



Pemetaan Meme Politik Pasca Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2019

Mapping Political Memes Post 2019 Indonesian Presidential Election

Dyan Rahmiati Soebakir^{1*}, Bayu Indra Pratama², Abdul Hair³

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, ²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya,

³Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya

The role of social media in political activities is growing, especially in spreading ideas, information and comments. The presidential election is the biggest democratic party every five years, where the involvement of the community is one measure of its success. Content delivered through social media will be viral and it will not be easy to see the impact or effect. Using communication network analysis can reveal the distribution of information related to mapping political memes on social media. Network analysis data collection is done by downloading interaction data on post-debate social media. The downloaded conversation includes several hashtags / hashtags (#) that are explicitly related to the debate. Four related hashtags are, # debatpilpres2019 #jokowiamin #prabowosandi # pilpres2019. This data collection uses the NODEXL application, then will it be sorted using memes as the main message delivering text. The result is the anonym account are more dominant in conversation. The most lively meme attracting attention is the unicorn start-up successfully provoking discussion and debate on Twitter, Higher interactions were found by Prabowo. Three mass media in this network, namely Liputan6, Indosiar, and Conversation IDN try to show a balanced opinion, namely tweeting the two pairs in proportion. However, influencers, buzzers, and BOT accounts have more to do in the quantity of conversations. Interactivity between accounts is dominated by retweets rather than replies or comments.

Keywords: Political Memes, Twitter Social Media, Post Presidential Debates, Network Analysis

Peran sosial media dalam aktivitas politik tanah air semakin besar, khususnya dalam menyebarkan ide, gagasan, informasi, maupun komentar. Pemilihan umum presiden merupakan pesta demokrasi terbesartiap lima tahunan, dimana keterlibatan masyarakat menjadi salah satu tolak ukur keberhasilannya. Konten yang disampaikan melalui media sosial akan viral dan tidak akan mudah untuk melihat besar dampak atau efeknya. Dengan menggunakan analisis jaringan komunikasi dapat mengungkap sebaran informasi yang berkaitan pemetaan meme politik di media sosial. Pengumpulan data analisis jaringan dilakukan dengan mengunduh data interaksi di media sosial pasca debat. Percakapan yang diunduh meliputi beberapa hashtag/tagar (#) yang secara eksplisit berkaitan dengan debat. Empat tagar yang berkaitan antara lain, #debatpilpres2019

OPEN ACCESS

ISSN 2541-2841 (online)

ISSN 2302-6790 (print)

Edited by:

Didik Hariyanto

Reviewed by:

Agoeng Noegroho

*Correspondence:

Dyan Rahmiati Soebakir

dyanrahmi@ub.ac.id

Received: 14 Februari 2020

Accepted: 14 Februari 2020

Published: 1 Maret 2020

Citation:

Soebakir DR, Pratama BI and Hair A

(2020) Pemetaan Meme Politik

Pasca Pemilihan Umum Presiden

Indonesia 2019.

Kanal. 8:2.

doi: 10.21070/kanal.v8i2.220

#jokowiamin #prabowosandi #pilpres2019. Pengumpulan data ini menggunakan aplikasi NODEXL. Baru kemudian dipilah yang menggunakan meme sebagai teks penyampai pesan utamanya. Dari penelitian ini didapatkan hasil akun anonym lebih dominan dalam percakapan. Meme yang paling ramai memancing perhatian adalah start-up unicorn berhasil memancing diskusi dan perdebatan di twitter. Interaksi lebih tinggi didapati kubu Prabowo. Tiga media massa dalam jaringan ini, yakni Liputan6, Indosiar, serta Conversation IDN berusaha menampilkan opini yang berimbang, yakni mentweet kedua paslon secara proporsional. Akan tetapi akun influencer, buzzer, dan BOT, lebih berperan dalam kuantitas percakapan. Interaktivitas antar akun lebih didominasi oleh retweet ketimbang reply atau komentar.

Keywords: Meme Politik, Media Sosial Twitter, Pasca Debat Presiden, Analisis Jaringan

PENDAHULUAN

Tanpa adanya suatu jaringan (komunikasi) yang mampu memperbesar dan melipatgandakan pernyataan dan pilihan individu maka tidak akan ada yang namanya politik.^[1] Berlo (1960) menyampaikan bahwa komunikasi merupakan instrument interaksisosial yang berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap termasuk pilihan seseorang.

