

Analisis Pengguna Media Sosial Terhadap Isu UU Cipta Kerja Menggunakan SNA dan Naive Bayes

Stevanus Dwi Istiavan Mau¹, Irwan Sembiring^{2,*}, Hindriyanto Purnomo³

¹ Fakultas Teknik Informatika, Magister Sistem Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia

^{2,3} Fakultas Teknik Informatika, Ilmu Komputer, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia

Email: ¹ 972019005@student.uksw.edu, ^{2,*} irwan@uksw.edu, ³ hindriyanto.purnomo@uksw.edu

Email Penulis Korespondensi: irwan@uksw.edu

Submitted: 24/05/2022; Accepted: 02/06/2022; Published: 30/06/2022

Abstrak—Pada penelitian mengenai analisis isu UU Cipta Kerja ini bertujuan guna mengetahui aktor mana yang paling berpengaruh dalam pembahasan pada jaringan ini berdasarkan analisis nilai centrality yang paling populer pada isu uu cipta kerja ini. Pada penelitian ini pun digunakan metode social network analisis (SNA). Data yang di teliti sebanyak 1686 nodes dan 1403 edges diambil melalui API Twitter dengan bantuan aplikasi Win Python dan Netlytic dengan periode 08 Oktober 2020 – 05 Juli 2021. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun @BEMUI_Official merupakan akun yang populer dengan nilai Degree Centrality 944, nilai Betweenness Centrality 640042.0. Namun pada perhitungan Closeness Centrality aktor @BEMUI_Official memiliki nilai 0.701235, oleh sebab itu nodes yang mempunyai hasil centrality tertinggi belum tentu memiliki nilai yang baik dalam hal penyebaran informasi.

Kata Kunci: SNA; Cipta Kerja; Navie Bayes; Twitter; Omnibus Law

Abstract—In research about analysis issue analysis, UU Cipta Kerja aims to investigate aktor which has the most influence in the discussion on the network is based on the analysis of the most popular centrality values on the issues law copyright this working. Research is in use of the method of *Social Network Analysis* (SNA). The data in minutely as many as 1686 nodes and 1403 edges in extract through the *API Twitter* with the help of application WinPython and Netlytic with a period 08 October 2020 - 05 July 2021. The result of this research showed that account @BEMUI_Official is account the most popular with the *Degree Centrality* 944, value *Betweenness Centrality* 640042.0. But on a calculation *Closeness Centrality* aktor @BEMUI_Official having value 0.701235, therefore nodes who have a centrality highest do not necessarily have the value that both in terms of the dissemination of information.

Keywords: SNA; Create Work; Naive Bayes; Twitter; Omnibus Law

1. PENDAHULUAN

Twitter sendiri merupakan suatu platform yang melakukan pertukaran informasi serta membagikan suatu masalah maupun berita yang terjadi. Pada platform ini ada fitur pengikut atau followers, yang arti nya memberikan gambaran atau pendapat bahwa suatu akun *Twitter* yang mempunyai banyak pengikut maka dia dianggap mempunyai kredibilitas yang membuat daya tarik bagi akun lain [1].

Penggunaan *Twitter* saat ini tidak hanya digunakan untuk menyampaikan perasaan tentang diri mereka sendiri, tetapi juga dapat mengungkapkan pendapat dan perasaan mereka tentang isu, peristiwa, atau masalah yang ada. Perasaan dan opini yang disampaikan orang melalui jejaring sosial *Twitter* mengacu pada dukungan atau ketidaksetujuan komunitas atau individu mengenai perasaan senang atau kecewa sesuai opini mereka. Namun terkadang ketika ada isu isu yang terjadi kemudian di bahas pada platform *Twitter* ini kita tidak mengetahui akun akun mana yang sebenarnya menggiring topik dan opini masalah ini sehingga tidak menutup kemungkinan bisa terjadi keributan besar terjadi. Semakin banyak orang bersedia untuk memposting pendapat mereka di *Twitter* hal ini menjadikan *Twitter* sebagai sumber berharga online untuk melakukan analisis terhadap opini dan sebagai pilihan dalam melakukan penelitian *Analisis Jejaring Sosial*.

