

# BAB I

## PENDAHULUAN

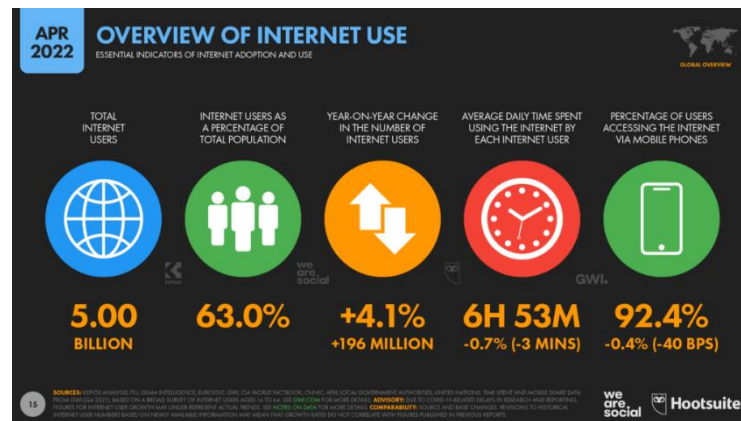
### 1.1 Latar Belakang

Revolusi komunikasi yang terjadi pada era industri 4.0 merupakan hasil dorongan dari berbagai penemuan di bidang teknologi komunikasi. Inovasi-inovasi datang dari tangan manusia dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan mereka. Proses berkomunikasi antara satu orang dengan orang lainnya menjadi lebih mudah pada era ini, dimana seseorang dapat berhubungan dengan orang lainnya atau sekelompok orang tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Semula ruang dan waktu menjadi kendala utama dalam proses berkomunikasi dan juga mencari informasi antar manusia. Adanya revolusi komunikasi teknologi dapat menghubungkan dua orang yang berada di tempat yang berbeda dapat tetap berkomunikasi, manusia dapat mengakses informasi terbaru setiap detiknya. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang fenomenal adalah internet.

Internet merupakan jaringan komunikasi global yang menghubungkan satu komputer dengan komputer lainnya di seluruh dunia meskipun berbeda operasi dan mesin (Ahmadi & Hermawan, 2013). Internet memiliki fungsi yang sangat beragam yaitu sebagai media interaksi, sarana untuk melakukan pertukaran data, media untuk mencari data atau informasi yang diinginkan, ataupun sebagai fungsi komunitas. Seperti pada saat ini dimana wabah virus Covid-19 sedang melanda seluruh dunia, internet memiliki peran besar untuk kegiatan sehari-hari manusia yang terbatas oleh ruang dimana semua kegiatan harus dilakukan dari tempat tinggalnya masing-masing. Sehingga hampir di seluruh dunia sudah merasakan internet sebagai salah satu hasil dari perkembangan teknologi. Dalam laporan *We Are Social* pada bulan April 2022 lalu, tercatat bahwa pengguna internet di dunia telah sampai pada angka 5 M jiwa. Hal ini menjadi bukti bahwa mayoritas masyarakat dunia sudah merasakan fitur-fitur yang bisa didapatkan dari

penggunaan internet. Internet hadir untuk mendukung proses komunikasi antar manusia sehingga tidak adanya lagi batasan untuk berinteraksi.

Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Dunia



Sumber : (A. D. Riyanto, 2022)

