

Social Network Analysis untuk Menilik Kualitas Demokrasi Digital Indonesia: Analisis Wacana Pro-Kontra Isu Kritik “Kartu Kuning untuk Jokowi” (2018) dan “Jokowi: The King of Lip Service” (2021)

Cattleya Ishamina Putri Hananto¹, Dhias Dipa Dipangga², R. A Annissa Adhi Herawati Murningtyas³, Rewinata Syah Putra⁴

Diserahkan: 14 Desember 2021 | **Diterima:** 24 Oktober 2022 |

Diterbitkan: 30 Desember 2022

Abstrak

Media sosial (Twitter) sebagai new public sphere memungkinkan siapa pun untuk membangun wacana dan turut berkontestasi memperebutkan kekuasaan atas ruang “arus utama”. Twitter pada tahun 2018 dan pertengahan 2021 diramaikan oleh dua isu: “Kartu Kuning untuk Jokowi” (repertoar nyata) dan “Jokowi: The King of Lip Service” (repertoar digital murni). Kajian ini bertujuan untuk membandingkan bagaimana bekerjanya contentious politics pada dua repertoar “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: The King of Lip Service” di Twitter sebagai media sosial. Kajian ini juga menginisiasi pemanfaatan Social Network Analysis (SNA) sebagai metode untuk memetakan aktor dalam kedua repertoar. Dua isu tersebut dipilih karena kesamaan aktor yang mencetuskan repertoar, yaitu BEM UI. Repertoar juga sama-sama ditujukan sebagai bentuk kritik kepada Presiden Joko Widodo atas pemerintahannya. Hasil kajian ini melihat perbedaan fundamental dari kedua isu tersebut, yaitu repertoar “nyata” dan repertoar

1 Departemen Politik dan Pemerintahan, Universitas Gadjah Mada.

2 Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.

3 Departemen Politik dan Pemerintahan, Universitas Gadjah Mada.

4 Departemen Politik dan Pemerintahan, Universitas Gadjah Mada. Email: rewinata.syah.p@mail.ugm.ac.id

digital murni, dimana contentious politics menggunakan repertoar “nyata” bertahan lebih lama daripada repertoar digital “murni”.

Kata kunci: Jokowi; BEM UI; Twitter; Digital Repertoire; Contentious Politics

Pendahuluan

Konsep ruang publik (*public sphere*) yang pertama kali diusung oleh Jurgen Habermas dimaknai sebagai ruang di mana semua orang bertemu dan berdebat secara bebas tanpa diatur oleh negara dan tanpa tekanan siapa pun. Dalam perkembangannya, ruang publik semakin meluas dengan hadirnya media massa hingga media sosial yang kita gunakan sehari-hari. *Twitter* menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dan menghubungkan banyak orang hingga membentuk jaringan antarpenggunanya. Selain menjadi norma baru dalam keterlibatan warga, jejaring juga menjadi medium yang memungkinkan terjadinya transformasi kekuatan.

Pertengahan tahun 2021, *Twitter* dibuat riuh oleh unggahan Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Indonesia (BEM UI) di *Instagram* dengan *caption* “*The King of Lip Service*” sebagai bentuk kritik yang ditujukan kepada Presiden Joko Widodo. Beberapa tahun sebelumnya tepatnya pada tahun 2018, BEM UI pernah melayangkan kritik melalui

Zaadit Taqwa yang saat itu menjadi Ketua BEM UI mengacungkan “kartu kuning” saat Jokowi selesai berpidato dalam Dies Natalis UI ke-68. Kedua peristiwa tersebut memantik banyak diskusi dari kalangan akademisi, utamanya dalam membahas fenomena perwujudan dan konsekuensi dunia media sosial sebagai *the new public sphere*. *Twitter* sebagai *the new public sphere* memungkinkan siapa pun untuk membangun wacana dan berkontestasi memperebutkan kekuasaan atas ruang “ arus utama”, sebagaimana diusung Dahlberg (2007).

BEM UI menjadi aktor yang melayangkan protes kepada Presiden Joko Widodo, baik pada isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: *The King of Lip Service*”. Bentuk aksi yang dilakukan BEM UI merupakan manifestasi dari berjalannya *contentious politics* sebagaimana didefinisikan oleh Tilly dan Tarrow (2011) sebagai bentuk koordinasi upaya atas nama kepentingan atau program bersama. Dua isu tersebut merupakan contoh repertoar atau “stok protes” dalam bekerjanya *contentious politics*.

Kajian ini bertujuan untuk membandingkan bagaimana bekerjanya *contentious politics* pada dua repertoar “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: *The King of Lip Service*” di *Twitter* sebagai media sosial. Dua isu tersebut dipilih karena kesamaan aktor yang mencetuskan repertoar, yaitu

BEM UI. Repertoar juga sama-sama ditujukan sebagai bentuk kritik kepada Presiden Joko Widodo atas pemerintahannya. Perbedaan di antara keduanya terletak pada bagaimana repertoar tersebut terbentuk, karena repertoar “Kartu Kuning untuk Jokowi” pada awalnya merupakan peristiwa nyata dan berkembang di media sosial. Lain halnya dengan “Jokowi: *The King of Lip Service*” sebagai repertoar yang lahir dari media sosial. Untuk melihat fenomena bekerjanya kontestasi wacana di ruang publik, maka meneliti perbedaan tersebut menarik dilakukan. Tulisan ini menggunakan metode *Social Network Analysis* sebagai metode untuk memetakan aktor dalam kedua repertoar.