Pada penelitian ini penulis mengambil topik mengenai ruu cipta kerja yang sempat banyak dibicarakan pada kisaran bulan oktober 2020 tersebut, walaupun saat ini sudah di berlakukan undang-undang tersebut namun masih banyak masyarakat yang merasa keberatan atas di sahkan undang-undang tersebut. Omnibus Law adalah perancangan pembentukan peraturan yang mengintegrasikan beberapa kebijakan yang esensi nya berlainan, menjadi sebuah regulasi. Omnibus Law ini dibuat guna memangkas banyaknya peraturan yang sudah ada agar sesuai dengan tujuan [2].

Dikarenakan perancangan RUU tersebut mempunyai banyak sekali opini-opini masyarakat yang tidak setuju, dikarenakan proses pengerjaan nya yang di deadline hanya 100 hari serta tidak melibatkan beberapa pihak dalam pengerjaan nya. Namun hal yang bisa dikatakan penting dan menjadi permasalahan pada proses penyusunan RUU tersebut, yakni adanya pemotongan pesangon terhadap buruh, hilangnya cuti melahirkan dan lainnya, sebab itu banyak para buruh dan masyarakat yang menolak RUU Cipta Kerja tersebut.

Dari pembahasan tersebut banyak dilakukan demo di sejumlah kota di Indonesia. Bahkan di era modern ini pun kasus ruu cipta kerja pun ramai di perbincangkan pada social media *Twitter*, pada media social tersebut banyak sekali akun *Twitter* yang membahas dan menolak ruu cipta kerja, tentu nya dari hasil aksi demo di media social *Twitter* memberikan sumber data yang berguna untuk di lakukan analisis.

Dalam melakukan penelitian ini penulis juga mengambil referensi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait *Social Network Analysis* sebagai berikut :

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rochiyat & Wibowo pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Aktor Berpengaruh Dan Aktor Popular dengan Metode Degree Centrality Dan Follower Rank Pada Tagar Twitter “#gejayanmemanggil”. Jaringan komunikasi yang di analisis adalah nilai popularitas dari aktor yang berpengaruh dengan perhitungan centrality, follower dan following. Hasil dari penelitian didapatkan aktor ryan restu memiliki nilai akor berpengaruh yang paling tinggi namun tidak dengan follower rank, yang bisa dikatakan bahwa walaupun memiliki nilai berpengaruh tertinggi namun aktor tersebut bukan aktor yang mempunyai nilai popularitas yang tinggi [3].

Dalam penelitian yang dilakukan Zempi & Rahayu pada tahun 2019 dengan judul “Media Sosial dalam Gerakan Antikorupsi: Analisis Jejaring Sosial tentang “Penolakan Koruptor Bisa” lari keputusan di Twitter”. Hasil dari analisis tersebut menunjukkan terdapat 10 aktor kunci dalam jaringan tersebut dan aktor yang mempunyai rekam jejak dalam memerangi korupsi di Indonesia menjadi pelopor guna membentuk jejaring sosial, kemudian dari hasil analisis juga ditemukan bahwa struktur jaringan sosial tersebut bersifat dinamis [4].

Beberapa penelitian seperti yang dilakukan Rabani dkk pada tahun 2020 dengan judul “Analisa Interaksi User Di Media Sosial Mengenai Industri Fintech Menggunakan Social Network Analysis (Studi Kasus: Gopay, Ovo Dan Linkaja). Menghasilkan bahwa LinkAja membuat customer engagement lebih bagus dan optimal melalui implementasi SCRM yang dibuat perusahaan dengan menggunakan implementasi SCRM terhadap 3 fintech dengan bertujuan untuk mengidentifikasi customer engagement. Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah Social Network Analysis (SNA), dengan sampel yang di pakai adalah perusahaan fintech seperti GoPay, OVO, dan Link Aja [5].

