

**DIGITAL MOVEMENT OF OPINION (DMO) PADA PERCAKAPAN MENGENAI
KINERJA ERICK THOHIR SEBAGAI MENTERI BUMN DAN KETUA UMUM
PSSI DI MEDIA SOSIAL**
(Social Network Analysis pada Twitter)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Diajeng Manipuspaka Azzahra

202010040311098

Dosen Pembimbing:

Nasrullah, S.Sos., M.Si.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

**DIGITAL MOVEMENT OF OPINION (DMO) PADA
PERCAKAPAN MENGENAI KINERJA ERICK THOHIR
SEBAGAI MENTERI BUMN DAN KETUA UMUM PSSI DI
MEDIA SOSIAL.**

(Social Network Analysis pada Twitter)

Diajukan Oleh :

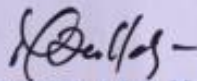
DIAJENG MANIPUSPAKA AZZAHRA

202010040311098

Telah disetujui

Kamis / 04 Januari 2024

Pembimbing I



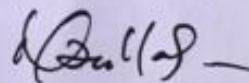
Nasrullah, S.Sos., M.Si.

Wakil Dekan I



Nasrullah, Nasrullah Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos., M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Diajeng Manipuspaka Azzahra
202010040311098

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Pada hari Rabu, 13 Desember 2023
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Farid Rusman, M.Si
2. M. Fuad Nasvian, M.I.Kom
3. Nasrullah, S.Sos., M.Si

()
()
()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najmuddin Ridwan Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



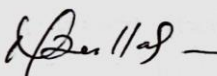
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

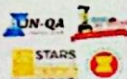
Nama : Diajeng Manipuspaka Azzahra
NIM : 202010040311098
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : *Digital Movement of Opinion (DMO) Isu Rangkap Jabatan Erick Thohir sebagai Menteri BUMN dan Ketua Umum PSSI (Social Network Analysis pada Twitter)*

Disetujui,
Pembimbing


Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Banteng I Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 254 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sidiqi No 158 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 146 (Hunting)
F. +62 341 552 060

Kampus III
Jl. Raya Topomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 454 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR ORISINALITAS



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Diajeng Manipuspaka Azzahra

NIM : 202010040311098

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Digital Movement of Opinion (DMO) Isu Rangkap Jabatan Erick Thohir sebagai Menteri BUMN dan Ketua Umum PSSI (Social Network Analysis pada Twitter)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

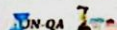
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTI NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 27 November 2023

Yang Menyatakan,


METER
TEMPU
2023 6EAJX738497779
Diajeng M. Azzahra



Kampus I

Jl. Bandung I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 198 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III

Jl. Raya Topomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



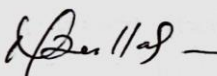
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

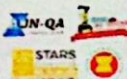
Nama : Diajeng Manipuspaka Azzahra
NIM : 202010040311098
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : *Digital Movement of Opinion (DMO) Isu Rangkap Jabatan Erick Thohir sebagai Menteri BUMN dan Ketua Umum PSSI (Social Network Analysis pada Twitter)*

Disetujui,
Pembimbing


Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Banteng I Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 254 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Salani No 158 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 146 (Hunting)
F. +62 341 552 060

Kampus III
Jl. Raya Topomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 454 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XI/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, mencrangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Diajeng Manipuspaka Azzahra

NIM : 202010040311098

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 7 (Tujuh) tahun akademik 2022 / 2023 dan dinyatakan BEBAS KULIAH

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 27 November 2023

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Burdjarso I Malang Jawa Timur
t: +62 341 501 253 (Hunting)
f: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sidiyasa No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 501 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 404 319 (Hunting)
F: +62 341 403 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

*Digital Movement of Opinion (DMO) Isu Rangkap Jabatan Erick Thohir sebagai Menteri BUMN dan
Ketua Umum PSSI (Social Network Analysis pada Twitter)*

Oleh:

Nama : Diajeng Manipuspaka Azzahra

NIM : 202010040311098

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 27 November 2023

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, S.Sos, M.Si

NIP. 10303090338



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 650 433

Kampus II
Jl. Bendungan Subani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 404 378 (Hunting)
F: +62 341 403 430
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Selasa, 24 Oktober 2023, telah dilakukan Seminar Hasil Oleh:

Nama Peneliti	Diajeng Manipuspaka Azzahra
NIM	202010040311098
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi / <i>Public Relation</i>
Judul Skripsi	<i>Digital Movement of Opinion (DMO) Isu Rangkap Jabatan Erick Thohir sebagai Menteri BUMN dan Ketua Umum PSSI (Social Network Analysis pada Twitter)</i>

Dihadiri oleh Dosen Penguji

1. Dr. Farid Rusman, M.Si.

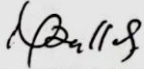
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing

1. Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Dan dihadiri oleh 53 Mahasiswa

Penyajian dikatakan LULUS/~~FIDAK~~ LULUS


Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Malang, 20 November 2023
Dosen Penguji


Dr. Farid Rusman, M.Si.






