

Disinformasi Jaringan Sosial Tudingan Radikalisme Terhadap Anies Baswedan di Media Sosial Twitter

Radita Gora Tayibnapis¹, Anastasia Lintang Proborini²

¹UPN Veteran Jakarta, Jl. RS. Fatmawati Raya, Pd. Labu, Kec. Cilandak, Kota Depok, Jawa Barat

¹Universitas Dian Nusantara, Jl Tanjung Duren Barat II No 1 Grogol Jakarta Barat
raditagora@upnvj.ac.id

Abstract

The political contestation ahead of the 2024 General Election has begun to be colored by the psychological war of impeachment to hate speech uttered by opposition partisans to bring down political opponents through social media. Various ways and expressions indicating the connection of political actors with reading negative views of society, such as Anies Baswedan's candidacy as a Presidential Candidate for 2024, have begun to be colored by controversy on social media which is associated with radicalism and indications of Anies' connection with banned organizations. In an attempt to dissect this case study, the researcher used a quantitative method based on Big Data to find the distribution of Communication Networks on Twitter social media. Based on the study results, it shows that there is a central role for actors and organizations who dislike Anies Baswedan by using hashtags and mentions to create negative opinions.

Keywords: Communication Network, Radicalism, Twitter

Abstrak

Kontestasi politik menjelang Pemilihan Umum tahun 2024 sudah mulai diwarnai perang urat syaraf pemakzulan hingga ujaran kebencian yang dilontarkan partisan oposisi untuk menjatuhkan lawan politik melalui media sosial. Berbagai macam cara dan lontaran indikasi keterhubungan aktor politik dengan membaca macam pandangan negative masyarakat seperti halnya dalam pencalonan Anies Baswedan sebagai Bakal Calon Presiden tahun 2024 mulai diwarnai kontroversi di media sosial yang dikaitkan dengan radikalisme dan indikasi keterkaitan Anies dengan organisasi terlarang. Upaya untuk membedah studi kasus ini peneliti menggunakan metode kuantitatif berbasis Big Data untuk menemukan distribusi Jaringan Komunikasi di media sosial Twitter. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peran sentral aktor dan organisasi yang menunjukkan ketidaksukaan terhadap Anies Baswedan dengan menggunakan jalur hashtag dan mentions untuk menciptakan opini negatif. Sehingga terdapat keterlibatan aktor politik yang menciptakan rekayasa social untuk membangun konflik antara pendukung dengan pihak yang kontra dengan Anies Baswedan dengan membangun kesenjangan social digital di media twitter.

Kata kunci: Jaringan Komunikasi, Radikalisme, Twitter

Copyright (c) 2024 Radita Gora Tayibnapis, Anastasia Lintang Proborini

✉Corresponding author: Radita Gora Tayibnapis

Email Address: raditagora@upnvj.ac.id (Jl. RS. Fatmawati Raya, Kec. Cilandak, Kota Depok, Jawa Barat)

Received 15 January 2024, Accepted 20 January 2024, Published 22 January 2024

PENDAHULUAN

Polemik menjelang pemilihan Presiden sudah menjadi tradisi di dalam percaturan politik di Indonesia. Hak Demokrasi masyarakat begitu didorong untuk menggunakan hak suaranya untuk memilih Presiden pada saat Pemilihan Umum yang diselenggarakan setiap 5 tahun sekali. Menjelang Pemilihan Umum atau bahkan Pemilihan Presiden, ramai-ramai masyarakat sudah membuat diskusi dan perbincangan persiapan Pemilihan Presiden yang akan diselenggarakan masih setahun lagi. Hal ini kerap dilandasi perlu adanya persiapan dan bakal calon yang dimajukan nantinya.

Sejak tahun 2019 pemilihan Presiden di Indonesia sudah diwarnai dengan politik identitas yang dimana persaingan politik bukan hanya sekedar menyentuh aspek persaingan dan negosiasi aktor politik satu dengan lainnya, melainkan mulai menyentuh persoalan agama, rasa atau etnis yang

berguna untuk mengendalikan emosional masyarakat luas yang menjadi bakal calon pemilih agar tidak memilih calon Presiden atau pemimpin yang punya latar belakang beda agama, beda rasa tau etnis sehingga dalih yang digaungkan adalah untuk menyamaratakan hak dan suara.

Beredar Hoaks maupun ujaran kebencian yang menjadi racun informasi selama masa kampanye pemilihan Kepala Daerah hingga Kepala Negara yang sudah diadopsi sejak masa pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta tahun 2017 lalu. Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta begitu meramaikan suasana politik yang diwarnai berbagai ketegangan terutama sejak Mantan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahja Purnama atau dikenal dengan nama Ahok terjerat dalam kasus penistaan Agama hingga membuat lawan politiknya memanfaatkan situasi kasus tersebut untuk memanfaatkan politik identitas dalam menggaungkan kebencian kepada Ahok yang menargetkan opini seluruh umat Islam terutama di Jakarta untuk tidak memilih Ahok dan mendukung Anies Baswedan.

Konsep identitas merupakan struktur keanggotaan individu dalam kelompok, seperti ciri, kategori dan peranan sosial. Seseorang yang memiliki identitas yang sama mempunyai persamaan kebudayaan seperti agama, bahasa, organisasi politik dan sosial dimana tumbuh (Lestari, 2019). Menurut Manuel Castells (2010), dalam *The Power of Identity*, identitas adalah sumber makna diri yang muncul dan diberikan oleh seorang individu terhadap dirinya sendiri, atau dari sekelompok orang terhadap kelompok mereka sendiri yang dibangun melalui proses individuasi. Identitas terbentuk jika ia diinternalisasi oleh masyarakat di luar dirinya. Castells membagi identitas ke dalam tiga kategori, yaitu *legitimate identity*, *resistance identity* dan *project identity* (Webster & Castells, 1998).