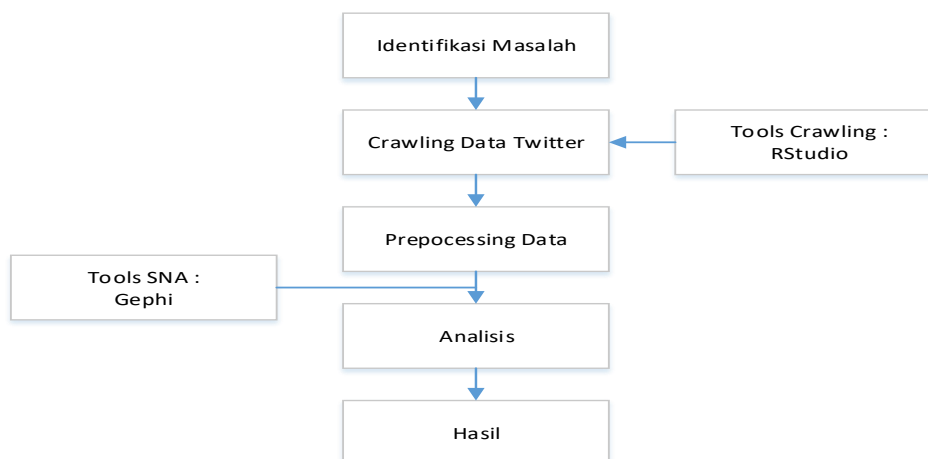
Pada penelitian yang dilakukan oleh Samatan pada tahun 2020 dengan judul penelitian “Disaster Communication Patterns And Behaviors On Social Media : A Study Social Network #Banjir2020 On Twitter”, menghasilkan pola komunikasi yang terjadi dan perilaku terhadap pengguna Twitter dengan menggunakan metode analisis jejaring sosial serta analisis teks, hasil yang didapatkan menunjukkan pola komunikasi bencana #Banjir2020 ini membentuk atau mempunyai pola 5 cluster yang signifikan di jaringannya masing-masing dan komunikasi tersebut terjadi sebagai komunikasi 1 arah [6].

Pada penelitian yang dilakuakn oleh Eriyanto pada tahun 2019 dengan judul #BubarkanKPAI dan #KamiBersamaKPAI, menghasilkan didapatnya #BubarkanKPAI lebih menciptakan mobilisasi daripada tagar #KamiBersamaKPAI yang dilihat dari nilai Reciprocity, Centralization, dan Modularity penelitian tersebut ingin mengkaji peranan tagar (#) terhadap mobilisasi dukungan opini digital yang ada dengan melihat apakah tagar yang beda mampu menciptakan mobiliasis yang berbeda [7].

Berdasarkan hasil dari analisis dari penelitian terdahulu yang membahas mengenai metode SNA, disini penulis memiliki landasan tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis data yang di dapat dengan menghitung aktor-aktor siapa saja yang menjadi kunci dalam pembahasan ini seperti di lihat dari nilai Degree Centrality, Betweenness Centrality, Closeness Centrality. Kemudian pada penelitian ini juga digunakan metode Naive Bayes guna mengklasifikasi data yang di dapat dalam bentuk diagram. Sisi lain dari penelitian ini juga untuk mengetahui respon masyarakat mengenai isu yang terjadi pada tanggal 08 Oktober 2020 hingga tanggal setelahnya yang menjadi kontroversi di berbagai kalangan yang menyebabkan mahasiswa turun kejalan menggelar aksi demo penolakan disahkannya undang-undang tersebut.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian dalam melakukan pemilihan data serta bersifat objektif yang digunakan sebagai titik acuan untuk digunakan dalam proses penelitian, dengan adanya data tersebut penelitian yang dihasilkan bersifat struktur sesuai tahapan penelitian yang di buat seperti gambar 1 alur tahapan penelitian di bawah ini :