Kaprodi Ilmu Komunikasi


Nasrullah, S.Sos, M.Si.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Diajeng Manipuspaka Azzahra
2. NIM : 202010040311098
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : *Digital Movement of Opinion (DMO) Isu Rangkap Jabatan Erick Thohir sebagai Menteri BUMN dan Ketua Umum PSSI (Social Network Analysis pada Twitter)*
6. Dosen Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
24/03/2023	ACC judul skripsi dan melanjutkan penulisan proposal skripsi mulai bab 1 hingga bab 3	
29/05/2023	Bimbingan bab 1 hingga bab 3	
06/06/2023	Merevisi bab 1 hingga bab 3	
20/06/2023	Penelitian	
18/10/2023	ACC Seminar Hasil	

Malang, 20 November 2023
Dosen Pembimbing,



Nasrullah, S.Sos, M.Si.

PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Diajeng ManiPuspaka Azzahra

NIM : 202010040311098

Hasil Plagiasi : 27/11 28/11

BAB I	7			
BAB II	10			
BAB III	25	11		

27/11

BAB IV	6			
BAB V	4			
BAB VI				



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 28 November 2023
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



ABSTRAK

ABSTRAK

Diajeng Manipuspaka Azzahra, NIM. 202010040311098, *Digital Movement of Opinion (DMO)* pada Percakapan mengenai Kinerja Erick Thohir sebagai Menteri BUMN dan Ketua Umum PSSI di Media Sosial (*Social Network Analysis* pada Twitter), 15 Buku, 38 Jurnal, dan 3 *Website*. Skripsi, 2023

Keburukan kualitas sepak bola Indonesia telah nampak pada Peristiwa Kanjuruhan dibulan Oktober 2022 lalu. Pemberitaan mengenai PSSI kerap disorot oleh media setelah peristiwa Kanjuruhan, dan pemberitaan semakin memanas saat Erick Thohir menjadi kandidat Calon Ketua Umum PSSI yang saat itu juga menjabat sebagai Menteri BUMN. Beragam pendapat serta argumen ditulis oleh berbagai akun di Twitter. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Digital Movement of Opinion (DMO)* yang terbentuk dari *cluster-cluster* percakapan mengenai rangkap jabatan Erick Thohir serta kecenderungan sentimen publiknya.

Secara garis besar, pada isu rangkap jabatan Erick Thohir tercipta polarisasi opini karena adanya DMO atau fenomena penyampaian opini publik yang biasanya disampaikan secara langsung, kini dikemukakan melalui media sosial. Pengamatan fenomena tersebut memerlukan bantuan *Social Network Analysis (SNA)* yang membantu visualisasi aktivitas antar pengguna media sosial. Sentimen analisis dapat juga dilakukan untuk pengklasifikasian polarisasi opini pada percakapan rangkap jabatan Erick Thohir. Namun sentimen yang muncul dari percakapan isu tersebut tak lepas dari peran para *buzzer* karena *buzzer* di Indonesia dianggap memiliki peran penting dalam pembentukan percakapan di media sosial.

Metode penelitian yang digunakan adalah SNA dengan pendekatan penelitian *mix methods*. Penelitian ini menggunakan Netlytic sebagai *tool* untuk *data mining* dan visualisasi data dengan menggunakan model *directed graph*. Selain itu digunakan Gephi Software 0.10.1 untuk analisis *centrality* dari struktur jaringan yang terbentuk, dan pengklasifikasian sentimen menggunakan *tool Azure Machine Learning*.

