapi Bencana Banjir Rob di Kabupaten Aceh Barat**
Farina Islami, Yuhdi Fahrimal, Asmaul Husna, Putri Maulina
- 40** **Fantasy Premier League: Game dan Pergeseran Budaya Fans Sepakbola di Era Digital**
Irham Nur Anshari, Faridhian Anshari
- 58** **Analisis Jaringan Opini Publik tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar di Twitter**
Tatak Setiadi
- 74** **Komunikasi Antarbudaya dalam Konflik di Media Sosial (Analisis Isi Konflik Overstay Kristen Gray di Twitter)**
Dimas Satriawan Lambang Wicaksono, Farah Fattatin Fauziah, Ulina Nabila Adinta, Lidwina Mutia Sadasri



Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia

Jurnal Media dan Komunikasi (JMKI) diterbitkan Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada. Terbit dua kali setahun, Maret dan September. JMKI didedikasikan untuk mempublikasikan dan mendiseminasikan hasil penelitian, kajian, dan fenomena dalam Ilmu Komunikasi khususnya di Indonesia. Ruang lingkup manuskrip yang diterbitkan di JMKI adalah manifestasi dari visi Departemen Ilmu Komunikasi yaitu *"Crafting Well Informed Society."* JMKI mengundang para peneliti maupun praktisi dari berbagai disiplin keilmuan untuk menulis tentang kajian media dan komunikasi seperti jurnalisme dan media, media *entertainment*, periklanan, humas, *cultural studies*, *film studies*, dan *game studies*.

Editor in Chief

Rajiyem, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Deputy Editor in Chief

I Gusti Ngurah Putra, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Editorial Board

Budhi Widi Astuti, Universitas Kristen Satya Wacana

Widodo Agus Setianto, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Wisnu Prasetya Utomo, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Yudi Perbawaningsih, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Reviewer

Effendi Gazali, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Gregoria Arum Yudarwati, Universitas Atma Jaya

Hermin Indah Wahyuni, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Gadjah Mada

Megandaru Widhi Kawuryan, Departemen of Government, Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN)

Muninggar Saraswati, Swiss German University

Novi Kurnia, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Gadjah Mada

Nunung Prajarto, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Gadjah Mada

Rajab Ritonga, Faculty of Communication Science, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Editorial Secretary

Jusuf Ariz Wahyuono, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Gadjah Mada

Mailing Address

Departemen Ilmu Komunikasi

Jalan Sosio Yustisia No. 2 Bulaksumur

Yogyakarta 55281

Email: jmki@ugm.ac.id



Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia,
Volume 4, Nomor 1, Maret 2023 (halaman 4 – halaman 87)

Daftar ISI

Komunikasi Kepemimpinan dalam Perubahan Organisasi Pemerintah Yudie Aprianto, Wahyudi Kumorotomo, Rajiyem	4
Keterdedahan Informasi Bencana dan Kesiapsiagaan Masyarakat Menghadapi Bencana Banjir Rob Di Kabupaten Aceh Barat Farina Islami, Yuhdi Fahrimal, Asmaul Husna, Putri Maulina	23
Fantasy Premier League: Game dan Pergeseran Budaya Fans Sepakbola di Era Digital Irham Nur Anshari, Faridhian Anshari	40
Analisis Jaringan Opini Publik tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar di Twitter Tatak Setiadi	58
Komunikasi Antarbudaya dalam Konflik di Media Sosial (Analisis Isi Konflik Overstay Kristen Gray di Twitter) Dimas Satriawan Lambang Wicaksono, Farah Fattatin Fauziah, Ulima Nabila Adinta, Lidwina Mutia Sadasri	74

Analisis Jaringan Opini Publik tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar di Twitter

Tatak Setiadi

| Universitas Negeri Surabaya
email: tataksetiadi@unesa.ac.id

ABSTRAK

The Government of Indonesia has decided to launch a Nationwide Social Distancing (PSBB) policy after acknowledging the CoVID-19 outbreaks in Jakarta. The decision became a trending topic on social media Twitter. This study aims to identify the main actors and opinion movements regarding the PSBB issue on Twitter in Indonesia. This study used RStudio to mine around 5,000 tweets on May 6, 2020 using the keyword "psbb" and the hashtag #psbb. The results of text mining, sociogram analysis, and Social Network Analysis (SNA) found interesting findings. First, opinions about PSBB on Twitter mostly about jokes on Social Distancing and Relationship Break. This joke was popularized by FiersaBesari. Second, there are seven organizational accounts that act as leading public opinion. Third, the most dominant Twitter account user is Yunartowijaya, Executive Director of the Political Polling Institute, Charta Politika Indonesia. And fourth, the online news media that most actively discussing about PSBB are detikcom and CNN Indonesia. In addition, the analysis also found that actors affiliated with the Democratic Faction in the DPR RI actively criticized The Government of Indonesia's decision on PSBB policy.

Keywords: PSBB, Public Opinion, Social Media, Social Network Analysis

Pendahuluan

Diskusi tentang opini publik akan bermuara pada beberapa topik tentang cara seseorang mengonsumsi dan berpikir tentang opini pada media populer (Anderson & Turgeon, 2023). Berawal dari penemuan mesin cetak pada sekitar abad ke-17 dan ke-18 hingga sekarang ketika teknologi komunikasi telah sangat berkembang, esensi bahwa ide dan pendapat dapat tersebar luas melintasi batas-batas geografis dan identitas politik tetap tidak berubah. Pada 1930-an, setelah Gallup menerbitkan jajak pendapat pertamanya,

penelitian tentang jajak pendapat menjadi populer di kalangan peneliti, aktor pemerintah dan politik, dan akademisi. Sejak itu, beberapa minat dalam penelitian opini publik bermunculan seperti American Association of Public Opinion Research (AAPOR) dan World Association of Public Opinion Research (WAPOR) yang telah mengembangkan praktik survei melalui surat, survei secara langsung, survei melalui telepon, dan survei melalui internet.

