

Perang Narasi di Instagram: Analisis Sentimen dan Pola Komunikasi Netizen Terkait Hasil Pilpres 2024

Ming Ho, Agustinus Rusdianto Berto, Endah Muwarni*

Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 17/05/2024

Revised : 02/07/2024

Published : 31/07/2024



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 1

Halaman : 79 - 88

Terbitan : **Juli 2024**

Terakreditasi [Sinta Peringkat 4](#) berdasarkan Ristekdikti No. 152/E/KPT/2023

ABSTRAK

Kemampuan media sosial dalam menciptakan ruang dialog antara politisi dan publik, serta menarik perhatian pemilih muda, menjadikan media sosial semakin vital bagi politisi untuk melakukan personal branding lewat media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk menganalisis jaringan komunikasi dan sentimen netizen di media sosial mengenai postingan @IDNTimes pada tanggal 16 Maret 2024 dengan judul "Prabowo-Gibran Menang Pilpres 2024 di 25 Provinsi". Metode Social Network Analysis menganalisa jaringan dan komentar Instagram dengan bantuan aplikasi Voyant dan Gephi 10.1. Studi ini menemukan bahwa perhitungan sentralitas derajat dapat digunakan untuk mengidentifikasi individu yang menonjol. Analisis betweenness centrality menyoroti peran @Dinasasmitareal sebagai perantara utama antara aktor lain dalam jaringan, menegaskan pengaruhnya dalam menghubungkan komunikasi di antara mereka. Sedangkan analisis closeness centrality, kelima aktor yang terlibat menunjukkan tingkat aksesibilitas yang setara dalam berinteraksi di jaringan. Dalam hal teks analisis kata "menang" paling banyak di sebutkan yaitu sebanyak 14 kata, namun ada jumlah komentar yang negatif yang mengekspresikan keraguan terhadap kemenangan Paslon nomor 02.

Kata Kunci : Personal Branding; Instagram; Analisis Komentar.

ABSTRACT

The ability of social media to create a dialog space between politicians and the public, as well as attracting the attention of young voters, makes social media increasingly vital for politicians to conduct personal branding through social media. This research uses quantitative and qualitative approaches to analyze netizen communication networks and sentiments on social media regarding the @IDNTimes post on March 16, 2024 with the title "Prabowo-Gibran Wins 2024 Presidential Election in 25 Provinces". The Social Network Analysis method was used to analyze the network and Instagram comments with the help of the Voyant and Gephi 10.1 applications. This study found that degree centrality calculations can be used to identify prominent individuals.. The betweenness centrality analysis highlights the role of @Dinasasmitareal as the main intermediary between other actors in the network, emphasizing its influence in connecting communication between them. As for the closeness centrality analysis, the five actors involved showed equal levels of accessibility in interacting in the network. In terms of text analysis, the word "menang" was mentioned the most, with 14 words, there was a negative number of comments expressing doubt about the Prabowo-Gibran's victory.

Keywords : Personal Branding; Instagram; Comment Analysis.

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Pada era digital yang terus berkembang, Media sosial memainkan peran penting dalam memengaruhi opini publik, sejalan dengan perkembangan teknologi yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. (Bracciale & Martella, 2017; Fadhlurrohman & Purnomo, 2020) teknologi informasi yaitu media sosial membuka pintu bagi terciptanya platform-platform komunikasi digital yang memungkinkan interaksi dan komunikasi dengan audiens menjadi lebih mudah untuk dilakukan khususnya pada konteks ini adalah bagi para politisi. Politisi di berbagai negara telah memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan konstituennya, berdialog langsung dengan masyarakat, dan memfasilitasi diskusi politik. Kemampuan media sosial dalam menciptakan ruang dialog antara politisi dan publik, serta menarik perhatian pemilih muda, menjadikan media sosial semakin vital bagi politisi. Hal ini juga disebabkan oleh peran media sosial sebagai alternatif dalam menyediakan informasi yang akan disiarkan atau disebarkan secara terbuka kepada publik (Zhang et al., 2018).