MEMAKNAI RUANG PUBLIK DIGITAL, PARTISIPASI, DAN *CONTENTIOUS* *POLITICS*: SEBUAH KERANGKA TEORETIS

Isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: *The King of Lip Service*” memantik banyak diskusi dari kalangan akademisi. Utamanya, dalam membahas fenomena tersebut sebagai perwujudan dan konsekuensi dunia media sosial sebagai *the new public sphere*, seperti yang diusung dalam teori Dahlberg (2007); internet sebagai suatu ruang publik adalah arena yang diperebutkan, memungkinkan terjadinya kontestasi dan perebutan kekuasaan atas ruang

“arus utama” via wacana, kontesitas tentang apa yang dianggap sebagai “benar”, dan secara bersamaan mempertanyakan keabsahan dari “kebenaran” tersebut. Dapat dimaknai bahwa internet memungkinkan siapa pun, kelompok apa pun, untuk dapat dengan leluasa mengontestasikan wacananya. Pada gilirannya, internet hadir tidak hanya sebatas untuk “menginklusi” suara-suara yang tereksklusi dari arena komunikatif arus utama, tetapi juga menjadi medium yang senantiasa mendukung wacana-wacana yang ada untuk menantang wacana dominan dan memperluas penggunaan ruang publik (Dahlberg 2007). *Twitter* yang kini dianggap sebagai ruang publik “baru” diciptakan sebagai perwujudan jaringan dan hubungan antarwarga. *Twitter* menyediakan ruang dimana publik dapat terlibat secara bebas dan dapat menggunakan haknya dalam bermedia tanpa dikendalikan oleh negara maupun pasar. Jejaring dalam *Twitter* telah menjadi sebuah norma baru di dalam keterlibatan warga yang dimungkinkan oleh adanya internet. Saat ini, jejaring tidak hanya menjadi sebuah medium, tetapi juga telah menjadi ranah baru yang memungkinkan terjadinya transformasi kekuatan.

Kedua peristiwa tersebut juga sering dibahas sebagai cerminan partisipasi politik digital seperti yang diangkat oleh Indrawan dkk (2021) dalam karyanya “Partisipasi Politik

Masyarakat di Era Politik Siber” bahwa perkembangan teknologi yang ada saat ini mendorong peningkatan partisipasi politik masyarakat di era politik siber walau tidak disertai dengan bukti seberapa besar peningkatan partisipasi politik masyarakat. Mudahnya pencarian informasi mengenai politik serta bergesernya kegiatan politik seperti kampanye ke ranah siber, kemudian menjadi angin segar untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Argumentasi tersebut cukup relevan mengingat iklim *participatory culture* dalam media sosial yang mengekspos individu pada kebebasan konsumsi, produksi, dan distribusi wacana melalui terbentuknya ikatan sosial lemah antarpengguna media sosial melalui mekanisme *sharing, liking, dan commenting* yang difasilitasi media sosial (Lim, 2013). Lebih lanjut pada perkembangannya, partisipasi politik dapat bertransformasi menjadi aktivisme ruang digital melalui apa yang disebut oleh Bennet & Segerberg (2013) sebagai *connective action* yang terdiri dari tiga poin utama.

Pertama, pola partisipasi individu yang tidak membutuhkan adanya komitmen terhadap kelompok tertentu. Dalam *connective action*, antar-individu saling terikat dengan kesamaan preferensi personal atau keresahan kolektif atas suatu fenomena sosial. Karena preferensi personal dapat berubah-ubah, aktivisme politik yang terbentuk di media digital bersifat cair, fleksibel, dan

tidak mengikat tetapi saling terkoneksi. *Kedua*, partisipasi politik dalam media digital lebih menyerupai ekspresi personal individu dibanding aksi kelompok. Penggunaan tagar (hashtag) menjadi ekspresi personal individu, yang kemudian membingkai keresahan dan penanda akan suatu isu walaupun narasi, pandangan, dan pemaknaan bisa berbeda dan sangat personal. *Terakhir*, *network communication* menjadi saluran utama dalam pengorganisasian massa dalam ruang digital. Peran ini menggantikan peranan organisasi konvensional berupa hirarki kepemimpinan dan keanggotaan, juga tidak perlu bertemu untuk saling mengenal dan berpartisipasi.

Studi yang dilakukan Chung dkk (2021) menemukan bahwa aksi konektif digital terjadi atas inspirasi dari kejadian *offline*. Kejadian *offline* memicu percikan reaksi sosial, moral, dan politik sebagai katalis untuk menghidupkan pergerakan. Chung dkk (2021) memberikan contoh bagaimana gerakan #BlackLivesMatter lahir dari aksi penindasan terhadap George Floyd. Media sosial menjadi ruang reaktif bagi individu untuk merespons suatu kejadian sehingga frekuensi *tweet* mengalami fluktuasi berdasarkan perkembangan diskusi *online* dan reaksi terhadap kejadian *offline*. Johri (2018) mengategorikan empat faktor pendorong aksi konektif digital, yaitu *event-driven*, *media-driven*, *industry-driven*, dan *personality-driven*. Kejadian *offline* berperan penting

dalam menggalang aksi. Tulisan Johri (2018) mengambil contoh gerakan #ILookLikeAnEngineer yang berhasil mengumpulkan partisipasi masif. Undangan untuk menghadiri acara demonstrasi *offline* disampaikan secara *online* dan aksi ini tidak hanya berlangsung secara *offline* namun juga merupakan protes *online*. Partisipan *online* aksi tersebut menayangkan foto mereka dan menjadi wajah kampanye *online* yang ditampilkan di billboard fisik. Penggalangan dana dilakukan secara *online* untuk membiayai kampanye melalui billboard tersebut.

Kendati banyak eksplorasi pembahasan atas kedua peristiwa tersebut, salah satu ranah eksplorasi yang belum cukup banyak dibahas terkait dua peristiwa *Twitter* yang kemudian populer disebut sebagai peristiwa “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: *The King of Lip Service*” adalah bagaimana keduanya merupakan bentuk terjadinya *contentious politics* di media sosial. Mengacu pada pemahaman usungan Tilly dan Tarrow (dalam Tarrow, 2011), *contentious politics* secara sederhana dimaknai sebagai “... serangkaian interaksi dimana aktor membuat klaim yang berkaitan dengan kepentingan orang lain mengarah pada upaya terkoordinasi atas nama kepentingan atau program bersama, dimana pemerintah diposisikan sebagai target, penyebab klaim, atau pihak ketiga...”. *Contentious politics*