Glynn dkk. dalam Anderson & Turgeon

(2023) menegaskan bahwa dalam negara demokrasi kebijakan harus mengandalkan opini publik karena dapat merepresentasikan informasi tentang budaya suatu negara. Hal ini terjadi selama pandemi CoVID-19 saat setiap negara membuat kebijakan tertentu yang berbeda seperti kebijakan *lockdown*, pembatasan kerumunan, pemakaian masker, hingga kebijakan mengenai identitas bukti vaksinasi. Dalam masyarakat informasi saat ini, suatu isu kebijakan dapat tersebar di media sosial dan menjadi topik umum yang dibahas oleh para pengguna internet; atau kini disebut sebagai *netizen* atau warganet. Media sosial seperti Twitter misalnya, telah digunakan oleh banyak pengguna dan menjadi piranti media sosial terbesar kedua setelah Facebook (Bruns, 2011). Bahkan pengguna Twitter di Indonesia per Januari 2019 mencapai enam juta pengguna (We are social, 2019). Tavoichi et. Al. (2020) menambahkan bahwa media sosial Twitter sangat bermanfaat untuk mengamati perkembangan opini publik tentang suatu isu, termasuk isu tentang isu kesehatan dan isu vaksinasi.

Fitur yang interaktif, seperti fitur tagar (#) dalam tweet, adalah favorit pengguna. Tagar (*hashtag*) dalam unggahan Twitter berperan mengklasifikasikan dan mengelompokkan setiap *tweet* yang membahas topik yang sama. Kemudian topik tertentu akan cepat menyebar ketika warganet mulai mengunggah menggunakan tagar di Twitter. Dan pada saat yang sama warganet lain dengan mudah mencari dan menemukan topik yang ingin mereka ikuti dengan menambahkan tagar

sebelum kata kunci tertentu (Xiao, Noro, dan Tokuda, 2012; Muda, 2015).

Pada 6 Mei 2020, isu publik di Indonesia dan mungkin dunia adalah tentang wabah Coronavirus Disease 2019, yang juga dikenal dengan CoVID-19. Beberapa berpendapat bahwa wabah ini, yang juga memengaruhi sistem pernapasan manusia, berasal dari Wuhan, China. Media menyampaikan bahwa infeksi pertama di Wuhan terjadi pada sekitar November atau Desember 2019. Lalu, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan bahwa China melaporkan bukti pertama CoVID-19 pada 31 Desember 2019 (WHO Statement, 2020). Sayangnya, tiga bulan kemudian, setelah infeksi pertama Wuhan, Pemerintah Indonesia mengumumkan terjadinya kasus pertama CoVID-19 di Jakarta. Kasus pertama ini disebut-sebut terbawa oleh dua Warga Negara Indonesia (WNI) yang baru saja melakukan kontak langsung dengan warga negara Malaysia-Jepang saat tinggal di Indonesia (Nuraini, 2020). Insiden ini menjadi dasar awal untuk melakukan pelacakan beberapa orang yang mungkin berhubungan dekat dengan mereka. Hingga kemudian, cakupan pelacakan menjadi lebih luas hingga menjadi pembatasan pergerakan dan kegiatan masyarakat dalam skala nasional.

Lalu berdasarkan data WHO, yang diperbarui pada 8 Mei 2020, mengumumkan bahwa kasus terkonfirmasi CoVID-19 di seluruh dunia mencapai 3.767.744, termasuk 259.593 kematian. Termasuk di dalamnya, Indonesia mengumumkan 13.112 kasus terkonfirmasi, 943 kematian, dan 2.494 kasus kesembuhan

(Satgas Nasional Covid-19, 2020). Oleh karena itu, Satgas Nasional CoVID-19 bergerak dan mendesak pemerintah untuk mengendalikan peningkatan CoVID-19 dengan menggunakan langkah-langkah yang tepat dan efektif di antaranya melalui Perpres Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) yang dikelola oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). Menindaklanjuti keputusan tersebut, Pemerintah Indonesia mengeluarkan Keputusan Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).

Co-VID-19 berdampak besar pada keberlangsungan politik, ekonomi, sosial, budaya, keamanan dan pertahanan, serta kesejahteraan nasional, sehingga Pemerintah Indonesia menjalankan PSBB di seluruh Indonesia untuk mengendalikan dan membatasi aktivitas dan pergerakan masyarakat di daerah yang terinfeksi serta untuk menekan *positivity rate*. Pembatasan ini meliputi pembatasan kegiatan sekolah, kantor, keagamaan, dan pelayanan publik. Namun, pelaksanaan kebijakan ini menimbulkan beragam reaksi. Hanoatubun (2020) memberikan gambaran bahwa penerapan PSBB dapat mengakibatkan melambatnya pertumbuhan ekonomi, tingginya persaingan bertahan hidup, dan mengakibatkan keuangan keluarga menjadi tidak stabil.

Pada sektor pendidikan, kebijakan PSBB berdampak mulai dari tingkat Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi (Dewi, 2020; Pratiwi, 2020). Di Sekolah Dasar, kegiatan belajar di

rumah tampaknya sudah dapat diterima karena mampu menciptakan kolaborasi yang baik antara siswa, guru, dan orang tua. Keunggulan sistem pembelajaran di rumah rupanya dirasakan juga di negara-negara di seluruh dunia, sehingga mereka semakin terinspirasi untuk melakukan pembelajaran jarak jauh. Namun, praktik di Indonesia masih harus menghadapi beberapa tantangan. Tantangan tersebut antara lain koneksi internet yang tidak stabil serta minimnya peralatan dan gawai yang memadai untuk pembelajaran dalam jaringan (daring). Singkatnya, Mas'udi & Winanti (2020) menekankan bahwa CoVID-19 telah berdampak pada pengelolaan sistem pembelajaran dan pendidikan, berdampak pada aktifitas industri transportasi dan farmasi, serta berdampak pada aktifitas sosial masyarakat. Pandemi CoVID-19 juga secara signifikan berdampak pada perlunya revitalisasi proses komunikasi publik pemerintah (Putra, 2022).