Konsep 'meme' berasal dari Yunani, dari kata 'mimeme' yang memiliki makna meniru (imitate) ^[2] Dawkins (1989), perkembangbiakan dalam term biologi ke dalam budaya yang maknanya menjadi bagian dari informasi yang direplikasi dan berevolusi sesuai dengan lingkungan namun tetap mempertahankan prinsip inti. Meme kemudian menjadi bagian dari budaya populer terutama dengan keberadaan teknologi digital, yang melahirkan konsep internet meme. Komponen utama dari meme adalah humor dan satir. Secara historis, humor dalam konteks komunikasi politik, digunakan sebagai instrument dalam menyampaikan kritik ataupun ketidakpuasan khususnya terhadap pemerintah yang berkuasa.

Fungsi meme sebenarnya memunculkan emosi spesifik, pesan yang kontekstual. Potensi meme sebagai medium penyampai informasi disampaikan dalam ^[3] Zittrain (2014), "a meme at its best exposes a truth about something, and in its versatility allows that truth to be captured and applied in new situations". Realitas yang ditangkap dalam meme dijadikan berlebihan, dibuat sangat bertentangan maupun diungkapkan dengan membandingkan dengan realitas yang lain namun dengan cara framing yang sangat terbatas, yang ditampilkan dalam gaya humor.

Karakter anonym dalam media daring memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan penggunaan meme dan melakukan editing gambar dan tulisan yang lucu, dengan demikian menantang dan mereproduksi budaya hegemonik ^[4] Vickery (2014). Lelucon membutuhkan penonton yang objektif selain objek lelucon (korban) dan pembuat pesan itu sendiri. Sehingga pergerakan produk humor dalam bentuk meme melalui media daring dengan the 'read-vote-rewrite' process.

Apapun topik yang diangkat dalam internet meme, dengan proses re-write akan mengarahkan komunikasi ke arah symbol yang paling sesuai dengan konteks tersebut, sehingga mampu menciptakan kesepakatan bersama tentang apa yang harus menjadi dasar makna bersama. Menghubungkan sebuah teks narasi maupun visual, dengan teks yang lain sehingga memungkinkan munculnya makna yang meluas dari makna awal, membangun intertekstualitas. Penggiringan makna ini dianggap sesuatu yang penting untuk dilihat, tampak dari beberapa penelitian yang melihat makna meme sebagai wacana maupun dengan menggunakan semiotika maupun analisis isi.

Secara umum budaya online jauh lebih fleksibel dan bersifat adaptif. Kondisi ini yang menyebabkan mengapa meme menjadi populer penggunaannya di portal-portal komunikasi saat ini. Topik yang dianggap potensial, terlebih lagi yang membutuhkan ruang untuk emosional dan katarsis politik. Transmisi online memungkinkan internet meme sebagai teks tersebar dengan mudah, mengalami perubahan dan editing gambar maupun teks yang merupakan karakter dasar internet meme.

Brodie, Richard ^[5] Brodie (2009) dalam bukunya *Virus of the Mind*, mengutarakan bahwa

meme menyebar dari pikiran satu orang ke orang yang lain (15). A virus of the mind is something out in the world that infects people with memes. Those memes, in turn, influence the infected people's behavior so that they help perpetuate and spread the virus (18). Orang yang mengonsumsi meme akan terinfeksi dan akan ikut menyebarkannya. Meme didefinisikan sebagai unit budaya (seperti ide, nilai atau pola perilaku) yang menyebar dari satu orang ke lainnya dalam setting sosial. Disadari atau tidak, meme menggunakan dan kaya akan intertekstualitas.^[6] Segev et al. (2015).