dipicu oleh perubahan peluang dan hambatan politik (*political opportunities* dan *constraints*) (Tarrow, 2011), yaitu ketika ancaman dialami, kerentanan lawan terungkap dan peluang untuk mengambil tindakan bagi aktor yang kekurangan sumber daya dirasakan, dimana para aktor kemudian bersaing melalui repertoar pertikaian yang diketahui dan memperluasnya dengan menciptakan inovasi narasi ataupun aksi. Repertoar, kunci utama dalam *contentious politics* dimaknai sebagai “... *the whole set of means [a group] has for making claims of different individuals or groups...*” (Tilly dalam Syawaludin, 2014). Secara sederhana, repertoar politik dapat diilustrasikan sebagai “stok protes”, baik dalam bentuk ekspresi aksi ataupun narasi yang dimanfaatkan oleh banyak aktor untuk mengekspresikan klaim terhadap pemegang kuasa. Alasan mendasar penggunaan repertoar ialah untuk menimbulkan disrupsi dalam rutinitas atau normalitas kehidupan masyarakat yang diharapkan dapat menarik perhatian pemangku kekuasaan dan juga sesama aktor untuk bergabung dalam menggarisbawahi disrupsi tersebut dan memelihara kontinuitas perlawanan untuk mencapai kondisi repertoar kolektif (Tarrow, 2011).

Konsepsi Tilly dan Tarrow tentang *contentious politics* dan repertoar kental berpusat pada skema dunia nyata atau *offline*. Namun, kembangan atas formasi *contentious*

politics dan repertoar digital sebagaimana diusung Latham dan Sassen (dalam Khazraee & Losey, 2016), menekankan pentingnya atensi tentang *socio digitization* yang dimaknai sebagai “... *the process whereby activities and their histories in a social domain are drawn up into digital codes, databases, images, and text.*” Proses *socio digitization* membentuk kembali hubungan sosial dan menghasilkan domain sosial baru melalui tiga dimensi formasi digital, yaitu organisasi yang berarti pengaturan praktik, konten, dan hubungan antar-aktor; interaksi yang berfokus pada aliran pertukaran dan transmisi informasi antar-aktor; dan spasialisasi yang menyangkut presentasi konten dan hubungan sosial digital (Khazraee & Losey, 2016). Sassen juga mengidentifikasi tiga properti jaringan digital—desentralisasi akses, simultanitas, dan interkonektivitas—yang berkontribusi pada terciptanya dua jenis interaksi antara masyarakat sipil dan internet. *Pertama*, interaksi sosial yang dimulai di dunia nyata dan dipindahkan ke internet. *Kedua*, interaksi yang dimulai di internet lalu dipindahkan ke dunia sosial nyata (Khazraee & Losey 2016), dimana melalui kedua jenis interaksi tersebut, transformasi struktur sosial terjadi dalam dimensi

transnasional dan menawarkan kerangka kerja dalam memahami bagaimana repertoar digital terkonstruksi sebagai hasil dari “urutan kejadian yang menghasilkan transformasi struktur” (Sewell dalam Khazraee & Losey, 2016).

KEBERULANGAN SEJARAH KRITIK MAHASISWA: MENILIK FORMASI AWAL KEMUNCULAN ISU “JOKOWI: *THE KING OF LIP SERVICE*” DAN ISU “KARTU KUNING UNTUK JOKOWI” DALAM KONTEKS *CONTENTIOUS POLITICS*

Pada 26 Juni 2021, media sosial *Twitter* dibuat riuh oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Indonesia (BEM UI). BEM UI pada *tweet*-nya memajang Jokowi yang memakai jas biru dengan bekas lipstik di bibir pada latar belakangnya dan menyematkan label “*The King of Lip Service*” kepada Jokowi. Dalam bentuk meme, BEM UI mengangkat tiga sikap Jokowi mulai dari perkataan beliau yang rindu didemo tetapi nyatanya banyak aksi represif yang dilakukan oleh aparat negara kepada para pendemo. Disusul janji soal merevisi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang terjadi justru adanya Usulan Pasal 45C yang hanya menambah pasal karet. Terakhir, BEM UI mengangkat perkataan Jokowi yang akan memperkuat KPK

dengan cara menambah penyidik. Ironis yang ada justru upaya-upaya pelemahan KPK mulai dari adanya Revisi UU KPK, kontroversi Firli Bahuri sebagai Ketua KPK periode 2019–2023, hingga adanya Tes Wawasan Kebangsaan (TWK) yang membuat 75 pegawai KPK tidak lulus lewat tes asesmen. Bentuk kritik dari BEM UI soal omongan manis Jokowi yang menyangkan sikap beliau dinilai tidak sesuai dengan realitanya. *Tweet* dari BEM UI menciptakan pro-kontra di kalangan para netizen, apalagi di kondisi pandemi COVID-19 yang membuat ruang berekspresi dan ruang untuk melakukan aktivitas terbatas. Ada yang mendukung aksi BEM UI, mengamini sikap inkonsisten dari Jokowi sebagai tanda ketidakseriusan pemerintah terhadap agenda publik. Ada juga yang kontra dengan aksi ini, berargumen bentuk kritik BEM UI ini tidak sopan dan tidak sesuai dengan budaya timur negara Indonesia, terutama dalam mengkritik kepala negara yang merupakan simbol dari negara itu sendiri.

Fenomena tahun 2021 ini mengingatkan penulis akan sebuah fenomena yang hampir serupa, dilakukan juga oleh unsur BEM UI pada tahun 2018 silam. Beredar video viral Ketua BEM UI Zaadit Taqwa yang tengah mengacungkan kartu kuning ketika Jokowi selesai berpidato dalam Dies Natalis ke-68 UI. Persoalan-persoalan seperti penanganan gizi buruk di Asmat, wacana penunjukan pati Polri dan TNI

sebagai pejabat gubernur, hingga penerapan peraturan baru tentang Organisasi Mahasiswa yang mewarnai kehangatan diskusi publik tahun 2018 menjadi pendorong dari aksi kartu kuning kepada Jokowi. Bentuk kritik yang terjadi secara *real-time* di dunia nyata dan dipandang sebagai aksi *out-of-the-box* mahasiswa menjadi sebuah topik hangat pengundang diskusi pro dan kontra antar publik *Twitter*.