Diskusi tentang PSBB selama CoVID-19 juga terjadi di media sosial Twitter dan digaungkan oleh berbagai akun. Bradley (2009) menyebutkan bahwa akun pengguna di media sosial ini dapat berupa individu, tokoh masyarakat, organisasi, media, hingga lembaga pemerintah. Dan mereka dapat, dengan beberapa cara, membangun dan menggerakkan partisipasi warga dan kemudian menuntun mereka untuk bertindak terhadap isu-isu tertentu (Henderson & Bowley in Motion, Heath, & Leitch, 2016). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan dan mendeskripsikan jejaring opini publik tentang PSBB di Twitter dan untuk

mengidentifikasi aktor-aktor utama dalam isu PSBB di Indonesia.

Kerangka Pemikiran

Opini Publik dan Muatannya

Catatan jejak penelitian opini publik selalu menarik dan menantang pada setiap masa. Opini publik tidak dapat dipahami secara harfiah sebagai pendapat dari publik semata karena opini publik bersifat membawa dan merepresentasikan budaya tertentu dari suatu bangsa. Hucker (2020) berpendapat bahwa jika definisi opini publik didasarkan pada waktu tertentu saja, itu berarti opini tersebut hanya dapat diterapkan pada agenda tertentu juga. Pada 1919, opini publik digunakan oleh politisi di Paris untuk menciptakan suatu suara sebagai kekuatan baru untuk menyampaikan niat baik dan menunjukkan diplomasi yang baik guna menghindari perang di masa depan. Lalu pada 1930, kekuatan opini publik berkontribusi pada demokrasi dan diplomasi Prancis. Hucker juga menyebutkan bahwa pada 1970-an telah hadir televisi yang mengungguli fungsi surat kabar saat itu. Masa ini menandakan bahwa televisi menjadi media yang mapan bagi para politisi dan diplomat untuk menceritakan kisah dan niat mereka dengan jelas. Hal ini terjadi dalam pelaksanaan pemilu Vietnam yang memanfaatkan televisi untuk memengaruhi opini masyarakat baik di lingkup nasional maupun internasional.

Sirin, Valentino, & Villalobos (2021) dalam suatu waktu mencoba menantang opini publik dengan empati kelompok. Dalam riset

mereka, terutama tentang diskusi empati kelompok selama era Donald Trump, mereka berpendapat bahwa empati kelompok terkait erat dengan opini publik dan dapat membentuk opini di semua sektor masyarakat. Di era Trump, yang dikenal dengan polarisasi, gerakan, dan kritiknya, serta dikenal karena ancamannya terhadap minoritas, empati kelompok justru memberikan kesempatan bagi orang-orang untuk membangun koalisi, organisasi, dan oposisi politik untuk melawan opini publik yang dibangun oleh pemerintahan Trump. Singkatnya, mereka menyarankan bahwa empati kelompok dapat memainkan peran penting dalam memobilisasi pikiran dan gerakan massa.

Serupa dengan empati kelompok yang memiliki identitas menyukai atau tidak menyukai isu tertentu, terdapat entitas golongan yang dapat memandu massa untuk memahami isu-isu kompleks terkait kepentingan politik. Anderson & Turgeon (2023) menambahkan bahwa golongan ini harus diperhatikan sebagai sarana untuk menghubungkan identitas seseorang dengan kondisi psikologis masyarakat karena golongan ini dapat membangun dan membentuk opini publik.

Putaran Isu di Media Sosial

Penelitian isu politik di media sosial Twitter telah dilakukan oleh Juditha (2014), khususnya terkait isu Polri versus KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) dalam percakapan Twitter. Dalam risetnya ditemukan dua tagar

dominan, #saveKPK dan #saveIndonesia, yang menyiratkan bahwa warganet berada di pihak KPK. Lalu pada tahun yang sama, terdapat studi media sosial, Twitter, oleh Ardha (2014) yang mencatat bahwa aktor politik sekarang cenderung sadar akan kekuatan media sosial untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Ardha menemukan adanya interaksi yang dimaksudkan untuk bersaing untuk kampanye politik 2014. Di antara aktor politik yang muncul dalam media sosial saat itu, Ridwan Kamil, calon gubernur terpilih Provinsi Jawa Barat, juga berkompetisi dalam kampanye (Wulansari, 2014). Dan Ridwan Kamil secara aktif terlibat dengan para pengikutnya di Twitter, termasuk dalam menangani masalah transparansi jalannya pemerintahan, masalah lingkungan, masalah kesehatan, dan masalah budaya.

Media sosial untuk kampanye tampaknya penting dalam menyebarkan kepentingan politik (Gainous & Wagner, 2014). Seperti yang disebutkan Bennett dalam Gainous & Wagner (2014), salah satu alasannya adalah bahwa sistem komunikasi informasi saat ini bekerja melalui pengetahuan setiap orang dan cara setiap orang memahami fakta. Dengan kata lain, media sosial kini digunakan oleh para aktor politik untuk menyebarkan pendapat mereka dan membentuk persepsi masyarakat (Larsson & Moe dalam Ausserhofer & Maireder, 2013). Tentu, ini menjadi peluang untuk memanfaatkan media sosial dalam memanipulasi informasi politik. Akibatnya, berbagai strategi yang digunakan untuk menyampaikan informasi akan menghasilkan perilaku politik orang yang berbeda. Gainous &

Wagner (2014) kembali menyoroti bahwa orang cenderung mengikuti informasi yang mereka sukai. Dengan demikian, akan menimbulkan perbedaan informasi yang diperoleh oleh setiap pengguna media sosial. Dan Twitter berperan sebagai sumber informasi dan alat untuk berinteraksi dengan orang lain tanpa pertemuan fisik. Dalam Ausserhofer & Maireder (2013), Ito menambahkan bahwa interaksi ini dapat berupa hubungan *bottom-up*, *top-down*, dan hubungan sejajar.