Kulkarni^[7] Kulkarni (2017) menyampaikan bahwa meme memiliki peranan yang penting dalam wacana politik. Salah satu meme yang menonjol pada masa pemilihan umum di Amerika tahun 2016 adalah #ZodiacTed. Pada meme ini digambarkan bahwa Ted C'ruz sebagai pembunuh zodiac. Menurut survey polling kebijakan publik mendapatkan hasil bahwa 40% pemilih di Florida berpikir bahwa ia memang sebenarnya adalah pembunuh zodiac dan keputusan politik mereka dipengaruhi oleh meme ini. Walaupun di penelitian yang dilakukan Kulkarni tidak mendapatkan jawaban yang se-optimis itu, meme memang digunakan dan diterima sebagai wahana untuk mengkomunikasikan ide namun tidak memiliki pengaruh pada perilaku memilih atau pandangan politik calon pemilih.

Internet meme sebagai alat mengkomunikasikan satir politik menyebar dan tidak bisa diketahui sampai mana berhentinya. Membangun sebuah pengetahuan bersama melalui sebuah jaringan online. Pengguna media sosial bisa menjadi aktor atau produsen meme dengan hanya melakukan sedikit perubahan seperti yang disampaikan di paragraph sebelumnya dan membagikannya di akun miliknya. Menganalisis jaringan komunikasi dengan tujuan mengetahui bagaimana arus informasi terpolakan dan mengalir pada sebuah system, dalam konteks penggunaan media daring di penelitian ini.

Meme sebagai sebuah informasi politik dipertukarkan atau dibagikan dari satu individu ke individu lain bahkan dari satu individu ke banyak individu. Social network analysis digunakan untuk memetakan penyebaran meme politik yang muncul setelah debat calon presiden. Mengidentifikasi pergerakannya dengan menggunakan fasilitas # [hashtag], dan kata kunci yang muncul selama debat calon presiden berlangsung, yang bisa menjadi potensial isue sebagai ide dasar pembuatan meme. Moda sosial user juga bisa menjadi faktor yang mempengaruhi pemetaan yang terbangun, sehingga nantinya akan terlihat aktivitas read-vote and rewrite yang berlangsung dan bagaimana pusat dan penyebarannya.

Penelitian ini mencoba menganalisis 'bagaimana pemetaan meme politik yang muncul pasca debat calon presiden dengan melakukan penelusuran melalui #debatcapres #debatpilpres2019 #jokowiamin #prabowosandi #pilpres2019 ?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha untuk mencermati persebaran meme pasca debat calon presiden pada tanggal 17 Februari 2019 dan 30 Maret 2019. Cermatan tersebut membutuhkan dua jenis data yakni, data distribusi meme yang ada di media sosial dan identifikasi bahwa meme tersebut berkaitan dengan debat calon presiden. Peroleh data tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode yakni analisis jaringan komunikasi dan analisis isi. Penggunaan kedua metode tersebut dalam penelitian ini mempoisikan penelitian sebagai riset post-positivisme karena penelitian ini tidak hanya menelaah sebaran melainkan juga pada dimensi isii nformasi yang disebarkan.

Pengumpulan data analisis jaringan dilakukan dengan mengunduh data interaksi di media sosial pasca debat. Percakapan yang diunduh meliputi beberapa hashtag/tagar (#) yang secara eksplisit berkaitan dengan debat. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, ada 4 tagar yang berkaitan dengan debat pada 17 Februari 2019 dan 30 Maret 2019. Tagar tersebut terdiri antara lain, #debatpilpres2019 #jokowiamin #prabowosandi #pilpres2019. Pengumpulan data ini menggunakan aplikasi NODEXL. Data jaringan yang diperoleh direduksi sesuai dengan kebutuhan penelitian dengan menggunakan analisis isi, yang tidak menggunakan teks meme akan direduksi dari data penelitian. Selanjutnya diolah kembali menggunakan software UCINET untuk mengetahui sebaran meme , untuk memperoleh Density, Centrality Degree, Centrality

Betweenness, Centrality Closeness dari penyebaran meme politik di media sosial yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkap aktor-aktor yang berpengaruh dalam percakapan di media sosial twitter terkait Pemilihan Presiden Indonesia 2019-2024. Data didapatkan melalui crawling data di twitter untuk mendapatkan nama-nama akun yang saling berinteraksi dengan melakukan mention/reply terhadap akun lain yang memposting tweet tentang Debat Capres. Beberapa pengukuran yang dilakukan di antaranya adalah density, centrality degree, centrality closeness dan centrality betweenness .