Kritik mahasiswa terhadap pemerintah dengan melakukan aktivisme ruang digital dalam isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: *The King of Lip Service*” yang sama-sama viral di media sosial *Twitter* merupakan sebuah manifestasi nyata dari upaya menjalankan *contentious politics*. Fenomena tersebut mengundang segudang diskusi pro kontra netizen atas ketepatan aksi ataupun dimanfaatkan sebagai bahan guyon obrolan santai; membuat terbentuknya berbagai jaringan interaksi dalam ruang publik digital, menjadikan upaya *contentious politics* terlihat berhasil berjalan sesuai rencana. Namun jika ditilik lebih lanjut, terdapat poin “ketidakserupaan” yang dapat ditemukan, yaitu tentang konstruksi awal isu sebagai repertoar. Isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” merupakan aksi kritik di “dunia nyata” yang viral di *Twitter* sedangkan isu “Jokowi: *The King of Lip Service*” adalah praktik kritik di “dunia maya” yang kemudian juga viral di *Twitter*. Meski terlihat sederhana,

ketidakterserupaan ini justru menjadi poin pivotal jika dibahas dalam konteks bekerjanya *contentious politics digital*. Proses *socio digitization* yang secara otomatis dilalui oleh kedua isu dan mereorganisir korelasi konten dengan jaringan interaksi yang berfokus pada aliran pertukaran dan transmisi informasi antar-aktor serta spesialisasi yang menyangkut presentasi konten dan hubungan sosial digital menjadi kunci yang menentukan apakah repertoar akan tetap bertahan dalam kontestasi wacana dan menciptakan keberlangsungan *connective action* yang mengamankan percikan substansial atas aktivisme ruang digital.

MEMVISUALISASIKAN SIGNIFIKANSI “KETIDAKSERUPAAN”: MENILIK FORMASI JARINGAN REPERTOAR ISU “KARTU KUNING UNTUK JOKOWI” VS “JOKOWI: THE KING OF LIP SERVICE” DENGAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS

Twitter sebagai salah satu medium yang memberikan ruang bagi adanya opini masyarakat soal isu “Jokowi: *The King of Lip Service*” dan isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” merupakan bentuk nyata dari ruang publik digital di Indonesia. Memanfaatkan hasil olah data menggunakan SNA (*Social Network Analysis*) dan bantuan indikator

data linimasa, tulisan ini berusaha menginterpretasikan secara lebih mendalam tentang persaingan *repertoar contentious politics* dalam isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” (2018) dan “Jokowi: *The King of Lip Service*” (2021) di media sosial *Twitter*.

A. Visualisasi dan Deskripsi Data: Penggunaan *Social Network Analysis* (SNA)

SNA digunakan sebagai pemetaan aktor dan bagaimana polarisasi narasi dalam suatu isu. Dalam kajian ini, hasil dari pengolahan data SNA berupa dua visualisasi rangkaian jaringan *tweet* terkait dua isu berbeda yang diangkat sebagai studi kasus, yakni isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan isu “Jokowi: *The King of Lip Service*”. Penerjemahan atau interpretasi atas visualisasi memanfaatkan dua kelompok data, yaitu properti jaringan dan nilai *centrality* aktor.

Properti jaringan menerjemahkan *helicopter view* dari visualisasi rangkaian jaringan. Terdapat lima elemen yang digunakan dalam mendeskripsikan properti jaringan, di antaranya *nodes*, *edges*, *modularity*, *network diameter*, dan *average degree*. Ukuran suatu properti jaringan memuat beberapa penanda, seperti *nodes* dan *edges*. *Nodes* menunjukkan aktor-aktor yang terlibat dalam isu, yang saling berjejaring dihubungkan oleh *edges*.

Jumlah *edges* menentukan banyaknya interaksi antar-*nodes* yang membahas isu. Hubungan keduanya kemudian menghasilkan *average degree* yang menandakan luas persebaran informasi, yakni semakin tinggi angkanya, maka semakin luas sebaran informasinya. Kemudian, *modularity* adalah indikator ukuran banyaknya “komunitas” atau perkumpulan *nodes* yang terbentuk di dalam jaringan dan direpresentasikan dengan skor antara 0 hingga 1. Indikator ukuran jaringan terakhir adalah *network diameter* yang mengindikasikan jarak terpisahnya dua *nodes* dalam sebuah jaringan—berapa aktor/akun yang mengisi jarak keterpisahan dua *nodes* dalam sebuah jaringan.

Mendetailkan properti jaringan dapat dilakukan dengan meneliti nilai *centrality* tiap aktor untuk mengetahui aktor dominan atau paling berpengaruh dalam jaringan. Terdapat empat parameter yang mengonstruksikan *centrality* tiap aktor, di antaranya *degree centrality*, *closeness centrality*, *betweenness centrality*, dan *eigenvector centrality*. *Degree centrality* yang tinggi mengartikan bahwa aktor terkait membentuk relasi melalui interaksi yang banyak dengan aktor lain, dimana interaksi dimaksud adalah melalui mekanisme *retweet*, *quote retweet*, atau *reply*. *Closeness centrality* menandakan jarak kedekatan antara satu aktor dengan aktor lain semakin nilainya mendekati skor 1 atau sama dengan 1,