Instagram adalah salah satu media sosial populer di Indonesia dan dunia. Dengan pertumbuhan pesat, Instagram menduduki peringkat tinggi di antara platform media sosial. (Instagram Business Team, 2021) menyatakan bahwa Instagram adalah platform pilihan utama untuk berinteraksi dengan brand melalui komentar, balasan *story*, kuis, dan tanya jawab. Peran Instagram tidak hanya untuk kepentingan personal tetapi juga memudahkan komunitas dalam berinteraksi (Ramadhanti & Setyanto, 2018). Dalam konteks politik, Instagram menjadi alat penting bagi politisi untuk memperkenalkan diri kepada pemilih dan membangun citra serta personal branding mereka. Penelitian ini akan mengeksplorasi peran Instagram dalam mendukung personal branding politisi dan bagaimana sentimen serta pola komunikasi pada komentar-komentar netizen mencerminkan dinamika politik yang kompleks di Indonesia. Namun, media sosial seperti Instagram juga memungkinkan aktor politik memanipulasi lingkungan politik dan memanfaatkan wacana yang ada (Borge et al., 2023).

Komentar netizen di Instagram sering kali menjadi sorotan, terutama terkait personal branding, pesan promosi, dan opini terhadap calon presiden dan wakil presiden di Indonesia. Personal branding melibatkan penciptaan identitas merek yang kuat dan konsisten, yang digunakan untuk mencapai tujuan pribadi dan profesional, dengan fokus pada keaslian, kredibilitas, dan keahlian (Haroen, 2014). Media sosial dapat membantu menyebarkan berbagai materi politik, meningkatkan paparan publik terhadap isu politik, dan mendorong partisipasi politik (Borge et al., 2023). Fenomena ini mencerminkan partisipasi politik aktif dan memunculkan perdebatan serta tantangan terkait opini publik dalam proses demokrasi. Komentar-komentar netizen terhadap iklan dan postingan terkait calon presiden dan wakil presiden menunjukkan beragam sudut pandang masyarakat. Dengan banyaknya aktor yang aktif di media sosial seperti Instagram, penting untuk mempertimbangkan klasifikasi aktor berdasarkan penggunaan akun mereka (Farzam et al., 2023).

Postingan Instagram @IDNTimes pada 16 Maret 2024 berjudul "Prabowo-Gibran Menang Pilpres 2024 di 25 Provinsi" mendapat 9.004 likes dan 1.148 komentar, menunjukkan reaksi masyarakat yang tinggi. Postingan tersebut membahas kemenangan Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024 di Indonesia. Komentar-komentar netizen beragam, dari dukungan hingga kritik, serta kecurigaan adanya kecurangan. Postingan ini menunjukkan bagaimana media sosial menjadi tempat masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses politik dan mengekspresikan pandangan mereka.



Gambar 1: Postingan Pada Instagram @idntimes

Masih sedikit penelitian yang menganalisis pola serta sentimen dari komentar-komentar netizen terkait hasil pemilihan presiden dan wakil presiden. Adapun terdapat beberapa penelitian terdahulu mengulas dan menganalisis pola komunikasi dan sentimen netizen dari pemilihan presiden dan wakil presiden adalah penelitian yang ditulis oleh Hastuti et al. (2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbincangan

netizen di media sosial tentang pilihan politik dan Capres 2024 di Twitter. Bukan hanya keterbatasan mengenai penelitian yang menganalisis pola serta sentimen dari komentar-komentar netizen terkait hasil pemilihan presiden dan wakil presiden saja yang masih minim, keterbatasan penelitian yang membahas mengenai jaringan komunikasi komentar-komentar di media sosial Instagram juga ternyata masih sangat jarang. Penelitian Hastuti et al. (2023) yang hanya menganalisa komentar atau tweet yang berada di media sosial Twitter. Penelitian ini mencoba untuk memperluas kajian penelitian tersebut, berdasarkan rekomendasi penelitian Hastuti et al. (2023) yaitu penelitian soal jaringan media dapat ditingkatkan lagi dengan menambahkan liputan data di berbagai media sosial dalam rangka menemukan lebih banyak node atau akun berpengaruh.