Politik identitas merupakan politik yang terfokus pada identitas sebagai unsur pembeda antara golongan satu dengan lainnya untuk mencapai tujuan. Penggunaan politik identitas tidak terlepas dari praktek politik pragmatisme yang marak digunakan untuk memenangkan suatu pemilihan umum (Lestari, 2019). Sehingga politik identitas sebagai upaya untuk memperoleh kekuasaan dengan menggunakan instrumen identitas budaya hingga ras dan agama yang dijadikan sebagai “senjata” untuk menjatuhkan lawan politik. Terlepas dari munculnya politik identitas baru-baru ini di seluruh dunia, para peneliti perilaku politik lambat untuk memasukkan konsep identitas ke dalam studi empiris mereka.

Menurut penelitian terdahulu oleh Wahab (2022), menunjukkan bahwa Kemenangan Anies-Sandi tidak dapat dihindari dengan banyaknya aksi agama yang terdapat dukungan politik supaya mencoblos pasangan Anies-Sandi, baik langsung maupun tidak langsung. Bukan hanya aksi, dukungan politik dalam masjid juga ada dalam masa pemilihan. Kegiatan tersebut ikut berhasil mengasih voting pasangan Baswedan-Uno (Wahab, 2019).

Identitas sosial bukan semata-mata masalah kognitif. Seperti yang diakui Tajfel, harus ada sesuatu yang lebih dari identitas untuk menjelaskan bias ingroup dan outgroup diskriminasi dalam situasi antarkelompok minimal. Untuk melengkapi identitas sosial teori, Tajfel menambahkan motivasi pada apa yang pada dasarnya dimulai sebagai model kognitif persepsi dan diskriminasi

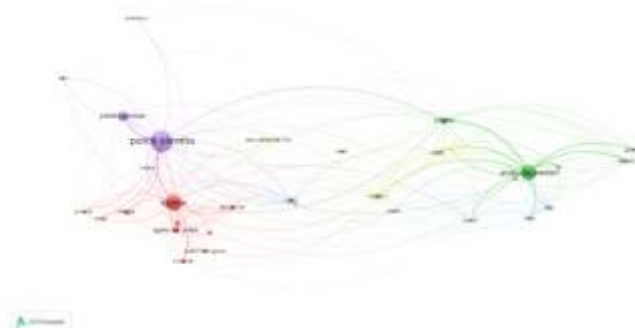
antarkelompok. Sehingga menurut Tajfel dalam studi identitas juga mencakup sebuah dominasi terhadap identitas tertentu dan bias di dalam hubungan sosial (Huddy, 2001).

Politik identitas yang begitu melekat pada sosok Anis Baswedan sejak bentuk kemenangannya atas Ahok pada pemilihan Gubernur tahun 2017 lalu. Hal ini bukan hanya begitu melekat pada konstruksi masyarakat mengenai Anis Baswedan, namun media massa maupun media sosial turut andil dalam model produksi dan reproduksi teks membangun konstruksi politik identitas keagamaan yang mengemuka dalam wacana media sosial dan media massa yaitu kekuatan wacana “Gubernur Muslim untuk Jakarta” (Arsyad & Asdar A.B., 2019).

Tidak cukup sampai pertarungan sengit pemilihan Gubernur 2017, kini Anies masuk babak baru untuk mencalonkan diri sebagai calon presiden tahun 2024, yang dimana Anies Baswedan diusung melalui partai Nasional Demokrat (Nasdem) yang telah dideklarasikan pada 03 Oktober 2022 dan di deklarasikan oleh Partai Kesejahteraan Sosial (PKS) pada 26 Februari 2023. Dua partai pendukung Anies Baswedan ini tentu tidak selalu mendapatkan dukungan secara mulus dari masyarakat termasuk dari partisan itu sendiri. Masih terdapat kontroversi dan kritik terhadap Nasdem maupun PKS ketika mendukung Anies mencalonkan sebagai calon Presiden 2024.

Tak luput Anies yang sebelumnya dikenal sebagai kandidat calon yang identik politik identitas, bahkan membuat masyarakat beropini secara sepihak dan ada rasa tidak terima dari berbagai pihak bila pengusungan Anies Baswedan dari Nasdem ataupun dari PKS. Sehingga disini ada tuduhan atau tuduhan keterlibatan dan dukungan dari organisasi Islam Radikal yang mendukung Anies Baswedan untuk masuk dalam pemilihan Presiden 2024 yang beredar di media sosial Twitter dalam bentuk *hashtag* (#) ataupun *mentions* (@) dengan berbagai macam pelintiran informasi maupun ujaran kebencian.

Berdasarkan dari beberapa penelusuran penelitian terdahulu, ditemukan bahwa keberadaan Anies Baswedan tidak lepas dari kampanye yang memanfaatkan isu Agama dan juga politik identitas (Lestanata, 2023). Gambaran ini dapat terlihat dari jaringan gap penelitian berikut.



Gambar 1. Gap Jaringan Penelitian Anies Baswedan
Sumber: Hasil Analisis Data Peneliti, 2023

Jumlah data jurnal yang digunakan sebanyak 12 jurnal scopus yang menjadikan Anies Baswedan sebagai objek penelitian dan hasilnya identic dengan politik identitas. Identifikasi politik

identitas ini pun juga marak di posting di media social seperti Instagram sebagai medium baru dalam kampanye politik Pilkada hal ini karena pengguna media social Instagram cukup besar apalagi digunakan untuk meraup suara partisan politik (Gracia & Komunikasi, 2020).

Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa diatas 70% sentiment negatif terhadap Anies Baswedan begitu gencar di lakukan di berbagai media sosial terutama di Twitter, Youtube, dan Facebook. (Oktaviani et al., 2023)(Ramadhan & Gunawan, 2023)(Arriane & Anjelawati, 2023). Lingkup bidang penelitian yang banyak dijangkau pada subjek seperti Anies Baswedan seperti studi ekonomi dan politik. Baru selebihnya merambah ke studi social, namun sangat jarang dikaji dalam bidang komunikasi dan informasi (Tayibnapis & Aladdin, 2023).

Dikatakan oleh Cherian George bahwa ada banyak agen kebencian yang secara lihai memainkan hasutan dan keterhasutan, bahkan seringkali secara bersamaan. Kata “*spin*” (pelintiran) mengilustrasikan kewenang-wenangan kampanye dalam politik. Pelintiran informasi kebencian ini biasanya adalah bagian dari kelompok elit pemimpin organisasi politik atau agama, atau bahkan pejabat pemerintahan yang diuntungkan dengan menyamakan upaya mereka mencari kekuasaan di balik politik atau agama, atau bahkan pejabat pemerintahan yang diuntungkan dengan menyamakan upaya mereka mencari kekuasaan di balik kedok sentiment populer berbasis agama (George, 2017).

Pergerakan opini sosial begitu masif digencarkan melalui twitter dan mengundang banyak perhatian serta menarik perhatian dari pengguna akun twitter lain untuk turut terlibat dalam diskusi *hashtag* atau *mentions* di media sosial dan memberikan berbagai macam ujaran negatif kepada Anies Baswedan sebagai forum yang menentang keberadaan Anies mencalonkan diri sebagai Calon Presiden tahun 2024. Tentu jaringan komunikasi digunakan untuk pergerakan sosial melalui media daring yang dinilai lebih efektif untuk menggiring atau mengundang opini.

Sehingga disini penelitian bertujuan untuk menemukan distribusi jaringan dan peranan aktor jaringan di media sosial dalam membangun dan membentuk komunikasi serta informasi negatif terhadap Anies Baswedan yang dikaitkan dengan paham radikalisme dan politik identitas yang dikaitkan dengan ras dan agama sebagai dasar dukungan politik pada pemilihan Calon presiden 2024.

Penelitian membahas tentang jaringan komunikasi dalam antar kelompok pada sebuah jaringan sosial yang besar di twitter oposisi Anies Baswedan dan disini peneliti menggunakan teori jaringan (*Network Society*) yang dimana dalam *Network Society*, menurut Manuelle Castells bahwa informasi digital sebagai penggerak utama perubahan ekonomi, kultural, dan sosial. Ini terjadi di dalam sistem global yang makin kompetitif, pengetahuan mulai menggantikan tenaga kerja sebagai komponen paling berharga dan konsekuensinya produk jasa, yang berbeda dari manufaktur, menjadi penting (M. C. Castells, 2011).

Jaringan memberikan basis untuk pengorganisasian dan pengembangan di abad informasi. Ekspansi komputer adalah juga karena efek proses jejaring itu sendiri, kemampuan untuk menghubungkan dan menyebarluaskan aliran informasi dengan skala yang tak terduga sebelumnya. (Littlejohn, Stephen W. & Foss, 2009).

Dalam jaringan yang terkoneksi secara positif, sentralitas menghasilkan kekuasaan, sebab aktor-aktor sentral dapat bertindak sebagai perantara dalam relasi-relasi kooperatif. Namun, dalam jaringan yang terkoneksi secara negatif, sentralitas kalah penting dibandingkan akses menuju aktor-aktor dengan ketergantungan besar yang hanya memiliki sedikit alternatif atau tidak punya alternatif sama sekali, dan aktor paling sentral tidak selalu aktor dengan kekuasaan terbesar. (Ritzer, George & Smart, 2014).

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kuantitatif dengan pendekatan jaringan. Hasil kuantitatif diperoleh melalui prosedur khusus yang melibatkan pengumpulan data melalui proses *data crawling* melalui *data mining* di media sosial Twitter dan analisis sentiment publik terkait sosok Anies Baswedan di Twitter serta dikombinasikan dengan *big data*.

Pengukuran level sistem pada jaringan ego (*ego networks*) mirip dengan jaringan utuh (*complete networks*). Ada tiga jenis pengukuran pada level jaringan, di antaranya: ukuran (*size*), kepadatan (*density*), dan diameter. Kemudian pengukuran pada level aktor mencakup sentralitas (*degree centrality*), *betweenness centrality*, dan *closeness centrality* (Eriyanto, 2014).

Jenis data yang digunakan untuk menganalisis jaringan antar aktor (Node) dan jaringan antar kelompok besar atau sub kelompok, peneliti menggunakan *Big Data* (Mahadata) dari seluruh data akun aktor (individu atau kelompok) yang terlibat dalam jaringan di hashtag dan mentions dengan mengambil jumlah data terbesar melalui *hashtag/tagar* (#), kemudian data *mentions* (@) pada twitter yang akan di *trace* melalui *Data Mining* dengan menggunakan NodeXL. Penggunaan media sosial Twitter sebagai pengumpulan data karena twitter sebagai poros utama digunakan untuk praktik politik praktis dan *social movement* (Jones & Hafner, 2021). Beberapa data hashtag atau mentions yang digunakan mencakup 7 data dengan rincian berikut: #AniesBaswedan,#AniesDidukungKhilafah,#Aniespendukungkhilafah, #AniesPendukungOrmasRadikal,#HTIFPIDukungAnies,#TenggelamkanAniesBaswedan, @Aniesbaswedan yang secara keseluruhan data diakumulasi dan dianalisis pada level sistem, level aktor hingga kelompok.