Hasil penelitian menunjukkan percakapan mengenai rangkap jabatan Erick Thohir memiliki sentralisasi rendah karena memiliki interaksi sedikit serta tidak merata. Opini publik yang terbentuk memperoleh sentimen positif 55,6%, sentimen negatif 32,7%, dan sentimen netral 11,6%. Menariknya sentimen-sentimen tersebut banyak dipengaruhi oleh peran *buzzer-buzzer* dengan bentuk *positive campaign* yang untuk mempertajam narasi mengenai Erick Thohir mampu merangkap jabatan dan cocok maju menjadi Calon Wakil Presiden di Pemilu 2024.

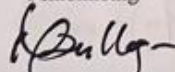
Kata Kunci: Analisis Sentimen, *Digital Movement of Opinion*, Erick Thohir, Rangkap Jabatan, Twitter.

Malang, 28 Desember 2023
Peneliti



Diajeng M. Azzahra

Menyetujui,
Pembimbing



Nasrullah, S.Sos., M.Si.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Alhamdulillah rabbil alamin, segala puji penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi yang berjudul **“*Digital Movement of Opinion (DMO) pada Percakapan mengenai Kinerja Erick Thohir sebagai Menteri BUMN dan Ketua Umum PSSI di Media Sosial (Social Network Analysis pada Twitter)*”** dengan tepat waktu sesuai yang mana dengan ini penulis juga dapat menyelesaikan serta memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) dalam Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Tidak lupa shalawat serta salam juga senantiasa tercurahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW selaku tauladan dan panutan bagi para umatnya hingga akhir zaman.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah mengerahkan seluruh tenaga serta mengupayakan yang terbaik agar skripsi ini layak dibaca, relevan, dan juga dapat memberikan kontribusi terhadap pembaharuan tulisan-tulisan sebelumnya dalam rumpun ilmu komunikasi terutama di dalam bidang pembahasan mengenai *Digital Movement of Opinion (DMO)* pada percakapan mengenai kinerja Erick Thohir pada media sosial Twitter. Hal ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan, dukungan serta doa dari pihak-pihak yang ditujukan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis memohon izin untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang menurut penulis sangat berarti di sepanjang proses penulisan skripsi ini, khususnya kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Kepada Mama Diajeng Diah Sugiarti, Papa Hendry, dan Kakak Muhammad Bimasakti Andiko, yang tidak pernah lelah dalam mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat merampungkan Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor dari Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan inspirasi bagi penulis selama menjalankan proses studi di Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Nasrullah, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Prodi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang sekaligus dosen pembimbing yang

memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Terima kasih penulis ucapkan sebesar-besarnya kepada beliau atas bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi dengan tepat waktu.

4. Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv. selaku dosen wali yang telah sabar dan tulus dalam membimbing, mengarahkan, serta memperhatikan penulis selama kuliah. Terima kasih penulis ucapkan sebesar-besarnya kepada beliau atas ilmu-ilmunya sehingga penulis lancar dalam menyelesaikan perkuliahan.
5. Dr. Farid Rusman, M.Si. dan M. F Nasvian, M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam merevisi serta menyempurnakan penulisan tugas akhir skripsi.
6. Kepada seluruh jajaran dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang beserta staff dan juga tim Laboratorium Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang senantiasa mengampu dan membimbing dalam menjalankan studi Ilmu Komunikasi. Terima kasih penulis ucapkan sebesar-besarnya atas ilmu-ilmu yang telah diberikan.
7. Teruntuk orang terdekat saya Nicho Reyhan Frananza, terima kasih banyak karena sudah selalu menjadi orang yang memberikan banyak bantuan dan saran untuk berproses menjadi orang yang lebih baik lagi kedepannya.
8. Teruntuk Aliya Mega Rahmatika, Rahmad Darmawan, Naila Nurul Nisa, dan Anggun Dwi Tivienti selaku sahabat sejati yang selalu ada di setiap suka maupun duka. Tidak banyak yang penulis bisa katakan atau ungkapkan disini selain ucapan terima kasih banyak karena sudah menjadi orang-orang yang sangat berharga dalam hidup penulis.
9. *Crew-crew* UMM FM angkatan 8, 9, 10, dan 11 terima kasih telah setia dan tulus dalam menemani penulis selama kuliah, terima kasih telah memberikan semangat, membimbing, dan mengajarkan banyak hal kepada penulis selama menyelesaikan Studi Ilmu Komunikasi, serta terima kasih juga untuk selalu ada disaat senang maupun sedih selama proses Studi di Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
10. Teman-teman kelompok Niscala dari praktikum *public relations* 3, Rossa Anindya Raisa Mahardika, Adinda Cahyaningtyas, Bagus Muhammad Iqrom, Iman Ramdhani, Fachrur Rozi Habib Yusuf Al Mahmud, Fadia Imutia, dan

Muhammad Faishal Abdi. Terima kasih sudah menjadi bagian dan teman berproses penulis di Universitas Muhammadiyah Malang.