Ketika hubungan tersebut terjadi, maka akan terdapat masalah yang kemudian diolah media online yang menggunakan Twitter untuk merumuskan kembali masalah tersebut dengan memasukkan opini dan komentar seseorang (Ausserhofer & Maireder, 2013). Dengan aliran informasi ini, dapat dikatakan bahwa pengguna Twitter tahu siapa yang mereka dukung (*selective exposure*) dan pada saat bersamaan politisi juga tahu siapa yang akan mereka targetkan. Oleh karena itu, Bekafigo & McBride (2013) mempertanyakan waktu kehadiran aktor politik yang sebenarnya. Seperti yang telah ditemukan dalam penelitian, masyarakat modern memiliki kesempatan untuk mengakses informasi tentang preferensi politik mereka, kemudian mereka juga memiliki akses untuk menyebarkannya secara luas menggunakan Twitter.

Aktor dan Intensinya

Pada 2010, Gainous & Wagner (2014) meneliti informasi politik melalui Twitter selama enam bulan kampanye politik di Amerika.

Mereka menemukan bahwa setengah dari politisi memiliki akun Twitter, dan hanya 45% diantaranya jarang menggunakan Twitter. Mereka memperhatikan temuan unik yaitu bahwa politisi yang aktif menggunakan Twitter untuk menyerang lawan mereka justru tampak kurang efektif dalam perolehan suara saat pemilihan. Oleh karena itu, Gainous & Wagner (2014) menawarkan strategi memanfaatkan Twitter untuk kampanye politik, termasuk menggunakan tautan ke informasi relevan dan menggunakan tagar untuk menggaungkan suatu isu.

Dalam Calderaro (2014), Chadwick juga mencatat setidaknya terdapat tiga poin penting dalam menggunakan media sosial untuk kepentingan politik; (1) Akan semakin banyak persaingan partai, termasuk dari pihak-pihak yang relatif baru dan terpinggirkan. (2) Media sosial akan menyebarkan kekuatan masyarakat sehingga akan muncul aktifitas akar rumput yang dapat memengaruhi politisi dan kandidat. Interaksi politisi dengan pengikutnya akan menciptakan strategi yang lebih baik untuk menanggapi tuntutan dan harapan para pengikut mereka. Melalui keterlibatan yang kuat ini, mereka akan dapat memulai gerakan, aksi kolektif, jaringan interaksi informal, solidaritas bersama dari berbagai pemangku kepentingan, dan menciptakan demonstrasi tentang isu-isu tertentu (Della Porta & Diani dalam Rosa, 2014; Taman, 2013; Romero, 2014; Aziz, 2022). Terakhir, (3) institusi politik harus beradaptasi dengan era teknologi informasi saat ini karena potensi kreatif media sosial dalam menghasilkan kampanye tergolong cukup

menjanjikan. Namun, Romejin (2020) menegaskan bahwa partai-partai tersebut akan berhasil ketika mereka memiliki kedudukan khusus dalam pemerintahan.

Menerapkan *generator* nama sosiologis, salah satu kunci Analisis Jaringan Sosial (SNA), beberapa aktor yang terkait dengan diskusi tentang suatu isu akan terlihat. Mereka dapat dipetakan ke dalam aktor sebagai kolaborator dan sebagai jaringan eksternal. Dalam SNA, para aktor disebut *node*, dan hubungannya diberi nama *link* atau *edges* (van Dijk, 2006). Aktor dan hubungannya dalam suatu jaringan memiliki nilai relasional khusus dalam komunikasi media sosial, seperti derajat sentralitas, sentralitas kedekatan, sentralitas keperantaraan, dan sentralitas *eigenvektor* (Monge and Contractor in Zwijze-Koning & deJong, 2015; Marsden, 2005). Wasserman & Faust (1994) menekankan bahwa nilai-nilai ini dapat menunjukkan aktor tertentu dalam jaringan, memetakan hubungan para aktor, dan memetakan hubungannya (*dyad*, *triad*, subkelompok, dan kelompok).

Metode Penelitian

Dalam jejaring sosial, informasi dapat mengalir melalui beberapa sumber dan aktor yang kemungkinan mereka saling memiliki hubungan dalam hal tertentu (van Dijk, 2006). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur sentralitas aktor yang muncul pada 6 Mei 2020 di Twitter. Tahap pertama, *data mining* dilakukan pada cuitan (*tweet*) yang berisi 'psbb' dan '#psbb' dalam

bahasa Indonesia menggunakan piranti lunak RStudio. Penggalan data menghasilkan 5000 *tweet* yang berisi istilah 'psbb' dan '#psbb'. Dalam data ini, aktor dan hubungannya membangun nilai-nilai tingkat sentralitas seperti sentralitas kedekatan (*Closeness Centrality*), sentralitas keperantaraan (*Betweenness Centrality*), dan sentralitas keunikan (*Eigenvector Centrality*) (Monge dan Kontraktor dalam Zwijze-Koning & deJong, 2015; Marsden, 2005). Seperti yang dikemukakan oleh Wasserman & Faust (1994), aktor dan hubungannya akan membangun hubungan unik yang dapat berupa *dyad*, *triad*, subkelompok, dan hubungan kelompok. Kemudian, data tersebut diolah dan diilustrasikan menggunakan piranti lunak Gephi untuk menggambarkan relasi mereka ke dalam peta sosiogram. Akhirnya, sosiogram ditafsirkan menggunakan metode Analisis Jaringan Sosial (*Social Network Analysis*) untuk menemukan para aktor utama, nilai sentralitas seluruh jaringan, dan menemukan nilai sentralitas jaringan inti.