Density

TABLE 1 | Density

Density Global Network	1306 Number of Ties / Relation	971 Nodes / Institution	Avg Degree 1,342	Density 0.001
------------------------	--------------------------------	-------------------------	------------------	---------------

Keterangan:

- Number of ties : Jumlah hubungan atau interaksi antar aktor /institusi
- Average degree : Rata-rata hubungan atau interaksi
- Density : Kohesivitas jaringan keseluruhan

Hasil pengukuran density menunjukkan ada 1306 relasi yang terjalin dari 971 aktar akun twitter. Jaringan yang terbentuk menunjukkan angka density yang rendah yakni 0.001 atau dapat diartikan potensi terjadinya interaksi antar akun hanya sebesar 0.1%. Angka ini menunjukkan kohesivitas pada jaringan ini cukup rendah.

Lebih jauh, tingkat hubungan yang didapatkan dari pengukuran density sebesar 1.342 yang artinya setiap aktor atau akun dalam jaringan ini rata-rata memiliki relasi atau berhubungan dengan 1 sampai 2 aktor dalam jaringan. Angka density yang didapatkan ini menunjukkan tingkat kohesivitas di antara para aktor yang ada dalam jaringan. Pengukuran density memiliki nilai 0 -1, semakin mendekati 1 maka semakin kohesif sebuah jaringan dan menunjukkan bahwa semua aktor di dalam jaringan terhubung satu sama lain atau disebut dengan jaringan sempurna. Data yang didapatkan menunjukkan kurang adanya hubungan antar aktor yang tercipta.

Centrality Degree

TABLE 2 | Centrality Degree

Nama Akun	InDegree	OutDegree
NULL (Tanpa Nama)	352	0
FajarrA	149	1
01UntukRiau	146	14
Yudhaisreal	122	0
liputan6dotcom	104	13
ConversationIDN	38	2
IndosiarID	35	21
KompasTV	32	7
Kunto_Drummer	30	1
Tilehopper	29	1
Teresaracel	27	1
OfficialiNewsTV	17	11
UkJuang	16	1
nikolas_yordan	14	19

Pengukuran centrality degree menunjukkan keterpusatan seorang aktor dalam jaringan. Aktor yang memiliki nilai degree yang tinggi adalah aktor yang sering dihubungi atau

menghubungi aktor lainnya dalam jaringan. Peneliti menampilkan 14 aktor yang memiliki skor degree tertinggi di atas 10. Penelitian ini menunjukkan bahwa Null (akun tanpa nama) dengan nilai InDegree 352 adalah akun yang sering mendapatkan tindakan interaksi dari akun lainnya dengan me-reply tweet atau me-Retweet tweet dari akun Null. Hal ini menunjukkan bahwa cukup banyak akun tanpa nama yang ada di twitter saat Pilpres 2019 atau dapat diidentifikasi sebagai akun buzzer atau BOT yang tidak lama hilang dengan asumsi dihapus oleh pihak twitter atau pemilik akun BOT sendiri. Terbukti pada saat penelitian ini dilakukan beberapa akun sudah dihapus atau tidak lagi aktif.

Posisi berikutnya ditempati oleh akun bernama FajarrA, 01UntukRiau, yudhaisreal dan liputan6dotcom. Berdasarkan hasil ini, peneliti merujuk juga pada tweet yang disampaikan oleh akun-akun ini. Untuk akun bernama FajarrA, 01UntukRiau dapat diidentifikasi dari tweetnya adalah akun yang mendukung 01 (Jokowi – Ma'ruf). Sedangkan akun yudhaisreal teridentifikasi adalah akun pendukung 02 (Prabowo-Sandi). Tweet dari mereka banyak di-reply atau di-retweet oleh akun lainnya. FajarrA menulis tweet berupa komentar satir terhadap pernyataan pak Prabowo terkait Unicorn. FajarrA menulis "Unicorn? Yang onlenonlen itu.. #DebatSebel #DebatPintarJokowi #DebatCapres <https://t.co/uURxDv77Jt>". Akun yudhaisreal menulis tweet yakni "Semogapak @prabowodiberiamanah oleh Allah untuk menjadi pemimpin kami. Amiin. #DebatCapres #PrabowoBentengNKRI".