11. Teruntuk seluruh teman-teman kelas IKOM-B dan teman-teman angkatan 2020, terima kasih karena selalu saling membantu dan mendukung selama kuliah. Kalian merupakan bagian dari memori indah selama penulis berkuliah.
12. Teruntuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu, mendukung serta menyempatkan waktunya untuk mendoakan penulis, terima kasih banyak penulis ucapkan karena penulis sadari skripsi ini tidak akan berjalan sampai selesai jika tidak dengan dukungan dan doa dari kalian semua. Semoga Allah membalas semua kebaikan dan selalu melindungi kalian.

Terima kasih, *Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.*

Malang, 27 November 2023



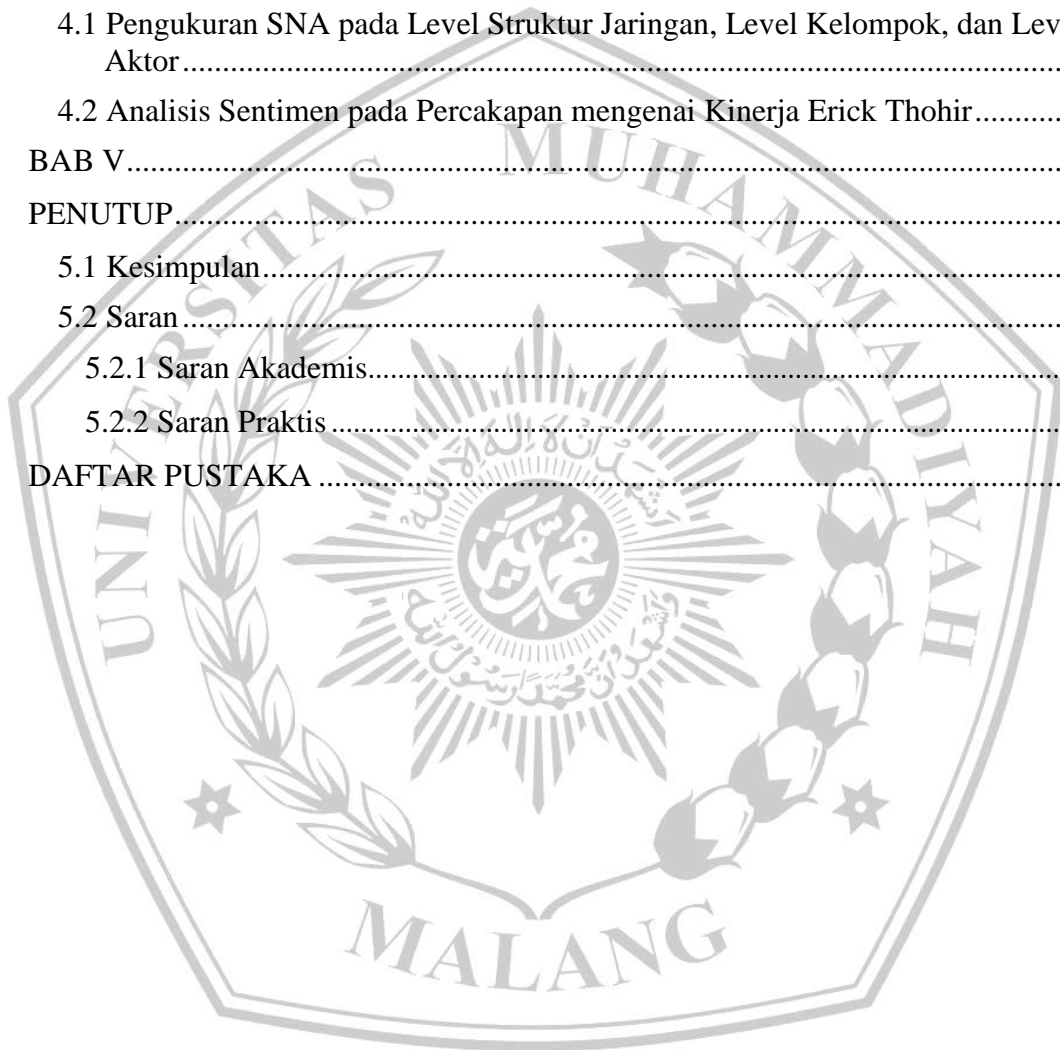
Diajeng M. Azzahra



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	x
PLAGIASI	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Akademis	7
1.4.2 Praktis	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Twitter sebagai Media Komunikasi Sosial.....	8
2.2 Polarisasi Opini Publik di Media Sosial.....	16
2.3 <i>Digital Movement of Opinion</i> (DMO).....	21
2.4 <i>Social Network Analysis</i> (SNA)	24
2.4 Definisi Konseptual.....	26
2.4.1 <i>Digital Movement of Opinion</i> (DMO).....	26
2.4.2 Polarisasi Opini Publik di Media Sosial	27
2.5 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31

3.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2 Tipe Penelitian.....	32
3.3 Fokus Penelitian	32
3.4 Waktu & Lokasi Penelitian	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Teknik Analisis Data	33
BAB IV	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Pengukuran SNA pada Level Struktur Jaringan, Level Kelompok, dan Level Aktor.....	35
4.2 Analisis Sentimen pada Percakapan mengenai Kinerja Erick Thohir.....	51
BAB V.....	76
PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Akademis.....	77
5.2.2 Saran Praktis.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2. Struktur Jaringan (Sumber: Netlytic, 2023)	35
Tabel 3. Perhitungan Aktor <i>Degree</i> (Sumber: Netlytic, 2023)	47
Tabel 4. <i>Closeness Centrality</i> (Sumber: Gephi Software, 2023)	48
Tabel 5. <i>Betweenness Centrality</i> (Sumber: Gephi Software, 2023).....	49
Tabel 6. <i>Eigenvector Centrality</i> (Sumber: Gephi Software, 2023).....	50
Tabel 7. Analisis Sentimen (Sumber: Azure Machine Learning, 2023).....	52
Tabel 8. Klasifikasi Pengguna Media Sosial (Sumber: Arianto (2021).....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pola Jaringan (Sumber: Netlytic, 2023)	37
Gambar 2. <i>Cluster</i> 1 (Sumber: Netlytic, 2023)	37
Gambar 3. Aktor Kunci pada <i>Cluster</i> 1 (Sumber: Twitter, 2023)	38
Gambar 4. <i>Reply</i> pada <i>Cluster</i> 1 (Sumber: Twitter, 2023)	38
Gambar 5. <i>Reply</i> pada <i>Cluster</i> 1 (Sumber: Twitter, 2023)	38
Gambar 6. <i>Cluster</i> 2 (Sumber: Netlytic, 2023)	39
Gambar 7. <i>Tweet</i> pada <i>Cluster</i> 2 (Sumber: Twitter, 2023)	39
Gambar 8. <i>Tweet</i> pada <i>Cluster</i> 2 (Sumber: Twitter, 2023)	40