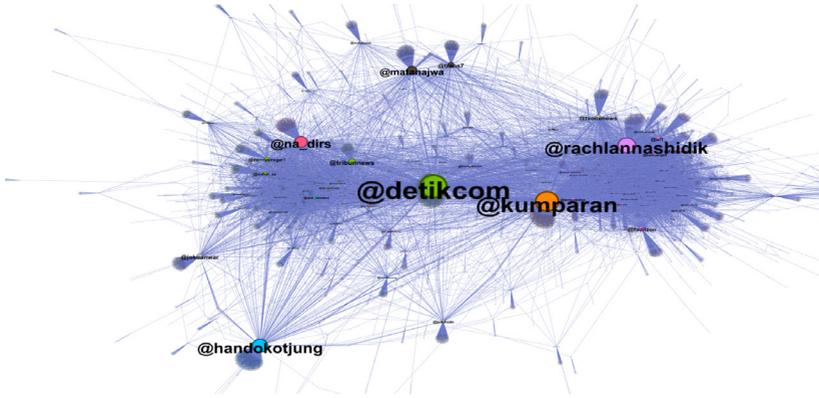
maka semakin dekat jarak *node*/aktor tersebut dengan *node*/aktor lain (Oktora & Alamsyah, 2014). Hal ini mengindikasikan semakin cepatnya persebaran informasi dari aktor dengan nilai *closeness centrality* yang tinggi. *Betweenness centrality* bertujuan untuk mengukur peran salah satu aktor sebagai “jembatan” atau mediator dalam sebuah jaringan. Aktor menjadi perantara yang menjembatani persebaran informasi ke aktor-aktor lain menjadikannya sebagai “kanal informasi”. Apabila aktor hilang, maka dapat terjadi gangguan komunikasi di jaringan tersebut. *Eigenvector centrality* hampir sama dengan *degree centrality*. Parameter ini menandakan seberapa banyak relasi yang dimiliki suatu aktor, namun lebih menekankan pada relasi dengan aktor yang “sama kuat” dalam jaringan (Lohmannet.al., 2010).

Dengan berpedoman pada penjabaran konsep-konsep penting untuk membedah serta memahami visualisasi jaringan *tweets*, berikut dijabarkan temuan data yang telah diolah dengan menggunakan metode SNA.

1. Kartu Kuning untuk Jokowi

Pengumpulan data melalui *Twitter* dengan kata kunci “Jokowi/Joko Widodo”, “Zaadit Taqwa”, “Kartu Kuning”, dan “BEM UI” dalam kurun waktu dua bulan terhitung dari tanggal 1 Februari 2018 sampai dengan 2 April 2018, tervisualisasi sebagai berikut.

Gambar 1.1. Visualisasi *Tweet* Kartu Kuning untuk Jokowi



Tabel 1.1. Properti Jaringan Kartu Kuning untuk Jokowi

<i>Size</i>	<i>Nodes: 15.919</i>
	<i>Edges: 30.833</i>
<i>Modularity</i>	<i>0.607</i>
<i>Network Diameter</i>	<i>10</i>
<i>Average Degree</i>	<i>3.874</i>

Sumber: Didapatkan dan Dianalisis dari Twitter Menggunakan Gephi 0.9.2.

Hasil olah data *tweets* ditemukan adanya 15.919 aktor (*nodes*) yang membicarakan isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan membentuk 30.833 jaringan (*edges*). Skor *modularity* sebesar 0.607 dengan terbentuknya 201 komunitas dalam jaringan tersebut. Jaringan memiliki skor diameter 10 menandakan antara dua *nodes* terpisah sejauh

10 nodes. Hasil *average degree* menunjukkan skor 3.874 menandakan cukup luas dan masifnya skala penyebaran informasi antar-aktor dalam jaringan yang terjadi dalam kurun waktu dua bulan.

Tabel 1.2. Nilai Centrality Aktor Kartu Kuning untuk Jokowi

<i>Node</i>	<i>Degree Centrality</i>	<i>Closeness Centrality</i>	<i>Betweenness Centrality</i>	<i>Eigenvector Centrality</i>
@detikcom	2058	0.361024	25170724.67975	1.0
@kumparan	1854	0.357303	21569181.164956	0.868432602019492
@rachlannashidik	1825	0.35319	16613239.777964	0.9809798013800486
@handokotjung	1074	0.318064	14413639.664544	0.24414251602826928
@na_dirs	992	0.337546	11619713.650145	0.30255215726875023
@matanajwa	859	0.337208	9099115.523825	0.31383604008995314
@tribunnews	730	0.331675	6064526.239687	0.34168101824045816
@fadlizon	728	0.321309	5051887.352021	0.40252445418298394
@af1_	702	0.314468	4457092.396892	0.3030508424752139
@faldomaldini	649	0.301641	4022564.704827	0.2940396304311649

Sumber: Didapatkan dan Dianalisis dari Twitter Menggunakan Gephi 0.9.2.

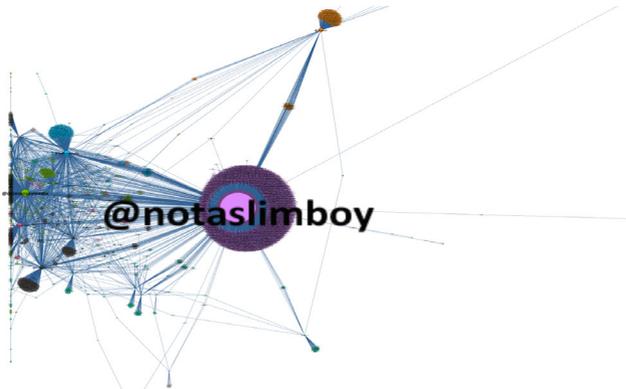
Tabel 2 menunjukkan nilai *degree centrality*, *closeness centrality*, *betweenness centrality*, dan *eigenvector centrality* secara berurutan dari nilai terbesar ke nilai terkecil.

Diketahui bahwa akun @detikcom unggul pada semua sektor. Yang menjadi pembeda selain nama aktor adalah pada isu “Kartu Kuning untuk Jokowi”, 10 akun teratas banyak diisi oleh akun media pemberitaan.

2. Jokowi: *The King of Lip Service*

Pengumpulan data *tweets* diperoleh dengan penggunaan kata kunci “Jokowi/Joko Widodo”, “lip service”, dan “BEM UI” dalam kurun waktu dua bulan terhitung dari tanggal 25 Juni 2021 sampai dengan 26 Agustus 2021, tervisualisasi sebagai berikut.