Gambar 1. Alur Penelitian

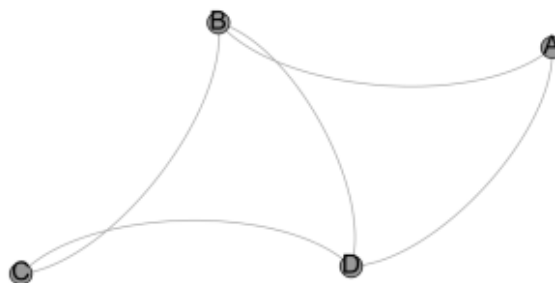
2.1 Tahapan Penelitian

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang digunakan untuk melihat fenomena-fenomena yang ada pada saat ini atau masa lampau. [8] mengatakan pilihan terhadap metode pengumpulan data deskriptif pada umumnya dipakai jika peneliti ingin memberikan penjelasan dari suatu tangkapan (potret) fenomena sehingga mudah dipahami. Kemudian dari penerapan metode deskriptif itu maka sampel yang peneliti ambil untuk di analisis berasal dari hasil *crawling* dengan kata kunci #uuciptakerja, #RUUCiptakerja, dan #Omnibus Law, dengan menggunakan *Twitter API* serta modul aplikasi pemrograman *RStudio*.

Hasil dari proses *crawling* data kemudian disimpan dalam bentuk Excel kemudian akan dilakukan filterisasi berdasarkan kebutuhan dan membuang data yang tidak dibutuhkan. Data yang sudah dibersihkan kemudian dipindahkan (export) ke dalam Gephi 0.9.2 agar dilakukan analisis lebih lanjut dengan tahapan SNA seperti *Degree Centrality* untuk menghitung total atau jumlah relasi yang dimiliki oleh aktor dengan aktor lainnya atau menghitung popularitas suatu actor dalam sebuah jejaring sosial [9]. *Degree Centrality* sendiri akan menghitung suatu bobot node ke *i* dengan diberikan notasi $C_D(i)$ yang didasarkan dari total banyaknya edge yang terbentuk diantara node *i* dan node lainnya. Rumus yang digunakan dalam perhitungan *Degree Centrality* sebagai berikut :

$$C_D(i) = \frac{d(i)}{n-1} \quad (1)$$

Sebagai contoh perhitungan *degree* di sederhanakan dengan diberikan sebuah graf seperti gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Contoh Perhitungan *Degree*

Dari gambar di atas maka di simpulkan node ke A mempunyai bobot $C_D(A)=2/3$, dimana jumlah edge yang terbentuk pada node A dengan node lain di bagi dengan jumlah node yang ada pada graf dan dikurangi 1. Sedangkan node B memiliki bobot $C_D(B)=3/3$.

Betweenness Centrality guna menghitung jalur paling terpendek yang dilewati seorang aktor menuju ke node tertentu pada jaringan atau menentukan akun pengguna yang berperan penting sebagai perantara pada setiap node pengguna menuju jaringan pusat [10]. Pada dasarnya teknik ini merupakan suatu cara untuk guna melihat peranan suatu node dalam jaring atau network dan suatu node bisa dikatakan memiliki peran penting ketika mempunyai suatu komunikasi dengan node lainnya berikut rumus yang digunakan dalam analisis *Betweenness Centrality* :

$$C_B(i) = 2 \sum_{\substack{j < k \\ (n-1)(n-2)}} P_{jk}(i) \quad (2)$$

$P_{jk}(i)$ merupakan total jalur terpendek antara node *j* dan *k* yang melewati *i*, sedangkan P_{jk} adalah total jalur terpendek antara *j* dan *k*. Berdasarkan graf di atas, bisa kita menghitung bobot $C_B(A) = C_B(C) = 0$, sedangkan $C_B(B) = C_B(D) = (2 * 0.5) / (3*2) = 1/6$

Closeness Centrality digunakan untuk memperhitungkan seberapa dekat jarak suatu aktor terhadap aktor lainnya dalam jaringan. Semakin tinggi nilai yang dimiliki maka semakin banyak node yang akan dipresentasikan node tersebut [11] dalam penggunaan perhitungan bobot setiap node tersebut bisa digunakan rumus sebagai berikut :

$$C_C(i) = \frac{n-1}{\sum_{j=1}^n d(i,j)} \quad (3)$$

Dari hasil graf yang di gambarkan juga bisa di hitung dengan bobot *Closeness Centrality* untuk node A adalah $C_C(A) = 3/(1+2+1) = 0.75$. Sedangkan untuk $C_C(B) = 3/(1+1+1) = 1$.

