

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pilpres merupakan awal dari fungsi kontrol masyarakat terhadap calon presiden dengan memilih orang-orang yang kompeten dan responsif terhadap aspirasi masyarakat. Menurut Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomor 42 Tahun 2008, Pemilihan presiden dan wakil presiden adalah pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Fenomena ini paling banyak menyorot perhatian masyarakat se-Indonesia maupun luar negeri.

Secara sederhana menilik opini publik yang berkembang di masyarakat dapat dilakukan dengan melihat langsung berbagai status serta komentar perdebatan dukungan (atau oposisi) yang bertebaran di Jejaring Sosial (Nugraha, 2012). Saat ini berbagai informasi mengenai perkembangan politik khususnya Pilpres sangat mudah diakses dan diamati melalui media sosial. *Social media* seperti situs pertemanan, blog personal, blog sosial dan *microblogging* yang dapat digunakan sebagai alat pembentukan opini publik dari sisi isi konten maupun dari penyampai pesan (Nugraha, 2012).

Saat ini sebesar 143,26 juta warga Indonesia memiliki akses Internet. Dari jumlah tersebut, 95% mengakses media sosial, terutama *Facebook* dan *Twitter* (APJII, 2017). Dari beberapa media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia dalam beropini, *Twitter* lah yang dianggap cocok sebagai media alternatif penyampaian opini. (Mohammad, 2011).

Hal ini dimanfaatkan oleh elite politik atau tim sukses kedua kandidat calon, dengan menggunakan media sosial *twitter* untuk menginisiasi sebuah pendekatan kampanye Pilpres 2019 melalui *hashtag* atau tanda pagar (tagar) yang dengan cepat menjadi *trending* dan perbincangan di linimasa sebagai representasi opini publik untuk referensi pilihan yang dapat menunjukkan adanya polarisasi pembagian kelompok masyarakat, baik pendukung atau penentang.

Saat ini diketahui ada beberapa tagar yang terkait dengan Pilpres 2019 di media sosial, diantaranya #2019GantiPresiden dan #2019TetapJokowi. Ekseks dari perang tagar ini juga berdampak pada masyarakat. Merujuk pada realitas komunikasi politik yang sedang terjadi saat ini, berbagai bentuk kampanye dilakukan termasuk kampanye hitam (*black campaign*). Ialah isu-isu yang dilontarkan dimaksudkan untuk merusak karakter lawan tanpa adanya kebenaran fakta yang jelas. Banyak sekali tagar-tagar yang ramai di media sosial, perang saling sindir antar kubu. Ekspresi kebebasan berpendapat untuk punya pilihan politik sesuai preferensi pilihan masing-masing salah satu bentuk *cyber* demokrasi.

Melalui *Social Network Analysis (SNA)*, *hashtag* terkait Pilpres 2019 dapat dikembangkan menjadi bahan sebuah pemetaan pola dan hubungan antar masyarakat dengan memahami parameter terkait *hashtag* dari dua kubu. Sampel teks diambil dari *tweet netizen* yang ada dalam *hashtag* tersebut sepanjang periode kampanye sampai pemilihan. Untuk merasakan dan mengukur tren opini publik, *grafik* dukungan berbagai isu politik dan inisiatif sosial serta strategi pendekatan polarisasi kedua belah kelompok terkait kampanye kandidat Pemilihan Presiden (Pilpres 2019).

Penelitian kali ini menyajikan penggabungan teknik *crawling* dan analisis *social network* untuk memetakan sepenuhnya sejauh mana kampanye Pilpres 2019 yang memungkinkan penelitian untuk mengidentifikasi masalah yang menonjol pada masing-masing kandidat calon presiden dan wakilnya. Sebagai representasi opini publik terhadap bakal calon kandidat sebagai bahan pertimbangan yang dapat diambil bagi masyarakat.

Di antara media sosial yang ada, *Twitter* menjadi pilihan utama dalam analisis *Social Network* ini. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik *crawling* dan data real dari pengguna *Twitter* tentang kata kunci atau tagar yang berhubungan dengan Pilpres 2019 yang diterapkan untuk menyaring variabel di API *Twitter*. Data ditambang untuk mengekstrak pola dan informasi yang berguna.