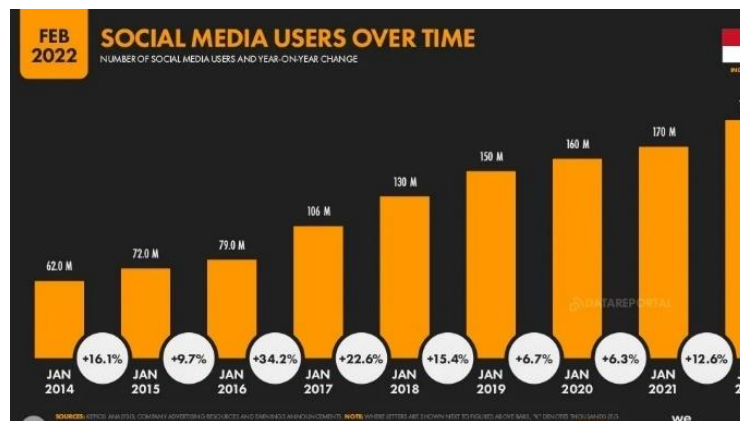
Menurut laporan dari *We Are Social* masyarakat Indonesia yang mengakses internet pada awal 2022 mencapai 204,7 juta orang. Tentunya itu bukan merupakan angka yang kecil, dimana pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7% dari keseluruhan jumlah masyarakat Indonesia yang berjumlah 277,7 juta jiwa. Rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan internet selama 8 jam 36 menit per harinya, sedangkan untuk mengakses media sosial menghabiskan waktu rata-rata 3 jam 17 menit per harinya. Data tersebut menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia menghabiskan 1/3 waktunya dalam 24 jam untuk mengakses internet dan menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia membutuhkan informasi baru setiap harinya dan membutuhkan interaksi dengan berkomunikasi dengan orang lain.

Banyaknya jumlah pengguna internet dikarenakan manfaat internet yang dapat membuat semua orang tanpa memandang latar belakang ras, suku, atau agama untuk dapat berkomunikasi satu sama lain, karena di dalam internet memang disediakan banyak sarana pendukung bagi manusia untuk melakukan proses komunikasi. Selain untuk berkomunikasi, internet pun dapat membantu manusia untuk menemukan informasi apa saja yang mereka inginkan dengan waktu yang

relatif cepat. Keefektifan dan efisiensi dari internet membuat manusia menggunakan internet untuk kebutuhan pekerjaan mereka sehari-hari.

Salah satu bentuk baru yang ditawarkan oleh media internet dalam proses komunikasi adalah media sosial. Media sosial dapat didefinisikan sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu, komunitas, dan organisasi untuk berkolaborasi, menjalin interaksi, dan membangun komunitas yang memungkinkan mereka untuk membuat, mengkreasi secara bersama-sama, memodifikasi, berbagi, dan terlibat dengan konten yang dibuat pengguna (McCay-Peet & Quan-Haase, 2017). Ciri khas yang membedakan media sosial dengan media *online* lainnya yaitu, pertama, basis dari media sosial sendiri adalah internet, untuk dapat mengakses media sosial seseorang harus tersambung oleh internet. Kedua, pengguna dapat mengkreasi isi sesuai keinginan seperti tulisan, gambar, dan juga video. Ketiga, adanya interaksi dengan pengguna, sehingga tercipta proses komunikasi dua arah. Keempat, memungkinkan penggunaanya untuk dapat berbagi isi pesan, mengkreasikan isinya secara bersama-sama, mengubah dan juga memodifikasi isi pesan (Eriyanto, 2021). Bentuk media sosial dapat sangat beragam, namun dengan memiliki keempat ciri tersebut sebuah media sudah dapat dikatakan sebagai media sosial.

Gambar 1. 2 Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber : (A. D. Riyanto, 2022)

Pada Indonesia tingkat pengguna media sosial sangat tinggi, hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan yang signifikan setiap tahunnya dari tahun 2014 mengenai jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang dilakukan oleh We

*We Are Social*. Terlihat pada gambar 1.2 yang menunjukkan adanya peningkatan sebanyak 12,6% sejak Januari 2021 sampai dengan Januari 2022, sehingga jumlah pengguna media sosial di Indonesia menyentuh angka 191 juta jiwa. Media sosial yang diakses pun sangat beragam, berdasarkan hasil survey *We Are Social* menunjukkan platform yang paling sering digunakan adalah Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram, dan Twitter.