Gambar 1.2. Visualisasi Tweet Isu “Jokowi: *The King of Lip Service*”



Tabel 1.3. Properti Jaringan “Jokowi: *The King of Lip Service*”

<i>Size</i>	<i>Nodes: 7.725</i>
	<i>Edges: 9.258</i>
<i>Modularity</i>	<i>0.571</i>
<i>Network Diameter</i>	<i>10</i>
<i>Average Degree</i>	<i>2.467</i>

Sumber: Didapatkan dan Dianalisis dari Twitter Menggunakan Gephi 0.9.2.

Hasil olah data *tweets* mendapati 7.725 aktor (*nodes*) yang membicarakan isu “Jokowi: *The King of Lip Service*” dan membentuk 9.528 jaringan (*edges*). Skor *modularity* sebesar 0.571 dengan terbentuknya 32 komunitas dalam jaringan tersebut. Jaringan memiliki skor diameter 10 sama dengan pada temuan isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” menandakan antara dua *node* terpisah sejauh 10 *nodes*. Hasil *average degree* menunjukkan skor 2.467 menandakan cukup luasnya skala penyebaran informasi antar-aktor dalam jaringan yang terjadi dalam kurun waktu dua bulan.

Tabel 1.4 Nilai *Centrality* Aktor dalam Isu “Jokowi: *The King of Lip Service*”

<i>Node</i>	<i>Degree Centrality</i>	<i>Closeness Centrality</i>	<i>Betweenness Centrality</i>	<i>Eigenvector Centrality</i>
<i>@notaslimboy</i>	<i>4877</i>	<i>0.574807</i>	<i>0.856338</i>	<i>1.0</i>

@democrazymedia	982	0.350014	0.155624	0.158338
@kafiradikalis	758	0.342612	0.106156	0.128438
@putrawadapi	461	0.341136	0.0705	0.071267
@tempodotco	460	0.340712	0.072082	0.071387
@rasgans	339	0.33696	0.074225	0.04622
@oposisicerdas	283	0.330963	0.033611	0.044375
@ekowboy2	277	0.33782	0.039934	0.043326
@korantempo	270	0.337761	0.035157	0.043535
@nirmala2205	151	0.281391	0.051791	0.018417

Sumber: Didapatkan dan Dianalisis dari Twitter Menggunakan Gephi 0.9.2.

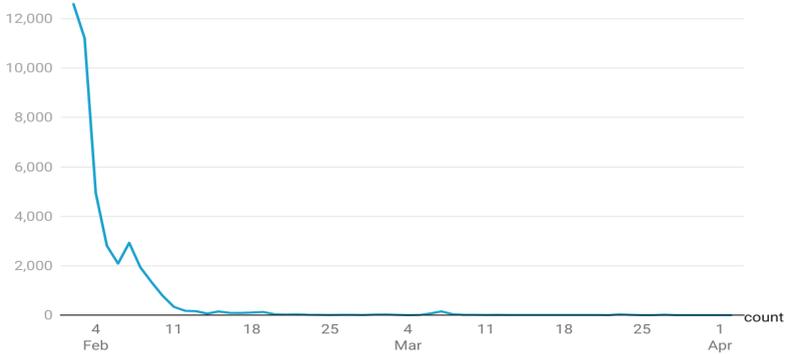
Berdasarkan tabel 1.4. ditunjukkan nilai *degree centrality*, *closeness centrality*, *betweenness centrality*, dan *eigenvector centrality* secara berurutan dari nilai terbesar ke nilai terkecil. Diketahui bahwa akun @notaslimboy unggul pada semua sektor.

B. Menilik Durasi dan Intensitas: Pemanfaatan Analisis Lini Masa

Lini masa menunjukkan perkembangan aktivitas para aktor dalam membahas suatu isu. Naik turunnya garis dalam diagram lini masa membuktikan bertambah atau berkurangnya intensitas interaksi para aktor, memengaruhi penyebaran informasi terkait isu.

Gambar 2.1. Visualisasi Linimasa *Tweet* “Kartu Kuning untuk Jokowi” (1 Februari - 2 April 2018)

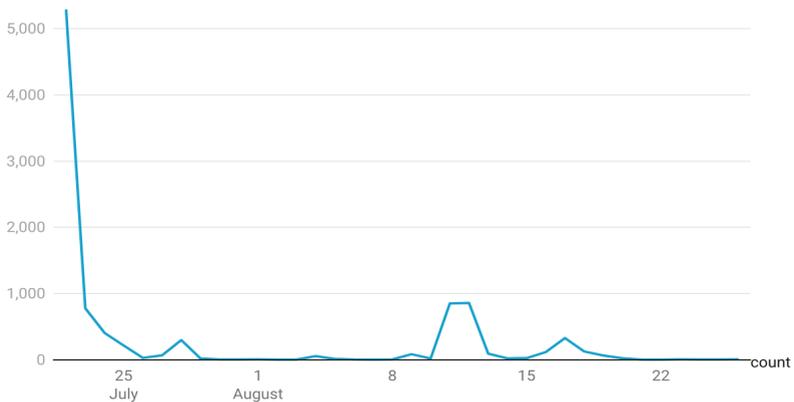
Linimasa Jokowi Kartu Kuning



Created with Datawrapper

Gambar 2.2 Visualisasi Linimasa *Tweet* “Jokowi: The King of Lip Service” (25 Juni - 26 Agustus 2021)

Linimasa Jokowi Lip Service



Created with Datawrapper

Pada tabel analisis linimasa diatas menunjukkan hasil frekuensi *tweet* soal “Jokowi: *The King of Lip Service*”, dimana pada satu minggu pertama cenderung menyebar lebih luas dibandingkan minggu berikutnya dan puncaknya mencapai 5.278 *tweet* pada tanggal 22 Juli 2021. Sedangkan frekuensi *tweet* soal “Kartu Kuning untuk Jokowi” menunjukkan kecenderungan menyebar luas yang lebih lama, yaitu selama dua minggu dan minggu berikutnya mulai tidak berkembang secara luas, dimana puncaknya terdapat 12.594 *tweet* pada tanggal 2 Februari 2018.