Lebih lanjut, untuk akun liputan6dotcom dapat identifikasi sebagai akun media massa dan tidak memiliki keberpihakan terhadap satu calon kandidat presiden. Hal ini terlihat dari tweet yang dilayangkan oleh akun ini yakni berupa paparan visi-misi dari kedua kandidat presiden. Liputan6dotcom melayangkan tweet "Berikutvisimisi Prabowo Subianto dan Joko Widodo saat debat capres keempat tentang ideologi, pertahanan dan keamanan", yang kemudian tweet ini banyak di-reply atau di-retweet oleh akun lainnya.

Centrality Betweenness

TABLE 3 | Sentralitas Keperantaraan

Nama Akun	Betweenness
FajarrA	147.5
liputan6dotcom	91.7
ConversationIDN	33.5
Kunto_Drummer	28
Tilehopper	27.5
KompasTV	26.667
Teresaracel	26.333
jodohnya_harry	24.5
IndosiarID	21.5
UkJuang	14.833
01UntukRiau	13
jamesmassola	10

Centrality betweenness adalah pengukuran yang menunjukkan keperantaraan dari seorang aktor di dalam jaringan. Hal ini akan menunjukkan aktor yang memiliki posisi penting sebagai penghubung dengan aktor lainnya. Semakin tinggi nilai keperantaraan dari seorang aktor menunjukkan bahwa aktor tersebut memiliki posisi yang paling penting dikarenakan ia dapat menjadi penghubung aktor lain agar bisa berhubungan dengan aktor yang lainnya di dalam jaringan. Hasil pengukuran menunjukkan secara urut akun FajarrA, Liputan6dotcom, ConversationIDN, Kunto_Drummer dan tilehopper adalah akun yang memiliki posisi sentral menjadi penghubung bagi aktor atau akun lainnya. Akun FajarrA yang memiliki nilai degree tertinggi ternyata juga menempati posisi sentral sebagai penghubung bagi aktor lainnya. Narasi yang dibawa oleh FajarrA dalam cuitannya di twitter terkait candaan "Unicorn" berhasil menarik orang-orang untuk berinteraksi dengannya.

Akun liputan6dotcom sebagai akun media massa yang pada sentralitas degree menempati posisi 5, namun secara sentralitas keperantaraan akun ini langsung menempati posisi 2. Hal ini dapat ditarik simpulan bahwa posisi liputan6dotcom sebagai sebuah media massadapat men-

gakomodasi pendukung 01 dan pendukung 02. Akun ini potensial menghubungkan aktor dari pendukung 01 dan pendukung 02. Hal serupa juga dialami oleh akun ConversationIDN yang juga merupakan sebuah media massa. Lebih jauh, akun 01 UntukRiau yang sebelumnya menempati posisi sentral sebagai aktor yang sering dihubungi nyatanya tidak memainkan peran sentral dalam keperantaraan antar aktor sehingga akun ini hanya menempati peringkat 11 terkait keperantaraan aktor dalam jaringan.

Centrality Closeness

TABLE 4 | Sentralitas Kedekatan

Nama Akun	InCloseness	OutCloseness
NULL	1858	2910
FajarrA	2614	2908
Yudhaisreal	2682	2910
liputan6dotcom	2724	2908
ConversationIDN	2840	2908
Tilehopper	2840	2908
YudhaRahargo	2852	2908
Kunto_Drummer	2854	2908
Teresaracel	2856	2908
IndosiarID	2866	2908

Jaringan yang terbentuk juga dapat dilihat dari aspek kedekatan masing-masing akun yakni dengan pengukuran sentralitas kedekatan. Pengukuran ini akan menunjukkan akun-akun yang memiliki posisi sentral untuk dihubungi oleh aktor lainnya dalam jaringan. Semakin rendah nilai kedekatan yang dimiliki aktor tersebut menunjukkan jarak yang dekat untuk aktor tersebut berhubungan dengan semua aktor di dalam jaringan.