Munculnya media digital terutama media sosial menimbulkan banyaknya aktivisme digital atau gerakan sosial, ranah digital dilihat sebagai medium untuk menciptakan mobilisasi dan dukungan pada sebuah gerakan sosial (Van Laer & Van Aelst, 2010). Studi lain umumnya mengaitkan dan juga melihat media digital dengan gerakan sosial yakni sebuah gerakan yang diinisiasi oleh seorang aktor dari gerakan sosial yang mempunyai tujuan dan kepentingan tertentu. Hal menarik dari aktivisme digital ini adalah adanya pengembangan konsep aktivisme digital yang diberi nama Gerakan Opini Digital (*Digital Movement of Opinion*). Konsep ini menjadi perantara dari dua perdebatan penting terkait dengan partisipasi warga yaitu warga mayoritas yang menyampaikan pendapatnya secara diam-diam yang umumnya diketahui melalui survei opini publik dan gerakan sosial yang ditandai dengan adanya aktivitas sekelompok orang dengan organisasi, isu, dan juga pemimpin yang jelas (Barisione & Ceron, 2017). Bentuk opini digital yang muncul pun sangat beragam yaitu seperti memberi tanggapan dengan membuat *posting*, meme, mengomentari pendapat antar pengguna atas suatu isu, dan sebagainya.

Empat ciri utama yang diidentifikasi dari gerakan opini digital yaitu pertama, spontan dan tidak terorganisasi, dimana para pengguna menyampaikan pendapat dan kritiknya secara langsung begitu membaca berita mengenai sebuah isu. Tidak ada aktor yang memimpin dari gerakan penyampaian opini tersebut. Kedua, usia dari gerakan ini tidak panjang, karena opininya bersifat spontan dikarenakan perhatian atas sebuah isu bisa cepat berubah. Ketiga, pendapat yang muncul umumnya homogen, yaitu pendapat yang disampaikan jelas, mendukung atau mengkritik suatu isu. Keempat, bersifat lintas sektoral, yaitu banyak kelompok yang terlibat. Empat ciri tersebut yang membedakan gerakan opini digital dengan gerakan sosial lainnya, dimana pada gerakan sosial seluruh kegiatannya terorganisir dan memiliki pemimpin dengan tujuan yang sama (Barisione & Ceron, 2017).

Dalam gerakan opini digital tagar memiliki peran yang penting untuk dapat melihat pergerakan dari sebuah isu. Peranan tagar dalam menciptakan sebuah komunitas imajinatif, dimana tagar memberi imajinasi tentang ruang besar dimana orang-orang bisa berbagi pendapat mereka mengenai suatu topik yang sama (Bruns & Burgess, 2012). Tagar bisa memancing seseorang untuk mengemukakan pendapatnya dengan cara mengunggah. Melalui tagar yang emosional dapat mendorong opini spontan dan membuat tingkat pembahasan dalam suatu isu menjadi tinggi. Dengan adanya tagar dapat mengidentifikasi apa yang menjadi penyebab masalah, siapa yang menjadi penyebab sebuah masalah, dan apa rekomendasi solusi yang dapat menyelesaikan masalah tersebut. Tagar juga berisikan opini terhadap suatu isu dalam bentuk dukungan maupun penolakan terhadap sebuah isu.

Penggunaan tagar identik digunakan dalam media sosial Twitter, dimana tagar menjadi salah satu keunggulan dari media sosial tersebut selain adanya fitur *trending topic*. Twitter memberikan fitur tersebut agar penggunanya dapat dengan mudah mencari topik atau isu yang ingin mereka ketahui tanpa harus kesulitan dengan memilah-milah di antara banyaknya informasi lain. Tak jarang tagar-tagar yang muncul di Twitter menjadi *trending topic* dikarenakan isu yang diangkat dianggap penting dan memancing emosional dari pengguna Twitter.