Penelitian ini memperluas analisis dengan menerapkan metode yang sama pada platform Instagram, sementara penelitian terdahulu hanya berfokus pada Twitter. Peneliti akan menganalisis komentar pada salah satu unggahan di Instagram untuk memperkaya pemahaman tentang dinamika komunikasi dan persepsi publik dalam konteks pemilihan presiden. Selain menganalisis sentimen positif dan negatif, peneliti menggunakan metode Social Network Analysis (SNA) untuk mempelajari pola struktur jaringan komunikasi serta persepsi netizen terkait kemenangan Paslon nomor 02 dalam pemilihan presiden 2024 di Indonesia. Jaringan komunikasi mencerminkan pola interaksi yang mendasari pertukaran pesan dan informasi. Instagram, sebagai platform media sosial, memungkinkan pengguna mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Penelitian ini bertujuan mendalami pola komunikasi dan interaksi di Instagram, khususnya terkait hasil pemilihan presiden, untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola struktur jaringan komunikasi dan komentar-komentar positif dan negatif serta persepsi netizen di Instagram terkait hasil kemenangan dari Paslon nomor 02 yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dalam pemilihan calon presiden dan wakil presiden 2024 di Indonesia. Dengan memahami dinamika dan persepsi masyarakat yang terungkap di Instagram, kita dapat mengeksplorasi implikasi politik dan sosial dari kemenangan tersebut, memahami dinamika komunikasi dan interaksi dalam jaringan sosial tersebut, serta mengukur pengaruh dan peran penting aktor-aktor di dalamnya. Serta mengidentifikasi tantangan dan risiko yang terkait dengan politik digital dan pembentukan opini publik. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan politik, peneliti, dan masyarakat umum dalam memahami peran Instagram dalam proses demokrasi dan perubahan politik di Indonesia.

B. Metode Penelitian

Metodologi penelitian penggunaan dan komentar media sosial harus mampu menangkap interaksi dinamis antara penggunaan media sosial dan konteks sosial, karena perilaku manusia dipengaruhi oleh situasi sosial yang kompleks (Latané et al., 2008; Montano & Kasprzyk, 2015). Social Network Analysis (SNA) adalah pendekatan yang cocok untuk menangkap interaksi-interaksi ini. SNA menganalisis struktur interaksi dengan menandai obyek-obyek yang berinteraksi seperti individu atau entitas lain sebagai simpul dan hubungan di antara mereka sebagai lines atau edges, memungkinkan pembuatan grafik jaringan yang kemudian dapat dianalisis secara institusional (Nie et al., 2023). Dengan menggunakan SNA dan analisis sentimen, peneliti dapat memahami hubungan dan struktur dalam suatu jaringan, serta mengidentifikasi pola dan intensitas hubungan di antara aktor-aktor dalam jaringan tersebut (Bakry & Kusmayadi, 2021). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif untuk menganalisis isi komentar. Peneliti akan melakukan analisis teks dengan mengkategorikan teks menjadi positif dan negatif menggunakan pendekatan kualitatif. Namun, karena banyaknya teks yang dianalisis pada unggahan @IDNtimes, maka peneliti akan menggunakan sebagian contoh untuk analisis pemaknaannya. Pertimbangan komentar yang dijadikan contoh oleh peneliti adalah komentar tersebut masuk kedalam kata-kata yang sering muncul, komentar tersebut memiliki pemaknaan komentar positif atau negatif, dan komentar tidak mengandung kata-kata yang mengandung kata SARA ataupun jorok. Terdapat tiga pengukuran sentralitas: *degree centrality*, *betweenness centrality*, dan *closeness centrality*. Algoritma ini menggunakan teori graf untuk menghitung pengaruh setiap node dalam jaringan. Setiap ukuran sentralitas memiliki definisi tersendiri mengenai besar "pengaruh" tersebut, namun

secara umum memberikan gambaran tentang tingkat konektivitas node tersebut (Bratawisnu & Alamsyah, 2019). Penjelasan lebih lanjut tentang pengukuran centrality dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Tabel pengukuran *centrality* dalam metodologi SNA