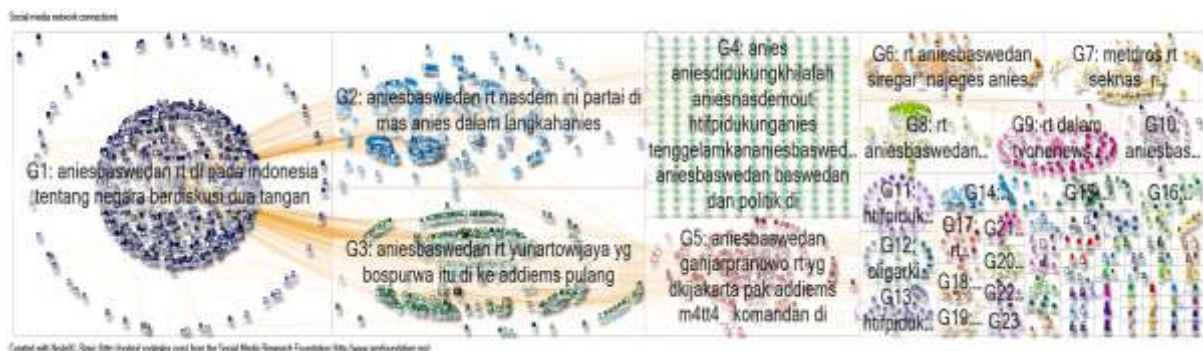
Selain Analisa jaringan sosial, pada penelitian ini juga menggunakan pendekatan analisis sentiment public atau pengukuran opini positif maupun negatif. Analisis ini dilakukan dengan melakukan pengumpulan korpus teks yang juga akan dilakukan analisis dengan model jaringan. Bentuk analisis sentiment yang dilakukan adalah dengan mengidentifikasi sentiment teks, yang dimana teks diobservasi dan crawling data dilakukan dengan menggunakan octoparse pada pernyataan netizen atau komentar public pada twitter dan Youtube yang akan dieksplorasi melalui metode jaringan dimana jumlah sampel dihitung berdasarkan korpus data dan juga konten di media massa online sehingga pemberitaan media diidentifikasi melalui eksplorasi jaringan. Model seperti ini menggunakan analisis pada level sistem pernyataan dan teks public di media social twitter kemudian

dianalisis dengan menggunakan NodeXl dan diakumulasi total dengan perhitungan nilai persentase per instrument pernyataan

HASIL DAN DISKUSI

Penelaahan data yang dilakukan oleh peneliti disini dengan menggunakan level sistem menggunakan data besar total sebanyak 5257 jaringan aktif yang telah di *merge* oleh peneliti untuk menggabungkan beberapa akun serupa yang diindikasikan sebagai akun robot atau adanya plagiat akun. Pada total aktor aktif atau disebut juga dengan vertices atau node ditemukan 2513 aktor yang aktif. Tingkat kepadatan jaringan bisa dikatakan begitu rendah dengan nilai Density (Kepadatan) sebesar 0,000775743 dengan nilai rata-rata diameter 10. Nilai kepadatan masih jauh dibawah 0,1 atau masih pada nilai 0,00 sehingga kepadatan jaringan begitu rendah dikarenakan tidak banyak akun atau pengguna yang menciptakan komunikasi dua arah atau komunikasi aktif. Kemudian bentuk jaringan yang terhubung banyak yang tersentral langsung kepada aktor sentral (*Central actor*) bukan menciptakan koneksi interaktif dengan beberapa aktor lainnya. Hal ini terlihat dengan nilai rata-rata diameter mencapai 10 langkah artinya keseluruhan aktor untuk bisa terhubung dengan aktor utama harus rata-rata melewati 10 aktor (vertice) sehingga agak jauh bila terhubung dengan aktor.

Nilai pada *reciprocity* mencapai 0,070655503 atau nilai skor hanya mencapai 0,0 kurang dari 0,1 maka nilai *resiprocity* tergolong rendah yang dapat diinterpretasikan bahwa jumlah hubungan komunikasi timbal balik antar aktor sangat rendah dan terkesan banyak bentuk komunikasi dalam jaringan aktif lebih banyak didominasi oleh bentuk *asynchronous* atau komunikasi satu arah yang disampaikan tanpa komentar.



Gambar 2. Hasil Analisis Jaringan
Sumber: Hasil Analisis Data Peneliti, 2023

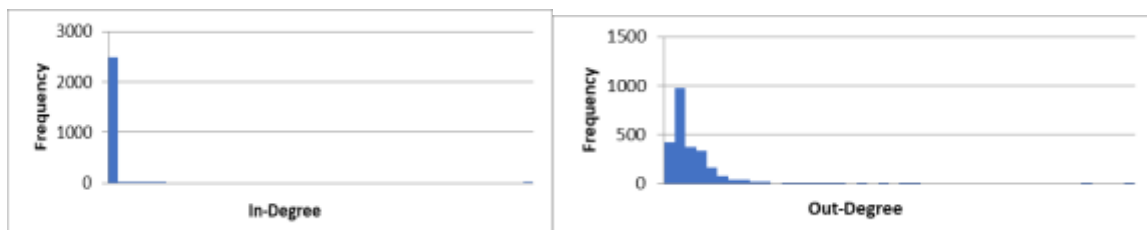
Total Group (Klaster) yang terpetakan menjadi 69 klaster dengan jaringan #aniesdidukunghilafah pada akun @yunartowijaya sebagai sentral utama dengan nilai In Degree 169. Kemudian media yang menjadi rujukan bagi pengguna atau akun lain yaitu @tvonenews dengan nilai in degree 66. Yuniarto Wijaya dikenal sebagai Direktur Charta Politika atau akrab disapa mas Toto yang juga dikenal sebagai konsultan aktif dalam bermedia sosial terutama cuitan-cuitannya melalui Twitter.