Hasil pengukuran sentralitas kedekatan ini menunjukkan bahwa akun Null (akun tanpa nama) menjadi akun yang memiliki kedekatan terbaik dengan semua akun di dalam jaringan dengan skor 1858, dan jauh dibandingkan dengan akun-akun lainnya. Posisi berikutnya diikuti oleh akun FajarrA, yudhaisreal, dan liputan6dotcom. Akun-akun yang menempati posisi strategis dalam sentralitas kedekatan ini hampir sama urutannya dengan centrality degree. Terdapat 1 akun tanpa nama, 1 akun yang menjadi pendukung Jokowi-Ma'rif dan 1 akun yang menjadi pendukung Prabowo-Sandi serta diikuti dengan akun yang berlatar belakang media massa.

Analisis Data

Social network merupakan studi yang berfokus pada entitas sosial dan interaksi yang terjadi serta relasi antar entitas tersebut. Hubungan yang terjadi akan membentuk jaringan, setiap node menyatakan hubungan tersebut. Struktur, peran, posisi dan keterpentingan aktor terlihat dari bangunan jaringan yang terbangun. Melalui studi social network lah dapat dipetakan bagaimana persebaran suatu meme terjadi.

Berdasarkan penelitian ini ditemukan bahwa sebagian besar akun yang men-tweet tentang debat capres merupakan akun anonym. Akun-akun ini bisa diidentifikasi sebagai akun buzzer atau BOT yang tugasnya menaikkan kuantitas suatu percakapan di twitter. Tujuannya agar isu yang diangkat tersebut bisa menjadi trending topic di twitter. Dalam liputan mendalam yang dilakukan oleh CNN Indonesia (2019) mengenai fenomena buzzer politik menjelang pilpres, disebutkan bahwa buzzer mayoritas bekerja secara tim, meskipun ada yang bekerja secara perorangan. Setiap buzzer pun mengoperasikan lebih dari 10 akun, bahkan ada yang mencapai ratusan akun. Itulah mengapa setiap buzzer minimal harus bekerja dengan lebih dari 4 gawai. Cara kerjanya adalah, dalam waktu kurang dari satu jam, suatu topik sudah harus di tweet lebih dari seribu kali oleh banyak akun, dan lokasi dari setiap akun harus merata di setiap daerah di Indonesia, tidak hanya terpusat pada satu daerah saja. Dengan cara inilah suatu isu bisa menjadi trending topic. Temuan dalam penelitian ini semakin memperkuat hasil liputan yang sudah dilakukan oleh CNN Indonesia.

Secara posisi politik, akun media massa seperti Liputan6 dan Indosiar tidak berpihak pada

Capres manapun, sehingga isi tweet bersifat netral. Dampak dari hal ini adalah, tweet dari Liputan6 dan Indosiar banyak diretweet pendukung kedua Capres. Akun Indosiar misalnya, sebelum debat berlangsung, meliput visi misi dari setiap paslon. Berdasarkan data yang didapatkan, liputan visi misi paslon ini mendapat banyak tanggapan dari akun-akun lain. Jika visi misi Jokowi yang ditampilkan, mayoritas tanggapan berasal dari akun-akun yang mendukung Jokowi. Sedangkan bila visi misi Prabowo yang ditampilkan, pendukung Prabowo pula yang menjadi penanggapnya. Tanggapan-tanggapan ini kebanyakan dalam bentuk retweet.

ConversationIDN adalah akun dari The Conversation Indonesia, sebuah media yang memuat hasil riset akademis dari para dosen, peneliti, dan mahasiswa doktoral, dalam membahas fenomena-fenomena kontemporer. Berbeda dengan Liputan6 dan Indosiar yang memiliki followers yang heterogen, followers ConversationIDN sangat spesifik dan homogen, sebab pembahasannya pun lebih akademis ketimbang kedua media itu. Dibanding Liputan6 dan Indosiar yang hanya menampilkan tweet berupa pemberitaandari media merekasendiri, ConversationIDN tidak hanya menampilkan konten dari medianya sendiri tetapi juga ikut menanggapi tweet dari akun-akun yang lain. Meskipun lambat dalam merespons, tetapi karena ConversationIDN ikut membangun interaksi dengan akunlain, maka komentar-komentar yang masuk lebih mendukung.