Hasil dan Pembahasan Aktor dalam Isu PSBB

Penelitian ini memperoleh sekitar 5.000 cuitan Twitter yang menggunakan tagar #psbb dan kata kunci 'psbb'. Data tersebut kemudian diolah untuk mengklasifikasikan *user* menjadi personal *user*, *group* atau komunitas, dan media *online*. Temuan pertama adalah aktor yang paling dominan muncul dalam isu PSBB di Twitter adalah tokoh *entertainer* dengan nama

pengguna 'fiersa besari'. Kemudian, diperoleh sejumlah lima isu yang paling sering muncul pada isu PSBB di Indonesia; (1) Fiersa Besari yang mencuitkan PSBB menjadi Pembatasan Sosial Berujung Bubar. (2) Lisa Amartatara menceritakan tentang seorang dokter yang merawat pasien Covid-19. (3) Yunarto Wijaya menegaskan bahwa Presiden Joko Widodo (Jokowi) harus yakin dengan *rapid test* yang masif untuk mengendalikan pergerakan masyarakat. (4) Kementerian Perhubungan bertanggung jawab dalam membuat kebijakan tentang pergerakan masyarakat selama Covid-19. Dan (5) pemerintah dituntut untuk terus memantau pergerakan masyarakat di kampung halamannya.



Gambar 1. *Tweet* @fiersabesari tentang PSBB.

tertentu, pengikut akan merespons dengan berkomentar dan *me-retweet* atau membagikan postingan di linimasa Twitter mereka.



Gambar 3. Jaringan isu PSBB di Twitter diambil dari 4480 Node dengan 4760 Edges menggunakan Gephi, *partition= Degree*.

Nilai Sentralitas Para Aktor

Temuan penelitian ini menarik lantaran aktor *entertainer* dan musisi yang justru dominan dalam isu PSBB di Twitter. Ketika para pengguna lain menunjukkan rasa empati dan belasungkawa atas PSBB, aktor ini justru menunjukkan candaan terhadap PSBB menjadi Pembatasan Sosial Berujung Bubaran. Padahal isu penting lain yang terjadi selama PSBB adalah pembatasan izin bagi setiap orang untuk pergi ke kampung halaman mereka untuk menurunkan tingkat penyebaran Covid-19. Mereka yang mengkritik PSBB ini prihatin dengan ambiguitas pemerintah dalam menjalankan kebijakan apa pun terkait PSBB.

Meskipun, pada akhirnya mereka menjadi lebih sadar untuk tidak pergi ke mana pun sampai *rapid test* masif dilakukan secara nasional.

Kesadaran masyarakat terhadap isu PSBB juga muncul melalui aktivitas mereka di Twitter, terutama melalui kecenderungan mereka untuk menjadi aktor sentral dalam membahas isu tersebut. Di antara *tweet* tersebut, terdapat sepuluh pengguna teratas yang memiliki tingkat sentralitas tinggi. Di antara sepuluh pengguna dengan sentralitas tertinggi terdapat @detikcom, @CNNIndonesia, dan @Yunartowijaya yang paling aktif mencuitkan tentang PSBB. Tujuh aktor pengguna lainnya yaitu @jokowi, @detikfinance, @aniesbaswedan, @kompascom, @TirtoID, @infobdg, dan @sbyfess. Menariknya, beberapa dari tujuh aktor tersebut adalah pengguna seperti media daring. Data ini menunjukkan kepada kita bahwa semua pengguna media sosial dapat secara langsung memberikan pendapat kepada mereka yang sulit dijangkau dalam kehidupan nyata. Dan media juga berperan dalam menginisiasi dan memberikan ruang diskusi mengenai isu PSBB selama pandemi Covid-19.

Tabel 2
Sepuluh Pengguna dengan Sentralitas Tertinggi

Akun Pengguna	Degree Centrality	In-Degree Centrality	Out-Degree Centrality
@FiersaBesari	336	5	331
@Yunartowijaya	238	13	225
@LisaAmartatara3	225	10	215
@makibao_indo	117	0	117
@MardaniAliSera	101	6	95
@marlina_idha	75	3	72
@detikcom	68	37	31
@negativisme	67	1	66
@Ainurozi	66	0	66
@CNNIndonesia	65	34	31

Sumber: Tingkat Sentralitas diproses menggunakan piranti lunak Gephi.

Dalam jaringan, akun @FiersaBesari, yang memiliki tingkat sentralitas tertinggi, menjadi aktor favorit yang paling sering diakses melalui *retweet*. Kemudian pada posisi berikutnya terdapat akun @yunartowijaya, @LisaAmartatara3, @makibao_indo, @MardaniAliSera, @marlina_idha, @negativisme, dan @ainurozi. Atribut pada masing-masing akun tersebut adalah (1) Fiersa Besari adalah seorang entertainer dan musisi, (2) Yunarto Wijaya adalah Direktur Charta Politika dan salah satu lembaga yang memenangkan pencalonan nama Joko Widodo saat *quick count* pilpres 2019 di Indonesia, (3) LisaAmartatara3 dan marlina_idha cenderung terkait dengan Partai Gerindra khususnya dengan tokoh Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno saat pilpres Indonesia 2019, (4) Makibao_indo dan negativisme cenderung sering mengkritik pemerintah, (5) Mardani Ali

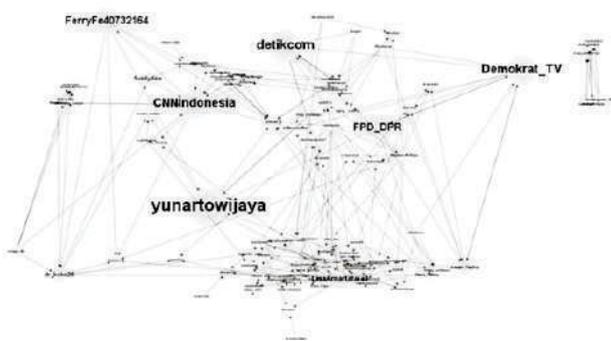
Sera adalah anggota DPR dari fraksi PKS, dan (6) Ainunrozi cenderung aktif sebagai pengguna biasa. Dengan demikian, kemunculan aktor-aktor tersebut menjelaskan bahwa dalam isu tentang PSBB terdapat setidaknya dua fraksi yang cukup aktif dalam memberikan opini yaitu Fraksi PKS dan Fraksi Gerindra.