Melalui penelusuran hasil penelitian disini Yunarto Wijaya memainkan peran penting sebagai

aktor sentral dalam memojokkan Anies Baswedan di twitter melalui beberapa akun Mentions maupun Hashtag yang begitu kontra terhadap Anies Baswedan dan meluapkan berbagai cuitan yang bersifat sarkas terhadap Anies Baswedan sebagai aktor politik yang identik dengan politik identitas. Namun hal ini sudah begitu dikenal secara luas di masyarakat maupun media massa baha Yunarto dikenal sebagai pihak atau pengamat politik yang begitu kontra dan kritis terhadap segala bentuk kebijakan Anies Baswedan.

Tabel 1. Total *In Degree* dan *Out Degree*

Minimum In-Degree	0	Minimum Out-Degree	0
Maximum In-Degree	1288	Maximum Out-Degree	39
Average In-Degree	2,092	Average Out-Degree	2,092
Median In-Degree	0,000	Median Out-Degree	1,000



Gambar 3. Total *In Degree* dan *Out Degree*

Pada nilai total degree sebesar 1288 dengan nilai rata-rata 2,092. Nilai ini merupakan bentuk rata-rata derajat tingkatan jumlah jaringan yang masuk pada aktor sentral. Sedangkan pada nilai *out degree* atau penyebaran distribusi keluar sebesar 20 oleh akun @powerinvestindo dengan nilai rata-rata derajat luaran (*out degree*) mencapai 2,092 dengan nilai maksimum outdegree 39.

Hal ini dapat terlihat terdapat perbedaan signifikan antara *In Degree* dengan *Out Degree* yang memiliki tingkatan nilainya yang begitu terlihat dengan nilai rata-rata yang sama namun jumlah akumulasi total pada derajat tingkatan yang berbeda (Rogers, 2013).

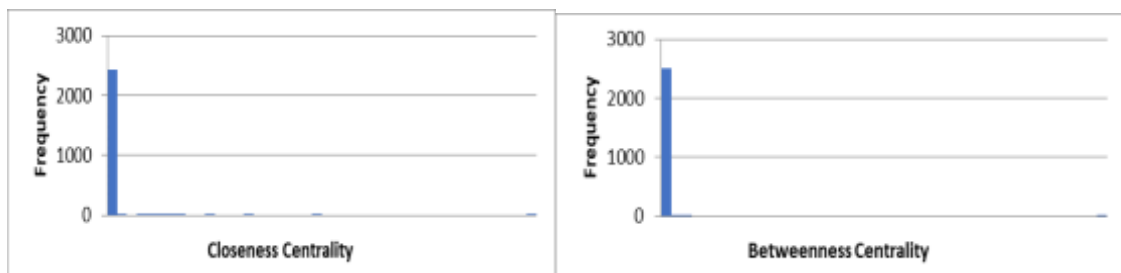
Peran Yunarto Wijaya begitu besar sebagai perantara utama dalam jaringan komunikasi di twitter untuk menempatkan Anies Baswedan dalam politik identitas. Hal ini dapat dilihat dari total nilai derajat tingkatan perantara (*Betweenness Centrality*) yang mencapai 55765,558. Sedangkan nilai rata-rata pada derajat keperantaraan Hal ini menunjukkan bahwa Yunarto sebagai peran sentral yang berada pada kluster pertama dan utama bukan hanya memanuver jaringan komunikasi keluar dalam pemingkatan besar namun juga menjadi sentral jaringan yang banyak dikontak dan pesan yang dibalas oleh para pengguna (*account user*) lainnya.

Sedangkan pada derajat kedekatan (*closeness centrality*) tidak memiliki peranan yang terlalu signifikan. Nilai maksimum *Closeness centrality* 1,00 yang ada pada 24 aktor (*vertices*) pada jaringan terletak pada kluster ke 2 sampai ke 3 merupakan bagian orang terdekat dari aktor sentral. Kedekatan dalam sentralitas ini tidak memiliki peran yang begitu penting untuk menjangkau suara dan kontak terbanyak. Hal ini hanya sebatas kedekatan sumber jaringan dengan aktor sentral bukan sebagai “kepanjangan tangan” dari aktor sentral dalam menyebar luaskan pesan dan membangun jaringan

yang lebih luas kepada para pengguna akun yang lain. Hal tentu menjadi kedekatan secara massif antara 24 aktor tersebut dengan aktor sentral. Untuk nilai pada *betweenness centrality* dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3. Tabel Betweenness Centrality

Minimum Betweenness Centrality	0,000	Minimum Closeness Centrality	0,000
Maximum Betweenness Centrality	3994006,618	Maximum Closeness Centrality	1,000
Average Betweenness Centrality	3455,897	Average Closeness Centrality	0,017
Median Betweenness Centrality	0,000	Median Closeness Centrality	0,000

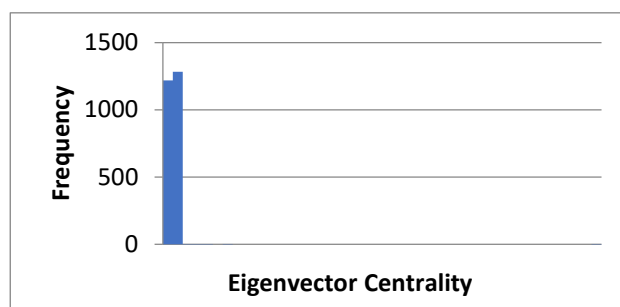


Gambar 4. Betweenness Centrality

Untuk ukuran *eigenvektor centrality* mengukur tingkat jaringan yang saling terhubung memiliki ketebalan pengaruh yang kuat dengan mengukur seberapa besar tingkatan *eigenvektor centrality*. Nilai maksimum pada *eigenvektor analysis* memasuki 0,025 sedangkan nilai minimumnya adalah 0,00 yang menjelaskan arah penelitian tidak teratur dan banyak jaringan yang tidak memiliki arah. Sehingga arah peran aktor menjadi tidak simetris.