Salah satu tagar yang menjadi *trending topic* dan menyita perhatian di media sosial Twitter adalah #PercumaLaporPolisi dan #PolriPresisi dimana tagar tersebut membicarakan isu mengenai Kepolisian Republik Indonesia Topik ini dianggap penting dikarenakan berkaitan dengan menurunnya rasa kepercayaan masyarakat terhadap lembaga yang seharusnya mendapat kepercayaan penuh dari masyarakat untuk menjadi kekuatan utama dalam menjaga keamanan negara Indonesia. #PercumaLaporPolisi cukup sering menjadi *trending topic* pada media sosial Twitter dikarenakan banyaknya kasus yang terbengkalai atau tidak diproses dengan maksimal oleh pihak Polri. Adapun beberapa kasus yang memicu munculnya #PercumaLaporPolisi yaitu kasus pemerkosaan tiga anak oleh sang ayah di Luwu Timur pada bulan Oktober 2021 yang dihentikan oleh pihak kepolisian hanya 2 bulan setelah ibu korban melaporkan perbuatan pelaku tanpa alasan yang jelas. Kasus kedua terjadi pada bulan Oktober 2021 dimana korban pemalakan yang

melaporkan adanya pemalakan dan penganiayaan justru ditetapkan menjadi tersangka di Pasar Gambir, Medan. Korban ditetapkan menjadi tersangka setelah pelaku melakukan pelaporan balik atas luka cakaran dan pukulan yang dilakukan sebagai perlindungan diri dari korban. Kasus lainnya terjadi pada Januari 2022 mengenai seorang pengemudi ojek online berinisial CH yang melaporkan atas kehilangan sepeda motornya kepada pihak kepolisian yang laporannya ditolak dan CH justru mendapat pukulan dari pihak kepolisian. Kasus terbaru yang terjadi adalah kasus pengancaman kepada ibu muda di Padalarang pada bulan Mei 2022 yang mengakibatkan hilangnya nyawa ibu muda tersebut (Pununtun, 2022). Hal ini sangat disayangkan oleh masyarakat dikarenakan aksi kriminal tersebut dapat dicegah bila pihak kepolisian cepat dan tanggap atas laporan adanya ancaman dan juga pembobolan rumah oleh pelaku.

Isu ini memiliki unsur emosional yang tinggi, sehingga memancing pendapat pro dan kontra di kalangan pengguna Twitter. Pengguna media sosial Twitter menyatakan sikapnya dengan menyertakan tagar dalam *postingannya* yaitu pihak yang pro terhadap Polri menggunakan tagar #PolriPresisi, sementara untuk yang kontra menggunakan tagar #PercumaLaporPolisi. Adanya perbedaan pendapat dalam cuitan di Twitter dengan menggunakan kedua tagar yang berbeda menjadi kesempatan yang baik untuk menguji apakah tagar tertentu lebih memancing minat pengguna media sosial atau tidak. Kasus ini terjadi pada tanggal 21 Mei 2022. Tagar #PercumaLaporPolisi ini sempat menduduki puncak pembicaraan (*trending topic*) selama beberapa hari pada linimasa Twitter, sedangkan tagar #PolriPresisi menjadi balasan atas munculnya tagar #PercumaLaporPolisi.

Gambar 1. 3 Trending Topic Tagar #PercumaLaporPolisi Pada Media Sosial Twitter Pada 21 Mei 2022



Sumber : (Twitter, 2022)

Sebuah topik besar di media sosial akan menciptakan jaringan di antara penggunanya. Jaringan di media sosial terdiri dari aktor yakni akun media sosial dan juga relasi yang menghubungkan antara satu akun dengan akun yang lain. Relasi ini muncul ketika seseorang mengunggah sebuah pesan, dan kemudian cuitan tersebut dibalas oleh pengguna media sosial yang lain. Relasi (*link*) baru muncul jika seorang pengguna mengunggah sesuatu pada akun media sosialnya. Bentuk relasi bermacam-macam, contohnya di Twitter terdapat *tweet*, *mention*, *reply*, *replies to*, *retweet*, dan *mentions in retweet*. Dalam sebuah jaringan terdapat struktur yang akan menjelaskan siapa aktor yang dominan dalam sebuah isu, kepadatan dalam jaringan tersebut, jarak antara satu aktor dengan aktor lainnya dalam sebuah jaringan, adanya kelompok dalam sebuah jaringan, serta mengetahui apakah proses komunikasi di dalam jaringan terjadi timbal balik atau tidak.