Gambar 9. <i>Cluster</i> 3 (Sumber: Netlytic, 2023)	41
Gambar 10. <i>Tweet</i> pada <i>Cluster</i> 3 (Sumber: Twitter, 2023)	41
Gambar 11. <i>Tweet</i> pada <i>Cluster</i> 3 (Sumber: Twitter, 2023)	41
Gambar 12. <i>Cluster</i> 4 (Sumber: Netlytic, 2023)	43
Gambar 13. <i>Reply</i> pada <i>Cluster</i> 4 (Sumber: Twitter, 2023)	43
Gambar 14. <i>Tweet</i> pada <i>Cluster</i> 4 (Sumber: Twitter, 2023)	43
Gambar 15. <i>Cluster</i> 5 (Sumber: Netlytic, 2023)	44
Gambar 16. <i>Tweet</i> pada <i>Cluster</i> 5 (Sumber: Twitter, 2023)	45
Gambar 17. <i>Tweet</i> pada <i>Cluster</i> 5 (Sumber: Twitter, 2023)	45
Gambar 18. <i>Data posts over-time</i> (Sumber: Netlytic, 2023)	51
Gambar 19. <i>Words Cloud</i> (Sumber: Netlytic, 2023)	53
Gambar 20. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Positif (Sumber: Twitter, 2023)	53
Gambar 21. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Positif (Sumber: Twitter, 2023)	53
Gambar 22. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Positif (Sumber: Twitter, 2023)	54
Gambar 23. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Positif (Sumber: Twitter, 2023)	54
Gambar 24. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Positif (Sumber: Twitter, 2023)	55
Gambar 25. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Positif (Sumber: Twitter, 2023)	55
Gambar 26. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Positif (Sumber: Twitter, 2023)	55
Gambar 27. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Positif (Sumber: Twitter, 2023)	57
Gambar 28. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Negatif (Sumber: Twitter, 2023)	58
Gambar 29. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Negatif (Sumber: Twitter, 2023)	58
Gambar 30. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Negatif (Sumber: Twitter, 2023)	59
Gambar 31. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Negatif (Sumber: Twitter, 2023)	59
Gambar 32. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Negatif (Sumber: Twitter, 2023)	60
Gambar 33. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Negatif (Sumber: Twitter, 2023)	60
Gambar 34. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Negatif (Sumber: Twitter, 2023)	61
Gambar 35. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Negatif (Sumber: Twitter, 2023)	62
Gambar 36. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Netral (Sumber: Twitter, 2023)	63
Gambar 37. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Netral (Sumber: Twitter, 2023)	63
Gambar 38. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Netral (Sumber: Twitter, 2023)	64
Gambar 39. Contoh <i>Tweet</i> dengan Sentimen Netral (Sumber: Twitter, 2023)	64
Gambar 40. Contoh <i>Tweet Buzzer</i> (Sumber: Twitter, 2023)	68
Gambar 41. Contoh <i>Tweet Buzzer</i> (Sumber: Twitter, 2023)	69
Gambar 42. Contoh <i>Tweet Buzzer</i> (Sumber: Twitter, 2023)	69
Gambar 43. Contoh <i>Tweet Buzzer</i> (Sumber: Twitter, 2023)	69