Pengukuran <i>Centrality</i>	Definisi
<i>Degree Centrality</i>	untuk mengidentifikasi aktor yang memiliki peran paling signifikan berdasarkan jumlah koneksi atau hubungan dengan aktor lain dalam jaringan.
<i>Closeness Centrality</i>	Untuk mengevaluasi seberapa cepat atau mudah sebuah node dalam jaringan dapat terhubung dengan node lainnya.
<i>Betweenness Centrality</i>	digunakan untuk mengevaluasi seberapa sering suatu simpul (<i>node</i>) menjadi perantara dalam menghubungkan <i>node</i> lain dalam jaringan. Metrik ini membantu dalam memahami posisi atau peran sebuah simpul dalam jaringan sosial.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi aktor-aktor kunci dalam jaringan sosial Instagram terkait hasil pemilihan presiden. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang struktur dan dinamika komunikasi di Instagram serta kontribusi dalam memahami pengaruh media sosial dalam konteks politik dan persepsi publik. Permasalahan penelitian ini adalah visualisasi jaringan, pola komunikasi, dan pengelompokan komentar positif atau negatif pada unggahan @IDNTimes tanggal 16 Maret 2024 berjudul "Prabowo-Gibran Menang Pilpres 2024 di 25 Provinsi". Populasi penelitian mencakup semua komentar di kolom komentar, dengan sampel berupa semua komentar pada unggahan tersebut dari 16 Maret 2024 hingga 18 Maret 2024. Analisis teks pada kolom komentar menggunakan perangkat lunak Voyant secara kuantitatif dan kualitatif. Peneliti akan menganalisis kata-kata yang paling sering muncul dalam komentar atau balasan, kemudian mengkategorikan komentar sebagai positif, netral, atau negatif untuk memahami teks secara lebih holistik, mengingat teks negatif belum tentu bermakna negatif, begitu pula sebaliknya. Selanjutnya, peneliti akan melakukan analisis jaringan sosial (SNA) menggunakan perangkat lunak Gephi 10.01. Data diambil dari 238 komentar dan disaring menjadi 100 dataset, terdiri dari 100 node dan 54 edge. Graf jaringan bersifat undirected, artinya tidak memiliki arah dalam interaksi antar node. Visualisasi graf jaringan dengan komentar pada unggahan tersebut juga akan disajikan.

Proses pengumpulan data penelitian terbagi menjadi dua langkah. Pertama, peneliti menggunakan teknik text mining dengan bantuan website exportcomments.com. *Text mining* adalah proses mengumpulkan informasi dari teks yang tidak terstruktur (Dang & Ahmad, 2014). Dengan text mining, peneliti dapat mengumpulkan data pengguna Instagram yang mengomentari, mention, dan membalas komentar pada unggahan tersebut. Hasil *export* komentar ini akan diformat dalam bentuk excel. Proses *export* adalah pengambilan informasi berguna dari data yang tidak terstruktur atau semi-terstruktur (Borgatti et al., 2024).

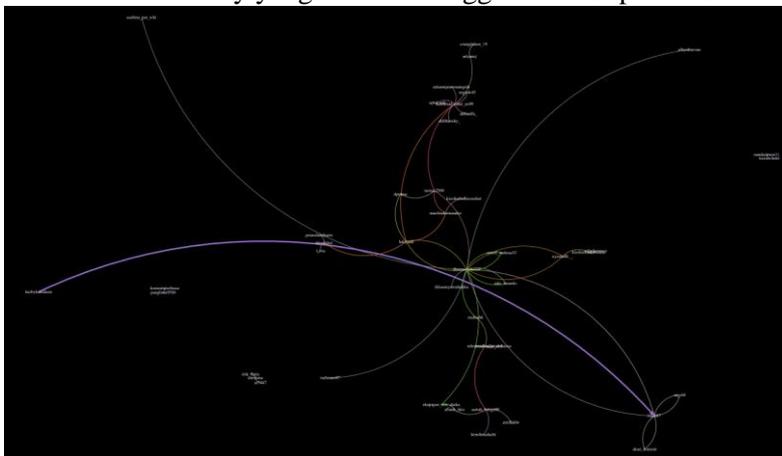
Langkah kedua adalah processing data. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan proses pembersihan dengan menghapus *noise* dan komentar yang tidak relevan, seperti spam, iklan, atau yang tidak terkait dengan Pilpres 2024, serta menghapus komentar dari akun bot. Setelah pemrosesan data, peneliti melakukan analisis data menggunakan nilai sentralitas (Degree Centrality, Closeness Centrality, dan Betweenness Centrality). Menurut (Borgatti et al., 2024). Nilai sentralitas adalah jumlah koneksi yang dimiliki oleh sebuah node, dibagi dengan jumlah koneksi maksimum yang mungkin dimiliki oleh node tersebut dalam jaringan yang terhubung. Dalam menganalisis jenis-jenis dari sentralitas, terdapat beberapa aspek yang dapat diamati. *in-degree centrality* mengacu pada jumlah hubungan yang dimulai oleh aktor tertentu berdasarkan ikatan atau koneksi, seperti jumlah pengguna yang melakukan retweet atau menyebutkan pengguna tertentu (Himmelboim & Golan, 2019). Sementara itu, *out-degree centrality* mencerminkan seberapa sering komentar atau postingan tersebut dibagikan.