Berdasarkan adanya fenomena terkait salah satu lembaga penting pada negara Indonesia yaitu Kepolisian Republik Indonesia yang menuai pro dan kontra dari masyarakat yang disampaikan pada media sosial Twitter, membuat peneliti tertarik untuk menganalisis jaringan media sosial pada isu tersebut melalui tagar yang digunakan oleh masyarakat yaitu #PercumaLaporPolisi dan #PolriPresisi, sehingga dapat diketahui struktur jaringan, aktor, dan kelompok yang berkontribusi dalam isu tersebut, serta melihat bagaimana tagar dapat mempengaruhi gerakan opini digital pada media sosial terkait sebuah isu.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah struktur jaringan berdasarkan tiga level analisis jaringan media sosial, yaitu level struktur jaringan, level kelompok, dan level aktor melalui media sosial Twitter terkait isu Kepolisian Republik Indonesia melalui tagar #PercumaLaporPolisi dan #PolriPresisi?
2. Apakah tagar yang berbeda dalam isu yang sama yaitu tagar #PercumaLaporPolisi dan #PolriPresisi dapat menciptakan mobilisasi opini yang berbeda?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Menggambarkan struktur jaringan berdasarkan tiga level analisis jaringan media sosial yaitu, struktur jaringan, relasi/kelompok jaringan dan aktor-aktor terkait isu Kepolisian Republik Indonesia pada media sosial Twitter melalui tagar #PercumaLaporPolisi dan #PolriPresisi.
2. Mendeskripsikan terkait penggunaan tagar tertentu dalam suatu isu dapat memberi dampak berbeda pada mobilisasi opini digital.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat secara akademis dan juga praktis, berikut adalah manfaat dari penelitian ini :

### 1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat menambah pengetahuan mengenai metode analisis jaringan media sosial sebagai metode yang digunakan untuk menggambarkan dan memetakan struktur jaringan yang ada dalam sebuah percakapan di media sosial. Melalui topik yang penting bagi



masyarakat Indonesia yaitu mengenai lembaga Kepolisian Republik Indonesia diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai jaringan yang terbentuk berdasarkan opini digital yang dikemukakan pada media sosial yang diteliti yaitu Twitter.

Kemudian untuk menambah pengetahuan dalam kajian ilmu komunikasi yang menjelaskan penggunaan teori komunikasi yaitu teori gerakan opini digital dalam aktivitas digital pada ranah digital. Dimana nantinya akan terlihat gambaran mengenai pergerakan opini digital yang secara temporal memiliki usia yang tidak panjang dikarenakan sifatnya yang spontan dan berisikan opini yang bersifat dukungan maupun kritikan terhadap isu Kepolisian Republik Indonesia.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai proses analisis jaringan komunikasi menggunakan perangkat lunak Netlytic.org dan Gephi, serta dapat menambah wawasan kepada seluruh masyarakat dalam menggunakan media sosial untuk beropini di ranah publik.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan informasi bagi lembaga Kepolisian Republik Indonesia mengenai kinerja mereka di mata masyarakat Indonesia melalui opini digital masyarakat Indonesia di media sosial Twitter melalui #PercumaLaporPolisi dan #PolriPresisi pada rentang waktu 21-26 Mei 2022.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan penjelasan mengenai penelitian terdahulu, konsep dan teori mengenai gerakan opini digital, kerangka berpikir dalam penelitian, serta hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan penjelasan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini, populasi dalam penelitian, metode pengumpulan dan juga analisis data, serta waktu penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan mengenai temuan-temuan yang didapatkan peneliti yang berisikan data penelitian sesuai dengan variabel, indikator penelitian, dan juga menjawab rumusan masalah pada penelitian. Selain itu pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisis jaringan media sosial dengan topik bahasan pada isu Kepolisian RI melalui tagar #PercumaLaporPolisi dan tagar #PolriPresisi.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan argument terakhir dari peneliti setelah melakukan proses analisis dan juga pembahasan dalam menjawab masalah pada penelitian. Serta berisikan mengenai usulan dan pendapat peneliti berkaitan dengan upaya pemecahan masalah penelitian.