Di sisi lain, jika diamati berdasarkan tingkat keperantaraan (*betweenness centrality*) diperoleh bahwa akun @yunartowijaya, @CNNIndonesia, @Democrat_TV, @FPD_DPR, @FerryFe40732164, dan @detikcom cenderung menjembatani dan menjadi sumber dan pemantik diskusi mengenai isu PSBB di Twitter. Pada tingkat ini, muncul dua media berita *online* seperti CNN Indonesia dan detikcom yang menjadi rujukan informasi warganet. Pada saat yang sama, terdapat juga aktor yang terafiliasi dengan dengan fraksi Demokrat yaitu @Democrat_TV. Akun ini secara berkala menyematkan cuitan tentang pencapaian Susilo Bambang Yudhoyono selama masa kepemimpinannya pada 2004-2014. Fraksi yang sama, melalui akun @FPD_DPR atau Fraksi Partai Demokrat DPR RI ternyata turut berpartisipasi positif dalam merespon Covid-19 dengan aksi solidaritas dan berbagi sumbangan dari tokoh fraksi Edhie Baskoro Yudhoyono.

Analisis Jaringan Isu PSBB di Twitter

Diskusi pada pembahasan sebelumnya menunjukkan bahwa pengguna dengan nilai sentralitas tinggi akan muncul sebagai aktor dominan dalam suatu isu di Twitter. Namun, jika dipersempit lagi untuk mendapatkan aktor yang

paling berpengaruh dan yang paling kuat dalam menjadi mediator tentang isu PSBB diperoleh tujuh aktor utama, yaitu @Yunartowijaya, @detikcom, @Demokrat_TV, @CNNIndonesia, @FerryFe40732164, @FPD_DPR, dan @LisaAmartatara3. Ketujuh aktor tersebut masing-masing dapat dikategorikan dalam aktor berupa individu, aktor berupa organisasi, dan aktor berupa media berita daring.



Gambar 4. Jaringan Inti Isu PSBB diolah menggunakan Gephi, k-cores= 2 method, 876 Nodes, 1503 Edges, partition = Betweenness Centrality.

Dalam nalar politik, mereka yang memiliki kekuasaan akan dan dapat membawa serta isu-isu tertentu dan memberikan pendapat mereka melalui kritik, balasan, dan unggahan cuitan (*tweet*) mereka. Tokoh yang merupakan Direktur Eksekutif Charta Politika tersebut menjadi aktor paling berpengaruh dalam isu PSBB. Temuan ini cenderung tidak mengherankan mengingat rekam jeaknya dalam keterlibatan proaktifnya pada pemilihan presiden tahun 2019. Selain itu, media berita @detikcom dan @CNNIndonesia ternyata menjadi mediator dalam isu PSBB. Namun, kecenderungan poros media tersebut relatif

berbeda. Akun @detikcom tampaknya menjadi rujukan informasi oleh @FPD_DPR dan @Demokrat_TV, sedangkan @CNNIndonesia cenderung menjadi sumber bagi @Yunartowijaya dan @FerryFe40732164.

Fenomena dalam temuan tersebut menguatkan kembali catatan McQuail (2010) bahwa setiap orang memiliki preferensi tentang media yang sesuai dengan harapan mereka. Dalam hal ini, fenomena yang terjadi di media sosial adalah bahwa jumlah pengikut cenderung dapat memengaruhi keputusan warganet dalam pemilihan media melalui proses *selective exposure* masing-masing, sehingga akan menciptakan keberagaman respon atas isu tertentu. Nilai keberagaman ini adalah salah satu sisi positif kehadiran media sosial karena memungkinkan terjadinya gerakan sosial yang berasal dari suara-suara minoritas dan terpinggirkan di kehidupan nyata. Selain itu, secara khusus, bagi media daring yang juga bermain di media sosial, media menjadi lebih diperhatikan oleh beberapa entitas seperti institusi pemerintahan, publik, dan lembaga sosial.

Tabel 3
Cuitan (*tweet*) Aktor Utama pada Isu PSBB

Akun Pengguna	Cuitan (<i>Tweet</i>)
<p>@yunartowijaya (Total 56,8 ribu tweet)</p>	<p>Yunarto Wijaya @yunartowijaya · May 6, 2020 Pak @jokowi kalo anda ingin mulai relaksasi awal juni, pastikan dulu keberhasilan PSBB melalui test yg sudah massal, gak setengah2 gini.. Ini yang ada jelang masa puncak mudik transportasi malah dibuka.. Logikanya gak nyambung blazzz...</p>
<p>@detikcom (1,6 juta tweet secara total)</p>	<p>detikcom @detikcom · May 6, 2020 Wali Kota Bandung Oded M Danial mengklaim Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dua pekan terakhir berhasil. Risiko penyebaran Corona bisa ditekan. #Bandung #PSBB news.detik.com/berita-jawa-ba...</p>
<p>@Demokrat_TV (157 ribu tweet secara total)</p>	<p>Demokrat TV @Demokrat_TV · May 6, 2020 Anggota @FPD_DPR @irwan_fecho mengkritik kebijakan pemerintah pusat yg akan merelaksasi PSBB. Sebab 2 bulan ke depan adalah puncak Covid-19. Keliru besar jika PSBB dilonggarkan di tengah upaya luar biasa pemerintah daerah menangani pandemi Covid-19. #LawanCovid19</p>
<p>@CNNIndonesia (407 ribu tweet secara total)</p>	<p>CNN Indonesia @CNNIndonesia · May 6, 2020 PKS Kritik Menko Polhukam-Menhub soal Relaksasi PSBB Corona cnnindonesia.com/nasional/20200...</p>
<p>@FerryFe40732164 (14 ribu tweet secara total)</p>	<p>slass @FerryFe40732164 Toko yg bukan sembako banyak buka... Bengkel Honda dan Yamaha buka rame sekali... Psbb Jakarta Gagal total.... @aniesbaswedan Translate Tweet 4:35 PM · May 6, 2020</p>
<p>@FPD_DPR (8.151 cuitan secara total)</p>	<p>Fraksi Partai Demokrat DPR-RI @FPD_DPR · May 6, 2020 Saat Raker dgn Menhub, anggota @DPR_RI Fraksi @PDemokrat @irwan_fecho kritik pemerintah pusat yang akan merelaksasi PSBB. 2 Bulan ke depan adlh puncak Covid-19. Keliru besar jika PSBB dilonggarkan ditengah upaya luar biasa pemerintah daerah menangani penyebaran pandemi covid-19.</p>