Aktor yang menjadi fokus analisis penelitian ini adalah lima pengguna teratas yang aktif dalam berkomentar pada unggahan tersebut, hal ini dapat ditentukan oleh *degree*, *in-degree* dan *out-degree*. sentralitas secara umum digunakan untuk memahami seberapa kuat hubungan antara satu aktor dengan aktor lainnya dalam suatu jaringan (Himmelboim & Golan, 2019).

C. Hasil dan Pembahasan

Analisis Jaringan

Unggahan feed @IDNTimes “Prabowo-Gibran Menang Pilpres 2024 di 25 Provinsi” ramai dengan komentar, hal ini dibuktikan hingga tanggal 18 Maret 2024 unggahan tersebut sudah mengumpulkan total komentar sebanyak, yang dimana apabila dibandingkan dengan 10 unggahan sebelum unggahan feed @IDNTimes “Prabowo-Gibran Menang Pilpres 2024 di 25 Provinsi” yang terdapat pada feeds Instagram @IDNTimes, masing-masing postingan hanya memiliki komentar sebesar 83 komentar secara rata-rata. Peneliti melakukan analisis sentralitas terhadap unggahan tersebut, yang dimana analisis sentralitas sendiri dilakukan dalam analisis jaringan sosial untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peran serta pengaruh dari setiap node (atau aktor) dalam jaringan tersebut. Dengan mengukur *centrality*, kita dapat mengetahui seberapa penting atau berpengaruh sebuah node dalam menyebarkan informasi, memediasi hubungan antar node lainnya, atau menjadi pusat kekuatan dalam jaringan. Analisis centrality memungkinkan kita untuk mengidentifikasi node yang paling vital dan strategis dalam jaringan sosial, yang dapat memberikan wawasan penting tentang struktur dan dinamika hubungan antar aktor dalam suatu komunitas atau lingkungan sosial. Perangkat lunak yang digunakan untuk memvisualkan centrality yang di ukur menggunakan Gephi 10.01.



Gambar 2: Visualisasi Analisis Jaringan Unggahan @IDNTimes

Dalam melihat hubungan antar node atau aktor pada kolom komentar di unggahan *feed* @IDNTimes “Prabowo-Gibran Menang Pilpres 2024 di 25 Provinsi”, peneliti menggunakan bantuan aplikasi gephi yang dimana peneliti menemukan nilai *degree*, *in-degree*, dan juga *outdegree* dari tiga aktor yang paling aktif dalam memberikan komentar pada unggahan tersebut. Dalam analisis *degree centrality*, metode ini digunakan untuk mengidentifikasi aktor yang memiliki peran paling signifikan berdasarkan jumlah koneksi atau hubungan dengan aktor lain dalam jaringan. Dibawah ini adalah tabel yang menampilkan lima aktor dengan peringkat teratas dalam hal *degree centrality*.

Tabel 2: Nilai *Degree* Unggahan Instagram @IDNTimes

ID	Label	Nilai <i>Degree</i>	In-Degree	Out-Degree
Dinasasmitareal	Dinasasm...	17	8	9
Mhmmad.asdar_ax09	Mhmma...	8	8	0
Rojak07	Rojak07	7	4	3
bdityask	bdityask	6	2	4
Mixue2500	Mixue2500	4	1	3