2.2 Social Network Analysis

Social Network Analysis sendiri adalah suatu metode yang berfungsi untuk menganalisis dan mempunyai fokus dalam mengukur hubungan dan interaksi yang di punya dan di gambarkan pada beberapa informasi [12], sedangkan menurut [13] SNA merupakan pemetaan dan sekaligus memastikan hubungan dan aliran hubungan antar seseorang, kelompok, organisasi. Data dari hasil *Twitter* sendiri bisa di lakukan analisis atau divisualisasikan dalam bentuk graph, fungsi dari graph sendiri merupakan merupakan suatu struktur yang difungsikan untuk memodelkan hubungan antara satu objek dan lainnya [14]. Dalam graph juga ada 2 kriteria yaitu node (titik) dan edge (garis atau simpul) yang memperlihatkan hubungan antara aktor.

2.3 Navie Bayes

Naive Bayes merupakan pengklasifikasian yang bisa dimanfaatkan untuk menghitung suatu probabilitas dengan menjumlahkan frekuensi serta nilai yang berasal dari dataset yang telah dikumpulkan. Menurut [15] Bayesian Classification didasarkan pada teorema Bayes yang mempunyai kelebihan dalam klasifikasi serupa, adapun menurut [16] pengklasifikasi naïve bayes merupakan keluarga dari klasifikasi berdasarkan teorema probabilitas populer bayes yang dikenal untuk membuat model sederhana yang kuat, terutama dalam bidang klasifikasi dokumen. *Navie Bayes* didasarkan pada teorema bayes dengan formula umum sebagai berikut :

$$P(C_i|X) = \frac{P(X|C_i)P(C_i)}{P(X)} \quad (4)$$

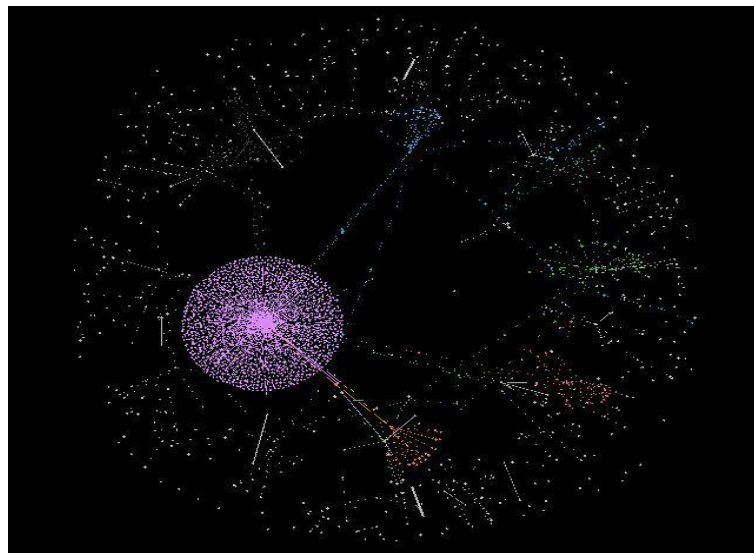
Yang artinya X merupakan kriteria suatu kasus berdasarkan masukan dan C_i adalah kelas dari solusi pola ke – I dimana I merupakan jumlah label kelas. Namun pada penelitian kali ini di gunakan tools package “e1071” yang merupakan metode naive bayes itu sendiri dan package “caret” untuk mengklasifikasi data yang package tersebut sudah disiapkan pada pemrograman R Studio untuk menganalisis data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan data set *Twitter* dilakukan dengan memasukan kata kunci #omnibuslaw, #ruuciptakerja, dan #uuciptakerja pada tools crawling data set *RStudio* dan di dapatkan sebanyak 2.383 data twitter yang tersimpan dalam bentuk format .csv. Data tersebut masi berupa data yang belum di olah, oleh sebab itu data tersebut dilakukan processing untuk mendapatkan struktur data sesuai kebutuhan peneliti. Kemudian diterapkan lah metode “*Sosial Network Analisis*” untuk mendapatkan hasil analisis dengan pembuatan visualisasi model jaringan dengan bantuan software Gephi yang menggunakan *undirected graph* dimana cara kerja dari graph ini tidak mempertimbangkan arah dan tujuan antar node dan jenis graph ini tidak mengikuti *indegree* (node yang dituju) dan *out degree* (node asal), kemudian dari penerapan metode navie bayes dilakukan untuk menghitung nilai yang paling tertinggi terhadap actor actor yang memiliki koneksi paling banyak dengan menerapkan rumus yang ada pada tools *RStudio*. Dari penerapan metode tersebut maka didapatkan hasil seperti yang ditunjukkan pada tabel 1 dan hasil visualisasi graph data tweet pada Gambar 3 dibawah:

Tabel 1. Data *Crawling* Tweet

| Tweet | Komunitas | Node | Edges |
|-------|-----------|------|-------|
| 2.383 | 301 | 1686 | 1403 |



Gambar 3. Graph Analisis UU Cipta Kerja

Dari hasil analisis *Degree Centrality* di temukanlah 5 akun populer pada jaringan ini, antara lain : @BEMUI_Official, @VIVAcoid, @FPKSDPRRI, @m_mirah dan @FraksiRakyatID 5 akun di atas selain @VIVAcoid & @FraksiRakyatID merupakan akun organisasi, karena @VIVAcoid dan @FraksiRakyatID sendiri merupakan akun berita yang menyebarkan isu-isu atau berita ke jaringan tersebut dan berpihak netral.

Para akun diatas menunjukkan bahwa mereka merupakan faktor kunci dalam jaringan tersebut. Pada hasil aktor yang didapatkan ada mereka berperan di berbagai posisi seperti sumber referensi, bahan percakapan, serta pelopor atau pembuka suara pada jaringan yang dibahas. Adanya aktor aktor yang menjadi kunci pada jaringan ini dikarenakan adanya skor *Closeness Centrality* yang memperlihatkan kedekatan aktor satu dan lainnya. Berikut ini merupakan hasil analisis menggunakan software Gephi 0.9.2

Tabel 2. *Degree Centrality* Tertinggi

| Peringkat | Nama Akun | Nilai |
|-----------|----------------|-------|
| 1 | BEMUI_Official | 944 |
| 2 | VIVACoid | 35 |
| 3 | FPKSDPRRI | 34 |
| 4 | m_mirah | 28 |
| 5 | FraksiRakyatID | 26 |

Pada bagian pengukuran *Degree Centrality* ini digunakan untuk melihat seberapa banyak node memiliki relasi terhadap node lainnya yang ada pada jaringan tersebut. *Degree Centrality* ini juga memiliki tujuan yang dimana untuk menemukan node atau aktor yang memiliki peran terhadap jaringan yang ada berdasarkan banyaknya relasi antara dirinya dan aktor lainnya, Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa aktor BEMUI_Official memiliki nilai *degree* tertinggi yang bisa dibilang akun tersebut mempunyai interaksi pada tweets, mention, serta reply paling besar pada media *Twitter*. Oleh karena itu dapat diartikan akun BEMUI_Official ini adalah aktor atau nodes yang sangat berperan pada informasi penolakan uu cipta kerja.