Tabel 4. Eigenvector Centrality

Minimum Eigenvector Centrality	0,000
Maximum Eigenvector Centrality	0,025
Average Eigenvector Centrality	0,000
Median Eigenvector Centrality	0,001



Gambar 5. Eigenvector Centrality

Dalam hal ini *Eigenvector centrality* mengukur peran actor yang memiliki pengaruh paling besar untuk tercipta dan meluasnya jaringan komunikasi melalui *hashtag* (#) dan *mentions* (@) pada beberapa jaringan actor. Bila dilihat dari aspek besaran jaringan yang mencapai nilai 0,025 ada pada @aniesbaswedan yang dimana Anies Baswedan merupakan sentral objek utama yang mengundang

beragam opini public serta jaringan komunikasi secara militan untuk menyerang sosok Anies Baswedan dan dikait-kaitkan dengan organisasi dan komunitas radikalisme dan fanatisme. Hal ini juga karena Anies Baswedan kerap mendapat sorotan di media massa maupun media sosial sehingga namanya begitu tenar dan kontroversial sehingga memancing banyak orang untuk bisa berkontak langsung dengan Anies Baswedan, mengutarakan kata-kata yang tidak pantas, kritik, maupun kata-kata sindiran sebagai upaya untuk menyerang ketokohan Anies Baswedan. Sehingga berdasarkan analisis eigenvektor disini menunjukkan bahwa adanya peran Anies Baswedan yang begitu berpengaruh dalam pembentukan opini masyarakat yang begitu massif dan begitu gencar untuk menyuarakan keburukan Anies melalui media sosial twitter.

Pengukuran peran actor disini menggunakan analisis pada eigenvektor yang dimana pada pengukuran eigenvektor juga berhubungan dengan derajat tingkatan hubungan pada actor. Dalam hal ini *Eigenvector centrality* mengukur peran actor yang memiliki pengaruh paling besar untuk tercipta dan meluasnya jaringan komunikasi melalui *hashtag* (#) dan *mentions* (@) pada beberapa jaringan aktor. Bila dilihat dari aspek besaran jaringan yang mencapai nilai 0,025 ada pada @aniesbaswedan yang dimana Anies Baswedan merupakan sentral objek utama yang mengundang beragam opini public serta jaringan komunikasi secara militan untuk menyerang sosok Anies Baswedan dan dikait-kaitkan dengan organisasi dan komunitas radikalisme dan fanatisme. Hal ini juga karena Anies Baswedan kerap mendapat sorotan di media massa maupun media sosial sehingga namanya begitu tenar dan kontroversial sehingga memancing banyak orang untuk bisa berkontak langsung dengan Anies Baswedan, mengutarakan kata-kata yang tidak pantas, kritik, maupun kata-kata sindiran sebagai upaya untuk menyerang ketokohan Anies Baswedan. Sehingga berdasarkan analisis eigenvektor disini menunjukkan bahwa adanya peran Anies Baswedan yang begitu berpengaruh dalam pembentukan opini masyarakat yang begitu massif dan begitu gencar untuk menyuarakan keburukan Anies melalui media sosial twitter.

Seperti dikatakan oleh Ahmad Zafrullah, pakar politik pemerintahan dari Universitas Surabaya mengatakan bahwa realitas media sosial ini merupakan bentuk kompetisi tanpa wajah atau pertarungan lisan di media sosial yang tak terbandung dan memang susah dikendalikan. Tentu hal ini berangkat dari sentiment publik terhadap sosok figur politik. Sementara media sosial merupakan media biasa yang digunakan pada perangkat gawai.

“Pastinya ada semacam sentiment public kepada figure politik karena ada rasa tidak suka atau memang ada pengguna akun yang mendukung rival dari actor tersebut. Misalkan rivalnya adalah Ahok, Ketika masih dalam pertarungan politik Pilkada 2017 di Jakarta. Anies begitu kental dengan stigma politik identitas karena didukung oleh ormas-oramas berbasis agama, termasuk salah satunya adalah organisasi terlarang. Hal ini yang membuat Anies kemudian menjadi serba salah dalam lisannya di media sosial atau hal-hal yang disampaikan kepada public karena jejaring sosial itu dalam sekali posting mudah merambat lebih luas. Nah bila ada semacam buzzer yang ikut andil bermain di dalamnya, maka buzzer bertujuan untuk menggiring sentiment negative public kepada Anies dan itu

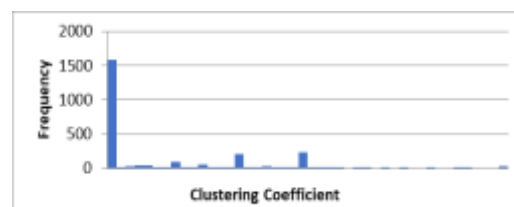
sudah menjadi bagian permainan baru di era digital yang hadir di Pilkada sejak masa DKI Jakarta tahun 2017.”

Twitter, berdasarkan hasil analisis, mampu menjadi medium untuk merekayasa social. Beberapa konsep yang terkait dengan rekayasa sosial meliputi. Pengaruh Sosial, mempelajari bagaimana orang-orang memengaruhi satu sama lain dalam kelompok sosial mereka. Pengaruh sosial dapat terjadi melalui norma-norma sosial, tekanan kelompok, atau pengaruh individual. Kemudian komunikasi Persuasif. Seperti halnya jaringan social ini juga berguna untuk kekuatan rekayasa social dalam membangun gap gap konflik berjejaring di media social twitter dengan berpatok pada tingkat kepadatan yang tinggi dan sentral aktor (Ozturkcan et al., 2017).