Nilai *degree* menunjukkan bahwa dari akun Instagram atau aktor yang memiliki pengaruh paling besar atau sekaligus menjadi aktor yang paling populer dan aktif dalam membahas terkait unggahan instagram tersebut adalah @Dinasasmitareal, dengan nilai *degree centrality* sebesar 17, hal ini sekaligus juga menunjukkan bahwa terdapat 17 akun atau aktor yang terhubung atau tertaut dengan @Dinasasmitareal. Pada urutan kedua oleh akun @Mhmmad.asdar_ax09 yang memiliki nilai sebesar 8, selanjutnya akun @Rojak07 memiliki nilai *degree* 7, berikutnya ada akun @bdityask dengan nilai *degree* 6 dan yang terakhir adalah akun

@mixue2500 yang memiliki nilai degree 4, yang artinya terdapat 4 aktor yang terhubung atau tertaut pada akun @mixue2500. Nilai degree ini sekaligus menunjukkan bahwa kelima aktor tersebut memiliki keterhubungan yang signifikan di antara aktor lain dalam jaringan.



Gambar 3: Profil Akun Instagram @dinasasmitareal

Pemilik akun @dinasasmitareal adalah seseorang bernama Dina Sasmita adalah seorang artis dan entertainer asal Pekanbaru, Riau. Hal ini terlihat dari postingannya yang menunjukkan aktivitasnya di lokasi syuting dan berfoto dengan sesama entertainer, serta postingan tentang keterlibatannya dalam berbagai proyek film atau show. Di samping kesibukannya, Dina Sasmita memiliki hobi traveling dan aktif bermedia sosial. Ia sering membagikan foto dan video perjalanan serta aktivitasnya di akun Instagramnya.

Selanjutnya peneliti melihat nilai *betweenness centrality* nya. Analisis *betweenness centrality* berguna untuk menilai seberapa sering suatu simpul menjadi perantara dalam menghubungkan simpul lain dalam jaringan, serta untuk memahami posisi atau peran sebuah *node* dalam jaringan. Kehadiran *node* dalam jaringan sangat penting karena keberadaannya memastikan terjadinya interaksi yang lancar antara *nodes* lainnya. Berikut adalah tabel yang menampilkan lima aktor dengan peringkat *betweenness centrality* tertinggi.

Tabel 3: Nilai *Betweenness* Unggahan Instagram @IDNTimes

ID	Label	Nilai <i>Betweenness</i>
Dinasasmitareal	Dinasasm...	166
Rojak07	Rojak07	64
bdityask	bdityask	39,5
Ekapapae_atta_shaka	Ekapapae a...	13
Xyzchelll._	Xyzchelll._	12

Dari data tabel menunjukkan bahwa kelima aktor tersebut sangat diminati dalam jaringan karena kemampuannya sebagai perantara dan penghubung antara banyak aktor lainnya yang terdapat pada unggahan tersebut. Terakhir peneliti melihat nilai *betweenness centrality*. Dibawah ini adalah tabel yang menampilkan lima aktor dengan peringkat teratasnya, yang dimana kelima aktor ini memiliki nilai *closeness* terendah dibandingkan dengan aktor lainnya.

Tabel 4: Nilai *Closeness* Unggahan Instagram @IDNTimes

ID	Label	Nilai <i>Closeness</i>
Mhmmad.asdar_ax09	Mhmma...	0
Mhmmad.asdar_ax0	Mhmma...	0
Bbmfahri	Bbmfahri	0
Kiosherbalkioseha	Kiosherba...	0
Allunk_hii0	Allunk_hii0	0

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa kelima akun Instagram atau aktor tersebut memiliki nilai *closeness centrality* yang sama atau setara, yakni dengan nilai *closeness centrality* sebesar 0. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa kelima aktor tersebut memiliki kemampuan untuk mencapai node-node lainnya dengan