C. Interpretasi Data atas Isu “Kartu Kuning untuk Jokowi”

Dalam isu “Kartu Kuning untuk Jokowi”, nilai sentralitas aktor tertinggi dipegang oleh akun media pemberitaan @detikcom. Tingginya nilai sentralitas menandakan besarnya pengaruh yang dimiliki aktor dalam jejaring interaksi terkait suatu isu, menjadikan akun @detikcom sebagai *top influencer* dalam isu ini. Diagram linimasa isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” menunjukkan interaksi para aktor berlangsung secara intens selama dua minggu dan pada minggu berikutnya terjadi penurunan tren atas isu tersebut. Puncak intensitas interaksi membahas isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” terjadi pada 2 Februari 2018 yang melibatkan 12.594 *tweet*.

D. Interpretasi Data atas Isu “Jokowi: *The King of Lip Service*”

Pada isu “Jokowi: *The King of Lip Service*”, nilai sentralitas aktor tertinggi dipegang oleh akun pribadi @notaslimboy sehingga dapat dinyatakan sebagai *top influencer*. Pada isu “Jokowi: *The King of Lip Service*”, intensitas interaksi para aktor hanya bertahan selama satu minggu setelah puncaknya pada 22 Juli 2021 mencapai 5.278 *tweet*. Hal ini berkorelasi dengan lebih sedikitnya *nodes* dan *edges* yang terkumpul karena secara intensitas interaksi tidak berlangsung lama.

AKTIVISME RUANG DIGITAL DALAM ISU “KARTU KUNING UNTUK JOKOWI” DAN “JOKOWI: *THE KING OF LIP SERVICE*”

Isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: *The King of Lip Service*” merupakan manifestasi nyata dari *contentious politics* di era digital, dimana keduanya diinisiasi oleh BEM UI dalam upaya melayangkan klaim tentang inefektivitas peran pemerintah, dimana Presiden RI Joko Widodo sebagai simbol utama pemangku kekuasaan negara. Kedua isu tersebut juga merupakan manifestasi nyata dari *connective action* usungan Bennet dan Segerberg (2013) dan mendapatkan implikasi dari *participatory culture* media sosial *Twitter* (Lim, 2013) serta iklim ruang publik digital (Dahlberg, 2007).

Kendati demikian, terdapat beberapa perbedaan fundamental yang melatari kedua momentum tersebut yang utamanya bagaimana formasi repertoar dari dua momen tersebut terbentuk.

Isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” beredar di dunia maya sebagai repertoar “nyata” yang diinisiasi aksi di dunia nyata dan dipindahkan ke internet dengan peran media pemberitaan melalui cuitan informatif yang terus diperbarui, mengubahnya menjadi repertoar digital. Terlihat dari *top influencer* dalam isu ini, @detikcom merupakan akun media pemberitaan *online* yang menyediakan informasi aktual *real-time* untuk publik, dimana kemudian *tweet* dari akun-akun tersebut membuka ruang percakapan melalui mekanisme *reply*, *retweet*, dan *like*.

**Gambar 3. *Top Engaged Tweet* dalam Isu
"Kartu Kuning untuk Jokowi"**



Sumber: <https://twitter.com/detikcom/status/959352370604908544?s=20&t=qu5D1J5FgX4wokooBQ8hka>

Terbentuknya repertoar digital oleh akun media pemberitaan cenderung lebih terorganisir, berawal dari sebuah *tweet* yang netral sebagaimana menjadi tuntutan jurnalistik untuk selalu bersifat netral. Dari *tweet* netral tersebut secara natural terbentuk sentimen positif dan negatif yang berseberangan. Adapun penemuan ini menjelaskan tentang bagaimana dalam fenomena “Kartu Kuning untuk Jokowi” jika mengacu pada konsepsi Latham dan Sassen (2005) tentang formasi repertoar digital, interaksi yang terjadi ialah “interaksi sosial yang dimulai

di dunia nyata dan dipindahkan ke internet” sehingga aktor yang paling berpengaruh dalam menggaungkan narasi-narasi “Kartu Kuning untuk Jokowi” ialah akun media pemberitaan *online*.

Lain halnya dengan isu “Jokowi: *The King of Lip Service*” yang merupakan repertoar digital murni yang diinisiasikan oleh BEM UI dengan mengunggah sebuah meme yang kemudian menjadi simbol kritik kepada pemerintah. Meme tersebut telah melahirkan wacana kritik di media sosial tanpa disertai bentuk “aksi di dunia nyata”. Terlihat pada tabel 1.4, *top influencer* pada isu ini adalah @notaslimboy yang merupakan akun pribadi atau perseorangan karena menunjukkan nilai sentralitas aktor tertinggi. Masyarakat sipil bebas dalam beropini, termasuk @notaslimboy dengan *tweet*-nya yang mengandung sentimen tertentu dan bersifat tidak netral.



Sumber: <https://twitter.com/NOTASLIMBOY/status/1417908951572647937?s=20&t=qu5D1J5FgX4wokooBQ8hka>.

Ruang interaksi yang terbentuk cenderung lebih radikal dengan kerap kali menggaungkan narasi provokatif tentang pro kontra isu tersebut. Menjadi keunikan tersendiri bagaimana fenomena politis “Jokowi: *The King of Lip Service*” bermula dari interaksi di internet (Khazraee & Losey, 2016) dan mengalami imbas iklim *participatory culture* (Lim, 2013) menjadikan fenomena tersebut sebagai contoh nyata dari *connective action* Bennet & Segerberg (2013) dan perwujudan demokrasi radikal yang dideskripsikan oleh Dahlberg (2007). Patut disayangkan bagaimana hadirnya

repertoar digital murni dalam isu “Jokowi: *The King of Lip Service*” tidak berlangsung lebih lama dibandingkan repertoar “nyata” yang lebih konkrit diawali dengan suatu peristiwa nyata seperti isu “Kartu Kuning untuk Jokowi”.