Pengukuran tingkat kepadatan disini dapat dilihat dari *Clustering Coefficient*. Peningkatan pengukuran ini antara 0 sampai 1 (Alamsyah, Andr; Ramadhani, 2020). Jika dilihat pada nilai rata-rata 0,129. Tingkatan kepadatan jaringan tidak mencapai 1 namun lebih dari 0,1 sehingga tingkat kepadatan standar.

Tabel 4. Tabel Clustering Coefficient

Minimum Clustering Coefficient	0,000
Maximum Clustering Coefficient	1,000
Average Clustering Coefficient	0,129
Median Clustering Coefficient	0,000



Gambar 6. Clustering Coefficient

Upaya membangun rekayasa sosial biasanya dilakukan dengan penambahan kepadatan jaringan (*density*) dan tidak memberikah arah (*Directed*) sehingga metode semacam ini juga digunakan untuk manipulasi opini publik. Upaya untuk memanipulasi opini dan keyakinan publik melalui media massa, propaganda, atau strategi komunikasi lainnya (Putra et al., 2021). Teknologi dan Rekayasa Sosial sebagai pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial dalam mempengaruhi perilaku dan opini publik. Ini melibatkan analisis bagaimana algoritma, *filter bubble*, dan platform media sosial dapat digunakan untuk mengarahkan informasi kepada audiens tertentu (Cho et al., 2021).

Upaya menciptakan rekayasa sosial dari hasil analisis jaringan disini untuk menciptakan sentiment negatif kepada Anies BAswedan tidak lepas dilakukan oleh para ahli politik kawakan. Hal ini terlihat pada analisis jaringan tercantum peran Yunarto Wijaya yang tak lain adalah Direktur dari Charta Politica yang turut bersuara di twitter yang masuk dalam hashtag dan mentions yang kontra

terhadap Anies Baswedan.

Aktor sentral memainkan peran yang begitu besar dalam menciptakan opini negatif terhadap Anies Baswedan begitu kuat hingga menciptakan kepadatan jaringan yang cukup besar dan tidak terarah sehingga ada upaya untuk menciptakan suatu komunikasi negatif dari para pengguna. Sehingga aktor sentral pun juga memiliki fungsi sebagai perantara untuk kepanjangan tangan opini yang disebarkan pada audiens pengguna twitter untuk bergabung *hashtag*.

Bila dikaji berdasarkan *Network Society* maka dapat dijelaskan bahwa informasi digital yang berjejaring melalui media social twitter dapat berperan sebagai penggerak utama perubahan sosial, kultural, dan politik . Hal ini terwujud pada budaya komunikasi di twitter seperti *hashtag* (#) dan *mentions* (@) yang mengindikasikan keterlibatan organisasi terlarang radikal dalam mendukung Anies Baswedan dengan mengutarakan pendapat-pendapat yang bersifat negatif berupa komunikasi negatif untuk menciptakan sentiment yang menggiring pada keyakinan keburukan figure Anies Baswedan.

Bentuk komunikasi negative tersebut adalah bentuk cacian dan makian terhadap Anies dengan kata-kata yang tidak pantas untuk disebarkan melalui media sosial yang dapat diakses dan dibaca oleh publik. Hal ini juga mengingat media sosial twitter yang cenderung mampu dan tidak mensensor adanya konten-konten negative seperti pornografi, kemudian dengan mudah membangun konten-konten yang provokatif serta mengumbar ujaran kebencian dengan pola yang kasar dan pola halus.

Pola Post Truth semakin terlihat pada konten yang kontra dan masif dalam menyebarkan segala keburukan tentang Anies BASwedan. Melalui post truth, bentuk-bentuk kebenaran dan pendapat pakar menjadi terabaikan, perihal kebenaran dikuasai oleh public umum tanpa melalui filterisasi yang ketat dan terawasi. Selain itu stigma Anies Baswedan sebagai Gubernur yang lekat dengan image politik identitas, pada dasarnya identitas merupakan komponen sensitive di masyarakat dan paling mudah diperhatikan serta dikritik ketimbang dibenahi ulang (Webster & Castells, 1998).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan juga pembahasan yang telah jelaskan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa Jaringan Komunikasi melalui media sosial dijadikan sebagai sarana “senjata” untuk menciptakan sentiment negatif publik terhadap Anies Baswedan. Selain itu tidak lepas bahwa peranan aktor sentral tak lain adalah aktor yang memiliki latar belakang konsultan politik. Sehingga hal ini terlihat seperti sebuah permainan isu dengan menggaungkan dukungan terhadap Anies Baswedan dari kelompok radikal seperti Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) dengan konsep khilafah yang dilarang dan dinyatakan sebagai organisasi illegal oleh pemerintah.

Bila dilihat dari pemetaan jumlah klaster yang cukup banyak, disini ditemukan bahwa terjadi kontra pendapat antara audiens yang bertentangan dengan Anies Baswedan dan mendukung tuduhan keterlibatan Anies dengan kelompok radikal. Meski begitu juga terdapat juga kelompok-kelompok yang mendukung Anies Baswedan serta membantah adanya keterlibatan Anies dengan kelompok

radikal. Tentu Twitter seperti sebuah “arena pertandingan” antara kubu pendukung Anies dan kelompok oposisi yang bertarung melalui pendapat dan postingan komentar di beranda komentar twitter, ataupun melalui berbagai postingan atau *ReTweet* (RT).

Jumlah klaster yang terlalu banyak tidak berimbang dengan tingkatan kepadatan yang rendah. Sehingga pandangan dan distribusi jaringan pada komentar ataupun opini masyarakat cenderung lebih sempit sehingga banyak audiens pengguna yang langsung secara *by pass* mendekati aktor sentral. Sehingga upaya untuk menyebarkan kebencian dan cacian kepada Anies Baswedan lebih mudah dilakukan melalui jaringan komunikasi di twitter dan terkoneksi antara aktor satu dengan aktor lain melalui jaringan (*Edge*).