Tabel 3. *Betweenness Centrality* Tertinggi

| Peringkat | Nama Akun | Nilai |
|-----------|----------------|----------|
| 1 | BEMUI_Official | 640042.0 |
| 2 | Hail_Indonesia | 66691.5 |
| 3 | IteungTea5 | 66554.5 |
| 4 | m_mirah | 47827.5 |
| 5 | VIVACoid | 44195.0 |

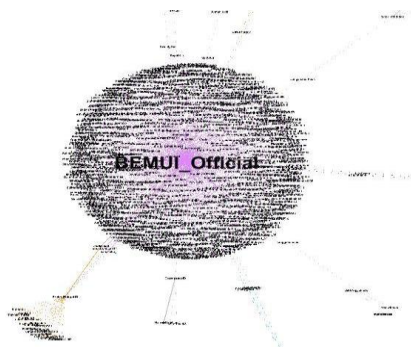
Dalam perhitungan *Betweenness Centrality* ini berfungsi sebagai menghitung suatu node pada suatu jaringan. Dalam pengukuran ini akan dilihat pengaruh dari suatu node pada jaringan yang ada karena node tersebut yang memiliki peran dalam penghubung suatu informasi terhadap node lainnya. Mengapa node ini penting karena apabila node ini hilang atau tidak ada penghubung akan mengganggu kegiatan komunikasi sehingga informasi tersebut akan sulit di bagikan.

Tabel II tersebut memperlihatkan bahwa akun BEMUI_Official memiliki nilai terbesar yaitu 640042.0, artinya akun ini mempunyai pengaruh yang cukup besar sebab menjadi aktor penghubung mengenai informasi peristiwa uuciptakerja pada *Twitter* tersebut. Kemudian aktor lain yang memiliki nilai *betweenness* tertinggi adalah akun media akun media penyebar informasi (Hail_Indonesia & VIVACoid), pengguna *Twitter* (IteungTea5 & m_mirah).

Tabel 4. *Closeness Centrality* Tertinggi

| Peringkat | Nama Akun | Nilai |
|-----------|-------------|-------|
| 1 | m_newscom | 1.0 |
| 2 | AndiePeci | 1.0 |
| 3 | 9itmr | 1.0 |
| 4 | mediocrikey | 1.0 |
| 5 | e100ss | 1.0 |

Pengukuran *Closeness Centrality* ini berfungsi sebagai mencari tau berapa banyak node yang mampu menjangkau node lainnya dengan jarak yang lebih pendek, nilai pada *Closeness Centrality* yang hampir terdekat atau pun bernilai 1,0, node tersebut diartikan yang paling dekat dengan node lainnya dengan jarak terpendek. Maka pada Tabel III di atas mempunyai 5 aktor dengan nilai *Closeness Centrality* 1,0 di antaranya, (m_newscom) yang merupakan akun pengguna *Twitter* untuk menyebarkan berita-berita, (AndiePeci) akun pribadi pengguna *Twitter*, (9itmr) akun pribadi, (mediocrickey) akun pribadi, dan (e100s) akun Official *Twitter* of Radio Suara Surabaya yang sering memberikan berita terkini.



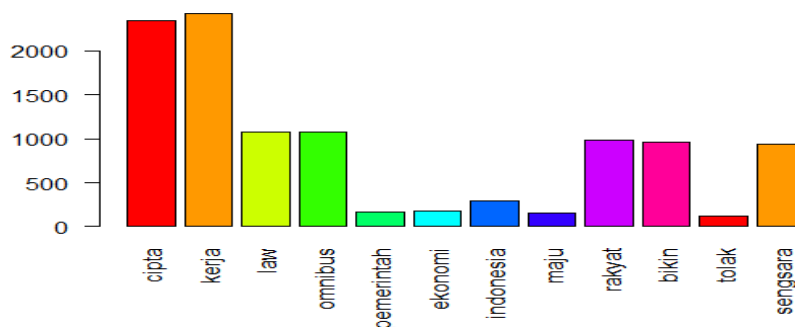
Gambar 4. Hasil visualisasi Graph Text Akun Terpopuler

Seperti yang tunjukan pada gambar 4 di atas menunjukkan dari berbagai akun yang di dapatkan dan di analisis mengenai pembahasan topik UU Cipta Kerja dengan di lihat dari graph text akun, ditemukan bahwa akun BEMUI_Official ini yang paling terpopuler karena dia memiliki hubungan yang banyak dengan aktor lain.