Salah satu temuan paling menarik dari penelitian ini adalah akun FajarrA. Akun ini menjadi aktor paling penting dari keseluruhan jaringan, sebab derajat ke perantaraannya paling tinggi dibanding akun-akun yang lain, termasuk dari akun-akun media. Akun ini bukanlah buzzer, dan interaksi yang terjadi atas akun ini tidak berasal dari buzzer atau BOT. Yang membuatnya lebih menarik lagi, akun ini bisa menjad iaktor paling penting dari keseluruhan jaringan hanya karena satu tweet! Yakni tweet yang berisi meme tentang debat Jokowi dan Prabowo terkait start-up unicorn (usaha rintisan dengan valuasi di atas 1 milyar dolar AS).



FIGURE 1 | Meme tentang debat Jokowi dan Prabowo terkait start-up unicorn

Meme di atas, yang dipublikasikan FajarrA pada 17 Februari 2019, menarik sekaligus menggelitik. Dari pesan yang ingin disampaikan, jelas FajarrA sedang melayangkan kritik pada Prabowo, sebab Prabowo dianggap tidak memahami apa itu unicorn. Ketidapahaman tersebut diintertestualisasikan dengan hobi Prabowo dalam beternak kuda. Sehingga, Unicorn dalam pemahaman Prabowo berdasarkan meme di atas tidak merujuk pada start-up, melainkan pada makhluk imajiner yang mirip kuda tetapi memiliki tanduk di kepalanya. Meme dengan humor satir seperti ini akhirnya memunculkan banyak tanggapan dari warganet di twitter, sehingga menjadikan FajarrA sebagai aktor paling penting dalam jejaring ini.

Akun YudhaISRAEL, salah satu akun dengan derajat percakapan yang tinggi, jelas berafiliasi dengan Prabowo. Saat ini, akun tersebut tidak lagi aktif. Kemungkinannya, akun ini dihapus oleh pengelolanya, atau diblokir oleh pihak twitter. Akuninimentweet meme Prabowo sedang berdoa, disertai dengan caption berupa doa dari nabi Musa. Meme ini, dengan demikian, sejalan dengan narasi yang dibangun tim kampanye Prabowo-Sandi mengenai keberpihakan Prabowo pada kelompok-kelompok Islam.

Meskipun Meme ini banyak diretweet oleh akun lain, tetapi karena tidak terjadi interaksi



FIGURE 2 | Meme Prabowo sedang berdoa

antar akun yang terjadi melalu iakun ini, maka akun ini tidak menjadi aktor yang signifikan dalam jaringan. Hal ini memperkuat argumen bahwa akun ini adalah buzzer, sebab selain karena akun ini sudah terhapus dari twitter, tingkat interaktivitas antar akun lain yang melalui akun ini sangat rendah.

Dari data yang didapatkan, akun-akun dari kubu Prabowo sangat minim interaksi. Temuan ini berbeda dengan riset yang dilakukan Tirto.id, yang menemukan bahwa tingkat interaktivitas kubu Prabowo lebih tinggi dari kubu Jokowi. Perbedaan ini terjadi karena topik tentang #DebatPilpres2019 hanya dilakukan oleh akun-akun buzzer Prabowo, tetapi tidak untuk topik-topik lain. Hal yang berbeda terjadi di kubu Jokowi. Topik-topik seputar #DebatPilpres2019 dilakukan orang “orang sungguhan”, dengan topik-topik lain dilakukan oleh buzzer politik.

Penting untuk diketahui, indegree suatu akun tinggi karena sering diretweet dan direply. Outdegree rendah karena minim membalas. Kondisi ini mengarahkan pada potensi satu arah, tidak menginginkan atau kecenderungan menutup adanya interaksi antar, diskusi yang berpotensi pada negosiasi makna bersama. Untuk akun-akun anonym (yang dalam table disebut null), memiliki derajat interaksi yang rendah, karena dibuat hanya untuk meningkatkan hastag – arus pembicaraan dalam hastag tertentu.