Dengan memanfaatkan data – data dari *Twitter*, dapat diterapkan metode *Social Network Analysis* dengan beberapa cara, antara lain dengan algoritma *degree centrality* dan *modularity class* untuk menangkap data interaksi dan relasi dari masyarakat pengguna *twitter* yang ikut berperan serta dalam menggiring konten tagar ataupun variabel yang terkait dengan Pilpres 2019 yang dapat dianalisis sebagai bahan pemetaan opini masyarakat dari media sosial.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pemetaan Opini Masyarakat di Twitter terhadap Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 menggunakan *Social Network Analysis*”** yang diharapkan dapat menjadi solusi dari masalah yang ada.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, identifikasi masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mengolah data dari mengenai pemetaan opini masyarakat antara kedua kubu calon presiden dan wakil presiden terkait Pilpres 2019 dengan menggunakan metode *social network analysis*?
2. Bagaimana polarisasi strategi pendekatan dari pendukung (atau oposisi) yang dilakukan oleh kedua belah kubu dalam menggiring opini masyarakat mengenai Pilpres 2019?
3. Bagaimana pergeseran isu tren dari kedua kubu pada selama Pilpres 2019 pada penelitian?
4. Bagaimana karakteristik konten percakapan dan apakah ada pola percakapan penggunaan bot dari masing-masing kubu?

## 1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Dapat mengolah data dari *Twitter* mengenai pemetaan antara kedua kubu calon presiden dan wakil presiden dari opini masyarakat dengan menggunakan metode *social network analysis*.
2. Dapat menarik kesimpulan polarisasi strategi pendekatan dari pendukung yang dilakukan oleh kedua belah kubu dalam menggiring opini masyarakat mengenai Pilpres 2019.

3. Dapat mengetahui pergeseran isu tren dan peran calon kandidat dan pendukung selama masa debat Pilpres 2019 berlangsung.
4. Dapat mengetahui karakteristik konten percakapan dan apakah ada keikutsertaan penggunaan bot diantara kedua belah kubu selama kampanye Pilpres 2019 di *Twitter*.

#### 1.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Analisis *social network* yang dihasilkan, dapat melihat secara gambaran berbasis big data yang berguna sebagai pengetahuan mengenai isu sosial-politik terkait Pilpres 2019 yang sedang terjadi melalui *Twitter*.
2. Memberikan informasi hasil data *real-time* opini publik dari *Twitter* bagi pengguna umum untuk mendapatkan informasi yang lebih komprehensif, untuk dipahami dari kedua sisi.

#### 1.5 Lingkup Tugas Akhir

Agar permasalahan yang tercakup dalam latar belakang tidak melebar dan menyimpang terlalu jauh dari tujuan, maka dibuat ruang lingkup dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data keikutsertaan opini masyarakat tentang Pilpres 2019 melalui pencarian nama calon kandidat dan *trending topic* yang ada saat itu dari *Twitter* mulai dari masa Debat Kedua Pilpres tanggal 14 Februari 2019 sampai dengan sehari setelah hari Pemilihan Presiden 18 April 2019.
2. Mengumpulkan data *tweet* atau *keyword* yang berbahasa indonesia dan inggris.
3. Menganalisis data yang terkumpul dari *Twitter* terkait opini publik tentang Pilpres 2019 dengan cara memetakan keberpihakan kubu berdasarkan *social network analysis*.
4. Menganalisis pergeseran isu tren dan peran calon kandidat dan pendukung selama masa debat Pilpres 2019 berlangsung.

5. Membandingkan volume tren, tipikal konten, pengguna aktif yang terlibat dalam percakapan opini masyarakat dan melihat strategi pendekatan dan korelasi dari kedua belah kubu.
6. Mengidentifikasi penggunaan bot dalam percakapan dari kedua belah kubu.
7. Menarik kesimpulan dari data olahan analisis *social network* tentang isu tren Pilpres yang terjadi secara berkala dengan berbasis gambaran *big data*.

#### 1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan proposal tugas akhir ini diuraikan dalam 5 (lima) bab dan mengenai isi bab-bab tersebut diuraikan sebagai berikut :

##### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bagian yang berisi mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang diperlukan dalam menyusun Tugas Akhir.

##### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Pada bab ini dijelaskan uraian teoritis mengenai pengertian – pengertian yang ada dalam judul penelitian, metode penyusunan data yang didapatkan serta mengenai bahasa pemrograman yang digunakan.

##### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan mengenai metodologi penelitian yang digunakan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir berdasarkan gambaran umum penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian yang digunakan, waktu dan proses penelitian.

##### **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil data penelitian, pembahasan hasil analisis, dan penarikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijabarkan.

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

Bab ini berisikan kesimpulan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan disertai dengan saran dari untuk penelitian yang lainnya.