Gambar 44. Contoh *Tweet Buzzer* (Sumber: Twitter, 2023).....69
Gambar 45. Contoh *Tweet Buzzer* (Sumber: Twitter, 2023).....71
Gambar 46. Contoh *Tweet Buzzer* (Sumber: Twitter, 2023).....71
Gambar 47. Contoh *Tweet Buzzer* (Sumber: Twitter, 2023).....71
Gambar 48. Contoh *Tweet Buzzer* (Sumber: Twitter, 2023).....71



DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, S., Milanda, E., Santari, J., Kesuma, D. T., Silvia, E., & Kurniawan, F. (2023). Analisis Sentimen Belajar Programming Pada Media Sosial Youtube Menggunakan Algoritma Klasifikasi Naive Bayes. *Journal of Information Technology Ampera*, 4(3), 254–264.
- Alhaji, R., & Rokne, J. (2014). *Encyclopedia of social network analysis and mining*. Springer Publishing Company, Incorporated.
- Annur, C. M. (2022). *Survei Ipsos: Indonesia Punya Penggemar Sepak Bola Terbesar di Dunia*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/survei-ipsos-indonesia-punya-penggemar-sepak-bola-terbesar-di-dunia>
- Arianto, B.--. (2021). Analisis Peran Buzzer Media Sosial dalam Memperkuat Kampanye Petani Milenial. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(2).
- Arianto, B. (2019). Buzzer Media Sosial dan Branding Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal UMKM Dewantara*, 2(1), 27–46.
- Arifin. (2011). *Opini Publik*. Pustaka.
- ASPIKOM. (2011). *Komunikasi 2.0*. Mata Padi Pressindo.
- Barber, I. (2010). Bayesian Opinion Mining. *Tersedia Di: Http://Phpir.Com/Bayesian-Opinion-Mining [Diunduh: 10 Nov 2010]*, 2.
- Barisione, M., & Ceron, A. (2017). A digital movement of opinion? Contesting austerity through social media. *Social Media and European Politics: Rethinking Power and Legitimacy in the Digital Era*, 77–104.
- Barisione, M., Michailidou, A., & Airoidi, M. (2019). Understanding a digital movement of opinion: the case of# RefugeesWelcome. *Information, Communication & Society*, 22(8), 1145–1164.
- Berliana, D. R., & Santoso, B. (2023). Elektabilitas Ridwan Kamil Dan Anies Baswedan Dalam Simulasi Pilpres 2024 Di Twitter (Analisis Jaringan Media Sosial Dan Analisis Sentimen Pengguna twitter Terhadap# Ridwankamil dan# Aniesbaswedan). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 150–162.