Dari pembacaan central degree, Null nyattinggi. Kondisi ini bisa dibaca sebagai atau diabaikan oleh, pertama, akun yang tidak bisa dikenal. Kedua, akun yang sudah dihapus. Ketiga, tweet dari akun yang sudah dihapus. Keempat, retweet pesan yang sudah dihapus. Dan kelima, akun tersebut adalah akun boot.

Pengukuran centrality degree menunjukkan keterpusatan seorang aktor dalam jaringan. Aktor yang memiliki nilai degree yang tinggi adalah aktor yang sering dihubungi atau menghubungi aktor lainnya dalam jaringan. Berbicara tentang kepopuleran, dari 14 akun yang teridentifikasi hanya 5 akun official media, diantaranya Liputan 6, ConversationIDN, Indosiar, Kompas dan OfficialNews.

Untuk in-degree yang besar menandakan sering di-reply, sedangkan out-degree yang besar menandakan seringnya kuantitas menghubungi atau me-mention pihak lain. Pada beberapa akun terdapat jumlah yang lebih seimbang antara indegree dengan outdegree, dikarenakan akun ini sudah memiliki segmen atau follower real yang loyal. Sedangkan untuk out-degree yang jumlahnya jauh lebih besar dibandingkan in-degree bisa dibaca sebagai ketiadaan real follower

Penelitian ini berangkat dari keingintahuan akan siapa yang berperan dalam informasi, yang memiliki kemampuan atau kapasitas struktural untuk menggerakkan kehendak, “power is the structural capacity to impose one’s will over another’s will”^[8] Castells (2004). Interkoneksi antar akun dalam penelitian ini dijumpai tidak selalu ada hubungan timbalbalik, bahkan kecenderungan hubungan yang terbentuk adalah asimetris.

KESIMPULAN

Dari data yang didapatkan, ditemukan bahwa akun anonim lebih dominan dalam percakapan. Hal ini terjadi karena, seperti yang telah dipaparkan di bab 4, lima kemungkinan. Yakni, akun yang tidak bisa dikenal; akun yang sudah dihapus; tweet dari akun yang sudah dihapus; retweet pesan yang sudah dihapus; serta akun tersebut adalah akun boot.

Aktor yang paling penting dari jaringan ini adalah FajarrA, sebab meme yang dia tweet mengenai start-up unicorn berhasil memancing diskusi dan perdebatan di twitter. Meme yang diatampilkan menarik sebab memiliki intertekstualitas dengan kesenangan Prabowo dalam memelihara kuda.

Tiga media massa dalam jaringan ini, yakni Liputan6, Indosiar, serta ConversationIDN berusaha menampilkan opini yang berimbang, yakni mentweet kedua paslon secara proporsional. Akan tetapi akun influencer, buzzer, dan BOT, lebih berperan dalam kuantitas percakapan.

Oleh karena akun-akun influencer, buzzer, BOT lebih berperan, maka interaktivitas antar akun lebih didominasi oleh retweet ketimbang reply atau komentar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami sampaikan pada rekan-rekan di FISIP, Universitas Brawijaya atas dukungannya.

REFERENCES

- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. (New York: Holt, Rinehart and Winston).
- Brodie, R. (2009). *Virus of The Mind*. (UK: Ray House).
- Castells, M. (2004). *The Power of Identity The Information Age Economy*. vol. II (Oxford: Blackwell).
- Dawkins (1989). *The Selfish Gene* (Oxford: Oxford Landmark Science).
- Kulkarni, A. (2017). Internet Meme and Political Discourse: A Study on the Impact of Internet Meme as a Tool in Communicating Political Satire. *SSRN Electronic Journal* 6. doi: 10.2139/ssrn.3501366.
- Segev, E., Nissenbaum, A., Stoler, N., and Shifman, L. (2015). Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concreteness. *Journal of Computer-Mediated Communication* 20, 417–433. doi: 10.1111/jcc4.12120.
- Vickery, J. R. (2014). The curious case of Confession Bear: The re-appropriation of online macro-image memes. *Information Communication and Society* 17, 301–325.
- Zittrain, J. L. (2014). Reflections on Internet Culture. *Journal of Visual Culture* 13, 388–394. doi: 10.1177/1470412914544540.

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright © 2020 Soebakir, Pratama and Hair. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.