mendominasi antara komentar yang pro atau positif maupun yang kontra atau negatif atas hasil kemenangan Prabowo-Gibran pada Pilpres 2024 dengan perbandingan lima jumlah komentar yang pro atau positif dan lima jumlah komentar yang kontra atau negatif. Peneliti akan memberikan beberapa komentar-komentar yang pro atau positif dan juga komentar-komentar yang kontra atau negatif, komentar pro atau positif yang pertama adalah “perasaan bayar pajak masih biasa” ajah, susah kalau SDM Rohingya cuman pingin dikasih nya gratis, idup di negara gratis mikir² jaman sekarang berak ajah Bayar dasar SDM Rohingya wkwkwkw” ujar akun Instagram @rojak07. Komentar pro atau positif yang kedua adalah “SDM kaya lu harus nya pindah ke Rohingya biar ngga harus ngeluh² terus. Pangan naik itu ada sebab nya cek Google kalau mau lebih jelasnya, bukan nya punya hp cuman bisa ngomong sama jungjungan lu yg kalah terus ngeluh” ujar akun Instagram @rojak07. Komentar pro atau positif yang ketiga adalah “Senang ngeluh susah ngeluh jadi mau nya hidup dimna? SDM goblok yah terus ajh ngeluh” ujar akun Instagram @rojak07. Berikutnya peneliti akan memberikan beberapa komentar-komentar yang kontra atau negatif, berikut komentar-komentar yang kontra atau negatif atas hasil kemenangan Prabowo-Gibran pada Pilpres 2024 yang pertama “kalo banyak SDM model kyk lu bikin koruptor & mafia bebas beraksi” ujar akun Instagram @hazbykamikaze dalam membalas komentar akun Instagram @rojak07 yang pro terhadap kemenangan Prabowo-Gibran. Komentar kedua adalah “kalo SDM kayak lu seneng terus, pajak naik, beras naik, apa2 naik, duit negara dikorupsi jogetin aja” ujar akun Instagram @hazbykamikaze dalam membalas komentar pada akun Instagram @rojak07. Komentar kontra atau negatif berikutnya adalah “uda gak KAGET MENDING GAK USAH ADA PEMILU, TUNJUK SAJA LANGSUNG MUKIDI, SUMPAH SDM KITA MASIH SANGAAT SANGAT RENDAH” ujar akun Instagram @nandasimon11.



Gambar 5: Visualisasi Kata yang Terhubung pada Kolom Komentar Unggahan @IDNTimes

Pada gambar 5 dapat kita lihat terdapat tiga kata yang paling banyak terdapat pada kolom komentar pada unggahan unggahan *feed* @IDNTimes “Prabowo-Gibran Menang Pilpres 2024 di 25 Provinsi” tiga kata yang paling sering ditemui. Kata yang pertama adalah “sdm”, selanjutnya kata yang kedua adalah “menang” dan kata “kalah”. Gambar 5 menggambarkan visual dari bahwa ketiga kata-kata ini memiliki masing-masing hubungan dengan kata yang lainnya, hubungan ini berdasarkan kata yang paling banyak terhubung dengan 3 kalimat yang paling banyak tersebut. Contohnya adalah kata sdm yang terhubung dengan kata-kata rohingya, susah, ngeluh, pajak, rendah. Apabila kita melihat kembali seluruh komentar yang sudah di lakukan ekstrasi dan pembersihan oleh peneliti, maka dapat kita temukan bahwa kata sdm ini paling banyak muncul dan terhubung dengan semua kata-kata yang terhubung tersebut. Hal serupa juga terjadi pada kata “menang” dan juga kata “kalah”.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis interaksi di kolom komentar Instagram @IDNTimes tentang kemenangan Prabowo-Gibran di Pilpres 2024. Metode *Social Network Analysis (SNA)* digunakan untuk menganalisis struktur jaringan dan pola sentralitas aktor. Unggahan tersebut mendapatkan komentar yang signifikan, dengan @Dinasasmitareal sebagai aktor kunci berdasarkan analisis *degree*, *betweenness*, dan *closeness centrality*. Analisis teks menunjukkan kata “menang”, “kalah”, dan “SDM” sering muncul, hal ini mencerminkan sentimen variatif terhadap hasil Pilpres. Terdapat polarisasi persepsi publik, dengan komentar pro dan kontra terhadap kemenangan Prabowo-Gibran. Penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti fokus yang terbatas pada satu unggahan tertentu di Instagram dan penggunaan metode tertentu dalam analisis. Selain itu, analisis sentralitas hanya mencakup tiga metrik *centrality* utama, yang mungkin tidak mencakup semua aspek penting

dari jaringan komentar yang terbentuk. Dan yang terakhir peneliti hanya menggunakan 100 sample komentar yang di teliti. Oleh karena itu, ada ruang untuk penelitian lebih lanjut yang melibatkan lebih banyak unggahan dan menggunakan pendekatan yang lebih komprehensif dalam menganalisis jaringan sosial.