- Bratawisnu, M. K., & Alamsyah, A. (2018). Social Network Analysis Untuk Analisa Interaksi User Dimedia Sosial Mengenai Bisnis E-Commerce (Studi Kasus: Lazada, Tokopedia Dan Elevenia). *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 107–115.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Press.
- Chrismanto, A. R., & Lukito, Y. (2017). Klasifikasi Komentar Spam Pada Instagram Berbahasa Indonesia Menggunakan K-Nn. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Kesehatan (SNATIK)*, 2, 298–306.
- Creswell, J. . (2010). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*.
- de Haaff, M. (2010). *Sentiment Analysis, Hard But Worth It!, CustomerThink*. retrieved 2010-03-12.
- Dos Santos, C., & Gatti, M. (2014). Deep convolutional neural networks for sentiment analysis of short texts. *Proceedings of COLING 2014, the 25th International Conference on Computational Linguistics: Technical Papers*, 69–78.
- Eriyanto. (2014). Strategi Baru dalam Kajian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. *Jakarta: Prenamedia Group*.
- Eriyanto. (2019). Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on# BubarkanKPAI vs# KamiBersamaKPAI Hashtags. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(3), 167–178.
- Eriyanto. (2020). Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on# BubarkanKPAI vs# KamiBersamaKPAI Hashtags. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 167–178.
- Faulina, A. (2022). *Peran Buzzer dalam Proses Pembentukan Opini Publik di New Media (Studi Kasus pada Akun Media Sosial Buzzer)*. Universitas Andalas.
- Fauziah, D. A., Maududie, A., & Nuritha, I. (2018). Klasifikasi Berita Politik

- Menggunakan Algoritma K-nearest Neighbor. *Berkala Sainstek*, 6(2), 106–114.
- Fortner, R. S., & Fackler, P. M. (2014). *The handbook of media and mass communication theory*. John Wiley & Sons.
- Gamayanti, M. A. (2021). *Komunikasi Sosial*.
- Go, A., Bhayani, R., & Huang, L. (2009). Twitter sentiment classification using distant supervision. *CS224N Project Report, Stanford*, 1(12), 2009.
- Gruzd, A., Paulin, D., & Haythornthwaite, C. (2016). Analyzing social media and learning through content and social network analysis: A faceted methodological approach. *Journal of Learning Analytics*, 3(3), 46–71.
- Hanneman, R. A., & Riddle, M. (2005). *Introduction to social network methods*. University of California Riverside.
- Jackson, M. O. (2008). *Social and economic networks* (Vol. 3). Princeton university press Princeton.
- Kouloumpis, E., Wilson, T., & Moore, J. (2011). Twitter sentiment analysis: The good the bad and the omg! *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 5(1), 538–541.
- Larasaty, D. (2022). Analisis Freedom of Speech di Media Sosial Twitter dengan Kaitannya terhadap Adab Generasi Muda Islam dalam Berinteraksi di Media Sosial. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 27–36.
- Liu, B. (2012). Sentiment analysis and opinion mining. *Synthesis Lectures on Human Language Technologies*, 5(1), 1–167.
- Manalu, B. U. (2014). *ANALISIS SENTIMEN PADA TWITTER MENGGUNAKAN TEXT MINING*. 1–99.
- Maspupah, A., & Hadiana, A. I. D. (2018). Pemetaan Bidang Keilmuan Organisasi Dengan Social Network Analysis. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 366–375.
- Mbaru, E. K., & Barnes, M. L. (2017). Key players in conservation diffusion:

- Using social network analysis to identify critical injection points. *Biological Conservation*, 210, 222–232.
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa, Buku 1 Edisi 6. *Jakarta: Salemba Humanika*.
- Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif (XXVII). *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Nasrullah, R. (2013). *Cyber Media*. Yogyakarta: IDEA Press Yogyakarta.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nasukawa, T., & Yi, J. (2003). Sentiment analysis: Capturing favorability using natural language processing. *Proceedings of the 2nd International Conference on Knowledge Capture*, 70–77.
- Nikmaturachmah, A. S. (2020). *Komunikasi Sosial Dalam Membangun Kerukunan Masyarakat Beda Agama Di Desa Gondangan Kecamatan Jogonalan Kabupaten Klaten*. IAIN Kediri.
- Oswaldo, I. G. (2022). *Elon Musk Resmi Beli Twitter, Ini 6 Fakta di Balikny*.
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6052167/elon-musk-resmi-beli-twitter-ini-6-fakta-di-baliknya>
- Pintoko, B. M., & Lhaksana, K. M. (2018). Analisis Sentimen Jasa Transportasi Online pada Twitter Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier. *EProceedings of Engineering*, 5(3).
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 29–37.
- Prabowo. (2022). *Total Korban Tragedi Kanjuruhan Jadi 754 Orang, 132 di Antaranya Tewas*.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20221013212559-20-860335/total-korban-tragedi-kanjuruhan-jadi-754-orang-132-di-antaranya-tewas>
- Prihantoro, E., Rakhman, F. R., & Ramadhani, R. W. (2021). Digital Movement