KESIMPULAN

Kehadiran internet sebagai *new public sphere* semakin didukung dengan adanya media sosial. Internet memungkinkan siapa pun dan kelompok apa pun dapat dengan leluasa mengontestasikan wacananya. *Twitter* menjadi salah satu tempat terjadinya kontestasi politik yang selanjutnya membangun *contentious politics*. *Twitter* sebagai perwujudan ruang publik “baru” mendorong adanya partisipasi politik di era politik siber.

Bagaimana isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: *The King of Lip Service*” digunakan oleh mahasiswa dalam menjalankan aktivisme sosial mereka yang kemudian menjadi cerminan partisipasi politik digital. Kedua peristiwa “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: *The King of Lip Service*” memiliki kesamaan, yakni sama-sama sebagai bentuk kritik terhadap pemerintah karena ketidakpuasan atas peran dan kinerja negara dalam penanganan isu strategis dan keduanya sama-sama viral di *Twitter* sehingga mengundang

diskusi pro-kontra dari netizen. Namun di balik kesamaan tersebut, terdapat poin “ketidakserupaan” yang dapat ditemukan, yakni tentang konstruksi awal isu sebagai repertoar.

Isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” pada awalnya merupakan peristiwa dari dunia nyata yang pindah ke dunia maya sehingga disebut sebagai repertoar nyata. *Top influencer* yang hadir ialah @detikcom sebagai lembaga jurnalistik. Sedangkan isu “Jokowi: *The King of Lip Service*” merupakan repertoar digital murni yang sejak awal berasal dari internet, dengan *Top influencer* @notaslimboy yang merupakan akun pribadi.

Ketidakserupaan antara repertoar nyata dan repertoar digital murni menjadi poin sentral dalam menjelaskan bekerjanya *contentious politics* digital pada isu “Kartu Kuning untuk Jokowi” dan “Jokowi: *The King of Lip Service*”

Serangkaian interaksi yang dibangun oleh akun lembaga jurnalistik dengan akun pribadi menciptakan korelasi konten yang berbeda, sehingga aliran pertukaran dan transmisi informasi antar-aktor yang terjadi juga menghasilkan reaksi yang berbeda. *Top influencer* yang hadir seperti @detikcom sebagai lembaga jurnalistik membuat *tweet* yang bersifat netral. *Tweet* netral dari @detikcom membuat

munculnya sentimen positif dan negatif yang seimbang dengan isu “Kartu Kuning untuk Jokowi”. Sedangkan @notaslimboy yang merupakan akun pribadi membuat kontestasi wacana yang dihasilkan lebih radikal karena *tweet*-nya mengandung sentimen negatif selaras dengan sifat kebebasan yang dimiliki Twitter sebagai *new public sphere*.

Selanjutnya berdasarkan gambar 2.1 dan gambar 2.2 ditemukan bahwa kontestasi repertoar dari “Kartu Kuning untuk Jokowi” berlangsung lebih lama daripada “Jokowi: *The King of Lip Service*” yang merupakan repertoar digital murni. Oleh karena itu, *contentious politics* yang dimulai di dunia nyata dan dipindahkan ke internet terlihat bertahan lebih lama daripada repertoar digital “murni” karena untuk menghidupkan pergerakan maka hal tersebut masih membutuhkan sebuah kejadian luring yang memicu reaksi sosial, moral, dan politik sebagai sebuah katalis.

REFERENSI

- BBC Indonesia. (2018). Aksi Kartu Kuning untuk Presiden Jokowi: Tidak Sopan, Wajar, atau Malah Kreatif? *BBC Indonesia*. <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-42935698>.
- Bennett, L. & A. Segerberg. (2013). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics (Cambridge Studies in Contentious Politics)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bunyanin, Hendra & T. Tunys. (2016). A Comparison of Retweet Prediction Approaches: the Superiority of Random Forest Learning Methods. *Telecommun Comput Electron Control*, 14 (3), 1052–1058.
- Chung, T., O. Johnson., A. Hall-Phillips., K. Kim. (2021). The Effect of Offline Events on Online Connective Actions: An Examination of #BoycottNFLUsing Social Network Analysis. *Computers in Human Behavior*, 115 (2021).
- Dahlberg, L. (2007). The Internet, Deliberative Democracy, and Power: Radicalizing the Public Sphere. *International Journal of Media and Cultural Politics*, Volume 3, Number 1, 47–64.
- Indrawan, J., A. J. Rosa., A. Ilmar., & G. K. Nathanael. (2021). Partisipasi Politik Masyarakat di Era Politik Siber. *Journal of Political Issues*, Volume 3, Nomor 1. 1–12. DOI: <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.44>.

- Johri, A., R. Handa., H. Karbasian., H. Purohit., & A. Malik. (2018). How Diverse Users and Activities Trigger Connective Action via Social Media: Lessons from the Twitter Hashtag Campaign #ILookLikeAnEngineer. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Khazraee, E. & J. Losey. (2016). Evolving Repertoires: Digital Media Use in Contentious Politics. *Communication and the Public*, 1 (1), 39–55.
- Lim, M. (2013). Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 636–657.
- Lim, M. (2017). Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and the Rise of Tribal Nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, No. 49, Vol. 3, 411–427.
- Lohmann, G. *et.al.* (2010). Eigenvector Centrality Mapping for Analyzing Connectivity Patterns in FMRI Data of the Human Brain. *PLoS ONE*, 5 (4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0010232>.
- Oktora, R., & A. Alamsyah. (2017). Pola Interaksi dan Aktor yang Paling Berperan pada Event JGTC 2013 melalui Media Sosial Twitter (Studi Menggunakan Metode Social Network Analysis). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14 (3), 201–209. doi:10.25124/jmi.v14i3.370.

- Syawaludin, M. (2014). Perlawanan Petani Rengas Terhadap PTPN VII di Ogan Ilir Sumatera Selatan. *Sosiologi Reflektif*, 9 (1), 113–129.
- Tarrow, S. G. (2011). Acting Contentiously. In S. G. Tarrow, *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics* (pp. 95–118). New York: Cambridge University Press.
- Tarrow, S. G. (2011). Contentious Politics and Social Movements. In S. G. Tarrow, *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics* (pp. 16–36). New York: Cambridge University Press.