Model jaringan dan distribusi komunikasi melalui media sosial twitter menjadi rekayasa sosial oleh konsultan politik pada media digital untuk memancing satu dengan lain dalam menciptakan konflik antara pendukung dan oposisi Anies Baswedan di media sosial. Sehingga dalam penelitian ditemukan bahwa jaringan sosial-informasi dan komunikasi digunakan juga sebagai alat propaganda dan juga menjadikan media sosial sebagai strategi politik perlawanan terhadap rival.

UCAPAN TERIMA KASIH

Mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dan juga kepada jajaran Dekanat dan Program Studi Sains Informasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah mendukung dalam penelitian ini serta untuk kepentingan publikasi dalam bentuk jurnal. Diharapkan publikasi tulisan ini dalam bentuk jurnal bisa bermanfaat dan memberikan factor dampak yang tinggi bagi jurnal dan juga untuk kepentingan akademis dan praktis.

REFERENSI

- Alamsyah, Andr; Ramadhani, D. P. (2020). *Social Network Analysis. Konsep dan Praktis* (D. P. Alamsyah, Andry; Ramadhani (ed.); 1st ed.).
- Arriane, L., & Anjelawati, D. (2023). Potential Presidential Candidate’s Brand Equity from Political Parties Perspective in the Indonesian Presidential Election Nomination Process 2024. *Migration Letters*, 20(6), 622–630. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85176009892&partnerID=40&md5=34a9468f637442aa9153bdd9c47f8fa5>
- Arsyad, R. M., & Asdar A.B., M. (2019). Religious Identity Politics on Social Media in Jakarta Gubernatorial Election 2017. *Asian Social Science*, 15(4), 11. <https://doi.org/10.5539/ass.v15n4p11>
- Castells, M. C. (2011). The Rise of The Network Society. With a New Preface. In M. Castells (Ed.), *Anaphylaxis and Hypersensitivity Reactions: Vol. I* (2nd ed.). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1007/978-1-60327-951-2>
- Cho, M., Xiong, Y., & Boatwright, B. (2021). Through the lens of ethnicity: Semantic network and

- thematic analyses of United Airlines' dragging crisis. *Public Relations Review*, 47(1).
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.102006>
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi* (Eriyanto (ed.); 1st ed.). Kencana Prenada Media.
- George, C. (2017). *Pelintiran Kebencian. Rekayasa ketersinggungan Agama dan Ancamannya bagi Demokrasi* (1st ed.). Pusat Studi Agama dan Demokrasi (PUSAD). Universitas Paramadina.
- Gracia, M. S., & Komunikasi, I. (2020). *Efektivitas Kampanye Politik di Instagram Untuk Mempengaruhi Niat Memilih*. 1(1), 72–82.
- Huddy, L. (2001). From social to political identity: A critical examination of social identity theory. *Political Psychology*, 22(1), 127–156. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00230>
- Jones, R. H., & Hafner, C. A. (2021). Understanding Digital Literacies. *Understanding Digital Literacies*. <https://doi.org/10.4324/9781003177647>
- Lestanata, Y. (2023). ANIES RASYID BASWEDAN'S POLITICAL COMMUNICATION IN FACING THE 2024 ELECTION. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 11(3), 1155–1172. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v11i3.952>
- Lestari, D. (2019). Pilkada DKI Jakarta 2017 : Dinamika Politik Identitas di Indonesia. *JUPE : Jurnal Pendidikan Mandala*, 4(4), 12. <https://doi.org/10.58258/jupe.v4i4.677>
- Littlejohn, Stephen W. & Foss, K. (2009). *Teori KOMunikasi (Theories of Human Communication)* (R. Oktafiani (ed.); 9th ed.). Salemba Humanika & Cengage Learning.
- Oktaviani, S., Mizutani, M., Nishide, R., & Tanimura, S. (2023). Factors associated with overweight/obesity of children aged 6–12 years in Indonesia. *BMC Pediatrics*, 23(1). <https://doi.org/10.1186/s12887-023-04321-6>
- Ozturkcan, S., Kasap, N., Cevik, M., & Zaman, T. (2017). An analysis of the Gezi Park social movement tweets. *Aslib Journal of Information Management*, 69(4), 426–440. <https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2017-0064>
- Putra, D. A., Yazwardi, Y., Fikri, M. S., & Fikri, M. S. (2021). Pengaruh Penggunaan Facebook Terhadap Hasil Pemilihan Presiden 2019. *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization*. <https://doi.org/10.19109/ampera.v2i1.7427>
- Ramadhan, F. A., & Gunawan, P. H. (2023). Sentiment Analysis of 2024 Presidential Candidates in Indonesia: Statistical Descriptive and Logistic Regression Approach. *2023 International Conference on Data Science and Its Applications, ICoDSA 2023*, 327 – 332. <https://doi.org/10.1109/ICoDSA58501.2023.10276417>
- Ritzer, George & Smart, B. (2014). *Handbook Teori Sosial* (D. S. Widowatie (ed.); 1st ed.). Nusamedia.
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods* (1st ed.). The MIT Press.
- Tayibnapis, R. G., & Aladdin, Y. (2023). Analisis Bibliometrika Politik Identitas Anies Baswedan Pada Studi Media Komunikasi. *COMMENTATE: Journal of ...*
<https://journal.lspr.edu/index.php/commentate/article/view/529>

Wahab, S. (2019). Jurnal Communitarian Vol. 2 No. 1 E-ISSN 2686-0589. *Jurnal Communitarian*, 2(1), 134–146.

Webster, F., & Castells, M. (1998). The Power of Identity. In *The British Journal of Sociology* (1st ed., Vol. 49, Issue 4). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.2307/591296>