- of Opinion Mobilization: SNA Study on# Dirumahaja Vs.# Pakaimasker. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 77–93.
- Putri, D. D., Nama, G. F., & Sulistiono, W. E. (2022). Analisis Sentimen Kinerja Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Pada Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 10(1).
- Rafita, Y. (2014). Social Network Analysis Dalam Melihat Kecenderungan Pemberitaan Pada Akun Twitter “@ Detikcom” Dan “@ Metro_tv.” *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 67–81.
- Rizal, M. (2017). Analisis Sentimen Pengguna Twitter terhadap Objek Pariwisata di Indonesia Menggunakan Algoritma Pengolahan Deep Natural Language dari IBM Insights untuk Twitter. *Skripsi Univ. Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Rohimi, P. (2021). SNA dengan netlytic pada kolom komentar video youtube gus miftah ceramah di gereja. *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era*, 1(1), 360–376.
- Sapountzi, A., & Psannis, K. E. (2018). Social networking data analysis tools & challenges. *Future Generation Computer Systems*, 86, 893–913.
- Saraswati, N. W. S. (2011). Text mining dengan metode naive bayes classifier dan support vector machines untuk sentiment analysis. *Universitas UDAYANA, Teknik Elektro. Denpasar: Universitas UDAYANA*.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Sarwoprasodjo, S. (2022). *Pengertian Komunikasi Sosial*.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: A skill building approach.. USA: John WileyveSons. Inc.*
- Setiamukti, M. F., & Nasvian, M. F. (2023). Social Network Analysis# Usuttuntas Pada Media Sosial Twitter (Data Twitter 11 November 2022). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 124–137.

- Shintarani, V. G., Mayasari, R., & Jajuli, M. (2023). ANALISIS SENTIMEN ULASAN KONSUMEN PADA PRODUK PONSEL PINTAR MENGGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES. *Jurnal Cahaya Mandalika* ISSN 2721-4796 (Online), 4(1), 771–781.
- Soemirat, S. (2012). *Dasar-dasar public relations*.
- Sudianto, U. (2019). *Opini Publik & Pencitraan*. Raja Grafindo Persada.
- Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47–66.
- Tjahyana, L. J. (2019). *Gerakan opini digital# truebeauty pada twitter untuk pemeran film adaptasi komik webtoon*. Petra Christian University.
- Tomasoa, L., Iriani, A., & Sembiring, I. (2019). Ekstraksi Knowledge tentang Penyebaran# Ratnamiliki siapa pada Jejaring Sosial (Twitter) menggunakan Social Network Analysis (SNA). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(6), 677.
- Tsvetovat, M., & Kouznetsov, A. (2011). *Social Network Analysis for Startups: Finding connections on the social web*. “O’Reilly Media, Inc.”
- Ulhaq, A. D. (2013). *lhaq, A. D. (2013). Olahraga dan politik studi kasus peran pemerintah dalam konflik persatuan sepakbola seluruh Indonesia (PSSI)*. 66(1997), 37–39.
- Wang, A. H. (2010). Don’t follow me: Twitter spam detection. *Proc. 5th International Conf. on Security and Cryptography (SECRYPT)*.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–74.
- Wilson, J. Q. (2015). *The Tanner Lectures on Human Values: I. Politics and Polarization II. Religion and Polarization*. Diakses dari University of Utah, [https://tannerlectures.utah.edu/_docume ...](https://tannerlectures.utah.edu/_docume...)
- Yanti, W. N. (2018). *Analisis sentimen media sosial (Twitter) terhadap layanan*

provider telekomunikasi (Telkomsel) menggunakan metode multinomial Naïve Bayes. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Yanuarti, R. (2021). Analisis Media Sosial Twitter Terhadap Topik Vaksinasi Covid-19. *JUSTINDO (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Indonesia)*, 6(2), 121–130.

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.