Sumber: Cuitan (*tweet*) pengguna Twitter pada 6 Mei 2020.

Seib (2012) juga menambahkan bahwa partisipasi entitas tersebut akan semakin meningkatkan keaktifan untuk melaporkan peristiwa, mengekspos dan menyampaikan kritik, mengungkapkan pendapat, memobilisasi gerakan massa, memantau pemilihan umum, dan pada akhirnya dapat memperkuat suara masyarakat sipil. Dalam masyarakat informasi saat ini, internet berperan sebagai alat komunikasi tanpa batas, termasuk melalui media sosial Twitter. Pada isu PSBB di Twitter, temuan aktor yang muncul dominan adalah @FiersaBesari, @yunartowijaya, @LisaAmartatara3, @makibao_indo, @MardaniAliSera, @marlina_idha, @detikcom, @negativisme, @ainunrozi, dan @CNNIndonesia. Meskipun kemunculan mereka mungkin tampak sangat besar terhadap isu PSBB, beberapa dari mereka ternyata kurang berfungsi dalam menjembatani isu PSBB. Sebagai contoh, cuitan Fiersa Besari, yang justru menyebut PSBB sebagai Pembatasan Sosial Berujung Bubar ketimbang menyampaikan hal tersebut dalam suasana kondisi krisis.

Namun, setelah melihat lebih dalam ke jaringan yang terbentuk, aktor pengguna Twitter yang menjadi inti dalam jaringan komunikasi terkait PSBB di Twitter adalah @Yunartowijaya, @detikcom, @Demokrat_TV, @CNNIndonesia, @FerryFe40732164, @FPD_DPR, dan @LisaAmartatara3. Kemunculan aktor tersebut, menurut Romejin (2020) tidak lepas dari kemudahan media sosial untuk membaaur dan mendukung suara serta opini yang mengkritik suatu kebijakan tentang isu-isu tertentu. Dan ini cenderung menjadi

peluang bagi Fraksi Demokrat untuk secara aktif merespon dan mengkritik pernyataan pemerintah terkait kebijakan PSBB. Selain itu, juga terdapat fraksi lain yang secara liris turut berpartisipasi dalam pembahasan tentang PSBB, seperti Mardani Ali Sera dari fraksi PKS. Tampaknya pilihan untuk berpartisipasi secara liris juga dilakukan oleh beberapa akun media berita daring, seperti @tribunnews, @jawapos, @liputan6dotcom, @kompascom, @Metro_TV, @Republikaonline, @kumparan, @e100ss, @BeritaSatu, dan @tirtoid serta beberapa akun hubungan masyarakat pemerintah daerah, seperti @Humasjabar, @Pemkotbekasi, dan @PemkotMalang. Temuan akun pemerintah daerah ini akan menjadi lebih menarik untuk menjadi kajian-kajian selanjutnya terkait dengan suara pemerintah daerah dalam menanggapi isu nasional di Indonesia.

Kesimpulan

Pada 6 Mei 2020, jaringan isu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), di Twitter merepresentasikan bahwa isu ini dominan diramaikan oleh cuitan @FiersaBesari. Namun, dalam jaringan inti akun yang paling berpengaruh adalah @Yunartowijaya, @detikcom, @Demokrat_TV, @CNNIndonesia, @FerryFe40732164, @FPD_DPR, dan @LisaAmartatara3. Kemunculan akun tersebut dalam isu PSBB juga mendukung studi bahwa beberapa pengguna Twitter saat ini telah memahami cara menggunakan media sosial dan mampu memobilisasi isu terkait PSBB, seperti yang ditemukan pada akun @Demokrat_TV dan

@FPD_DPR. Penelitian ini juga menemukan bahwa dalam jaringan inti terkait PSBB terdapat akun media sosial pemerintah daerah meskipun relatif kecil dalam menyoroti PSBB. Dengan demikian, menjawab tujuan penelitian, isu PSBB ternyata menarik partisipasi banyak aktor, terutama mereka yang memiliki posisi tawar tertentu dalam pemerintahan. Dan hal menarik berikutnya adalah cara sebuah isu darurat nasional menjadi bahan candaan dan bahwa beberapa partai oposisi cenderung mendukung opini warganet yang tidak setuju dengan kebijakan PSBB tersebut.