Daftar Pustaka

- Andika, L. A., Azizah, P. A. N., & Respatiwan, R. (2019). Analisis Sentimen Masyarakat terhadap Hasil Quick Count Pemilihan Presiden Indonesia 2019 pada Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 2(1), 34–41.
- Arianto, I. D. (2019). Analyzing Social Media Network For Students In Presidential Election 2019 With NODEXL. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 63–72.
- Bakry, G. N., & Kusmayadi, I. M. (2021). Peran pers sebagai aktor gerakan digital tagar# solidaritasuntukntt di Twitter. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 5(1), 98–114.
- Borgatti, S. P., Agneessens, F., Johnson, J. C., & Everett, M. G. (2024). *Analyzing social networks*.
- Borge, R., Boulianne, S., Dennis, J., Vaccari, C., & Valeriani, A. (2023). Political participation in the digital technology era: a symposium on Outside the Bubble: Social Media and Political Participation in Western Democracies By Cristian Vaccari and Augusto Valeriani. *Italian Political Science Review/Rivista Italiana Di Scienza Politica*, 53(2), 273–291.
- Bracciale, R., & Martella, A. (2017). Define the populist political communication style: the case of Italian political leaders on Twitter. *Information Communication and Society*, 20, 1–20.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328522>
- Bratawisnu, M. K., & Alamsyah, A. (2019). Social network analysis untuk analisa interaksi user di media sosial mengenai bisnis e-commerce. *Sosiohumanitas*, 21(1), 63–69.
- Dang, S., & Ahmad, P. H. (2014). Text mining: Techniques and its application. *International Journal of Engineering & Technology Innovations*, 1(4), 22–25.
- Fadhlorrohmah, M. I., & Purnomo, E. P. (2020). The role of online mass media as a tool for the 2019 political campaign in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(2), 311–325.
- Farzam, A., Moradi, P., Mohammadi, S., Padar, Z., & Siegel, A. A. (2023). Opinion manipulation on farsi twitter. *Scientific Reports*, 13(1), 333.
- Hastuti, H., Maulana, H. F., Tompo, A. P. H., & Ferizka, Z. Z. (2023). Analysis of Social Media Opinion on the Representation of the 2024 Presidential Election on Twitter: A Social Network Analysis. *Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 117–128.
- Himmelboim, I., & Golan, G. J. (2019). A social networks approach to viral advertising: The role of primary, contextual, and low influencers. *Socia Media+ Society*, 5(3), 2056305119847516.
- Instagram Business Team. (2021, September 10). *Get the latest from Instagram*.
<https://Business.Instagram.Com/Blog/Instagram-Business-Insights-Creativity>.
- Latané, B., Williams, K., & Harkins, S. (2008). Many hands make light the work: The causes and consequences of social loafing. *Small Groups*, 297–309.
- Montano, D. E., & Kasprzyk, D. (2015). Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model. *Health Behavior: Theory, Research and Practice*, 70(4), 231.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nie, Z., Waheed, M., Kasimon, D., & Wan Abas, W. A. B. (2023). The Role of Social Network Analysis in Social Media Research. *Applied Sciences*, 13(17), 9486.

- Ramadhanti, L., & Setyanto, Y. (2018). Pemanfaatan Instagram dalam Sosialisasi Gerakan Selamatkan Pejalan Kaki (Studi pada Komunitas Koalisi Pejalan Kaki). *Jurnal Prologia*, 2(2), 400–407.
- Stetka, V., Surowiec, P., & Mazák, J. (2019). Facebook as an instrument of election campaigning and voters' engagement: Comparing Czechia and Poland. *European Journal of Communication*, 34(2), 121–141.
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2018). Digital political talk and political participation: Comparing established and third wave democracies. *Sage Open*, 8(2), 2158244018784986.
- Wahyudi, M. D. R. W. (2020). Analisis sentimen ujaran kebencian pemilihan presiden 2019 menggunakan algoritme Naïve Bayes. *JNANALOKA*, 25–33.
- Zhang, Y., Wells, C., Wang, S., & Rohe, K. (2018). Attention and amplification in the hybrid media system: The composition and activity of Donald Trump's Twitter following during the 2016 presidential election. *New Media & Society*, 20(9), 3161–3182.