Daftar Pustaka

- Anderson, D. C., & Turgeon, M. (2023). *Comparative Public Opinion*. New York: Routledge.
- Angdhiri, R. P. (2020, April 11). *Challenges of home learning during a pandemic through the eyes of a student*. Retrieved from The Jakarta Post : <https://www.thejakartapost.com/life/2020/04/11/challenges-of-home-learning-during-a-pandemic-through-the-eyes-of-a-student.html>.
- Ardha, B. (2014). Social media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 105-120. <http://dx.doi.org/10.22441/jvk.v13i1.383>.
- Ausserhofer, J., & Maireder, A. (2013). National politics on Twitter: Structures and topics of a networked public sphere. *Information, Communication & Society*, 291-314. DOI: 10.1080/1369118X.2012.756050.
- Aziz, Abdul. (2022). Strengthening data-driven policy communication on Indonesia Economic Recovery Program of Covid-19 in the digital landscape. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 3(2). 128-143. DOI: <https://doi.org/10.22146/jmki.70426>.
- Bekafigo, M. A., & McBride, A. (2013). Who tweets about politics? Political participation of Twitter users during the 2011 gubernatorial elections. *Social Science Computer Review*, 625-643. <https://doi.org/10.1177/0894439313490405>.
- Bruns, A. (2011). How long is a Tweet? Mapping dynamic conversation networks on Twitter using Gawk and Gephi. *Information, Communication & Society*, 1323-1351. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.635214>.
- Calderaro, A. (2014). Internet Politics Beyond the Digital Divide: A Comparative Perspective on Political Parties Online Across Political Systems. In B. Pařrut, & M. Pařrut, *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media* (pp. 3-18). Switzerland: Springer International Publishing.
- Dewi, W. A. (2020). Dampak Covid-19 terhadap implementasi pembelajaran daring di Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 55-61. doi: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i1.89>.
- Gainous, J., & Wagner, K. M. (2014). *Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*. New York: Oxford University Press.

- Government Regulation of The Republic of Indonesia Number 21 the Year 2020 Concerning Nation-Wide Social Distancing (PSBB) to Reduce Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns Journal*, 146-153. Retrieved from <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsyouns/article/view/423>.
- Hucker, D. (2020). *Public Opinion and Twentieth-Century Diplomacy: A Global Perspective*. London: Bloomsbury Academic.
- Juditha, C. (2014). Opini publik terhadap kasus "KPK Lawan Polisi" dalam media sosial Twitter. *Jurnal Pekommas*, 61-70. DOI: 10.30818/jpkm.2014.1170201.
- Jungher, A. (2015). *Analyzing Political Communication with Digital Trace Data: The Role of Twitter Messages in Social Science Research*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Jungherr, A., Schoen, H., & Jürgens, P. (2016). The mediation of politics through Twitter: An analysis of messages posted during the campaign for the German Federal Election 2013. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 50 - 68 . doi:10.1111/jcc4.12143.
- Marsden, P. V. (2005). Recent Developments in Network Measurement. In P. J. Carrington, J. Scott, & S. Wasserman, *Models and Methods in Social Network Analysis* (pp. 8-30). Cambridge: Cambridge University Press.
- Mas'udi, W., & Winanti, P. S. (2020). *Tata Kelola Penanganan Covid-19 di Indonesia: Kajian Awal*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory 6th edition*. London: SAGE Publications Ltd.
- National Special Force for Covid-19. (2020, May 8). *Pasien Sembuh COVID-19 Naik Jadi 2.494, Kasus Meninggal 943 Orang*. Retrieved from covid19.go.id : <https://covid19.go.id/p/berita/pasien-sembuh-covid-19-naik-jadi-2494-kasus-meninggal-943-orang>.
- Nuraini, R. (2020, March 2). *Kasus Covid-19 Pertama, Masyarakat Jangan Panik*. Retrieved from [Indonesia.go.id](https://indonesia.go.id): <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik>.
- Park, C. S. (2013). Does Twitter motivate involvement in politics? Tweeting, opinion leadership, and political engagement. *Computers in Human Behavior*, 1641-1648. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.044>.
- Pratiwi, E. W. (2020). Dampak Covid-19 terhadap kegiatan pembelajaran online di sebuah perguruan tinggi kristen di Indonesia. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 1-8. DOI: doi.org/10.21009/PIP.341.1.
- Presidential Regulation of The Republic of Indonesia Number 7 the Year 2020 Concerning Task Force to Reduce Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).
- Putra, V. C. H., (2022). Komunikasi Getok Tular : Revitalisasi Komunikasi dalam penanganan pandemi covid-19 (Komunikasi penanganan pandemi covid-19 dengan pendekatan

- Cultural Studies Stuart Hall). *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 144-154. DOI 10.22146/jmki.70442.
- Romejin, J. (2020). Do political parties listen to the(ir) public? Public opinion-party linkage on specific policy issues. *Party Politics*, 426-436.
- Romero, L. D. (2014). On the Web and Contemporary Social Movements: An Introduction. In B. Pařrut., & M. Pařrut, *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media* (pp. 19-34). Switzerland: Springer International Publishing.
- Rosa, A. L. (2014). Social Media and Social Movements Around the World: Lessons and Theoretical Approaches. In B. Pařrut., & M. Pařrut, *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media* (pp. 35-48). Switzerland: Springer International Publishing.
- Seib, P. (2012). *Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*. New York: Palgrave Macmillan.
- Sirin, C. V., Valentino, N. A., & Villalobos, J. D. (2021). *Seeing Us in Them: Social Divisions and the Politics of Group Emphaty*. Cambridge: Cambridge University Press.
- van Dijk, J. A. (2006). *The Network Society: Social Aspects of New Media 2nd ed*. London: Sage Publications.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. New York: Cambridge University Press.
- We are social. (2019, March 7). *Lipsus Internet* 2019. Retrieved from Websindo.com: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>.
- WHO Statement. (2020, April 27). *WHO Timeline - COVID-19*. Retrieved from WHO: <https://www.who.int/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19>.
- Wulansari, I. (2014). Artikulasi komunikasi politik Ridwan Kamil dalam media sosial Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20-40. DOI: <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v6i2.413>.
- Xiao, F., Noro, T., & Tokuda, T. (2012). News-Topic Oriented Hashtag Recommendation in Twitter Based on Characteristic Co-occurrence Word Detection. In M. Brambilla, T. Tokuda, & R. Tolksdorf, *Web Engineering: 12th International Conference, ICWE 2012 Proceedings* (pp. 16-30). Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Zwijze-Koning, K. H., & deJong, M. D. (2015). Network analysis as a communication audit instrument: Uncovering communicative strengths and weaknesses within organizations. *Journal of Business and Technical Communication*, 36-60. DOI: 10.1177/1050651914535931.