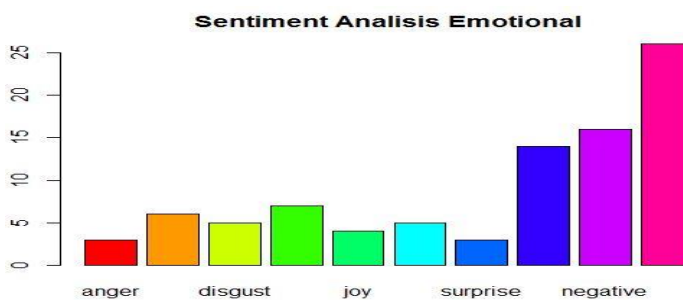
Gambar 5. Hasil Word Cloud Teks Yang Paling Tinggi

Setelah dilakukan analisis dengan data yang ada maka dihasilkan word cloud dengan kata yang tertinggi atau sering dibahas atau sering keluar adalah kata kata dengan teks berwarna hitam kemudian kata tertinggi kedua dengan teks berwarna pink.



Gambar 6. Hasil Frekuensi Pada Data UU Cipta Kerja

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa frekuensi kata-kata yang paling sering muncul pada hasil tweet atau sering dibicarakan pada topik UU Cipta Kerja tersebut.



Gambar 7. Sentiment Analysis Emosional

Pada analisis emotional diatas digunakan metode naive bayes untuk melihat hasil emotional dari para pengguna *Twitter* terhadap kasus UU Cipta Kerja tersebut dan di dapatkan hasil seperti gambar di atas dengan tanggapan 2 emotional yaitu marah serta negative. Yang bisa disimpulkan bahwa para pengguna akun *Twitter* dalam pembahasan UU Cipta Kerja ini mereka sangat tidak senang atau tidak setuju dengan apa yang sudah terjadi maupun sudah di berlakukan undang-undang tersebut di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan diatas bisa disimpulkan bahwa informasi mengenai isu uu cipta kerja pada platform media social *Twitter* menghasilkan 1403 hubungan atau interaksi dan 1686 aktor pada jaringan tersebut. Hasil penelitian pada gambar 4 terbentuk hanya satu klaster besar yaitu node BEMUI_Official dimana memiliki ukuran huruf yang paling besar dan bisa di jadikan sebagai akun yang memiliki dampak bagi masyarakat *Twitter* maupun dunia maya yang dapat dimanfaatkan sebagai penggerak opini publik terkait isu-isu atau masalah yang ada dan memberatkan rakyat kedepannya yang mana akun ini berfungsi dalam hal diseminasi atau penyebarluasan informasi yang cepat dan



mudah pada media sosial *Twitter*. Mengapa demikian, karena aktor tersebut memiliki nilai *Degree Centrality* 944 yang nilai tersebut menunjukkan bahwa aktor BEMUI_Official memiliki koneksi relasi yang lebih banyak dari pada aktor lainnya yang artinya akun tersebut memiliki peran pada informasi mengenai percakapan UU Cipta Kerja. Jika dilihat dari nilai *Betweenness Centrality* yaitu memiliki 640042.0 artinya akun ini berpengaruh dalam jaringan ini karena menjadi suatu penghubung atau jembatan terhadap node lainnya pada informasi percakapan UU Cipta Kerja. Sedangkan pada perhitungan *Closeness Centrality* aktor m_newscom mempunyai nilai tertinggi yaitu 1.0 yang menandakan bahwa akun ini memiliki jarak terdekat terhadap node lain dalam jaringan. Namun selain itu hasil analisis centrality lainnya akun BEMUI_Official menjadi yang paling populer pada jaringan tersebut yang mampu dimanfaatkan menjadi penggerak opini masyarakat terkait dengan topik UU Cipta Kerja yang berfungsi dalam penyebarluasan informasi yang cepat dan mudah sehingga opini atau pendapat dari akun ini dapat menggiring pemikiran masyarakat pada media sosial *Twitter*, dikarenakan juga akun ini mempunyai keterikatan yang besar dengan node atau akun lainnya yang menciptakan daya tarik bagi akun ini. Pada hasil analisis Menggunakan R Studio dengan metode naive bayes pun didapatkan hasil yang sangat negatif terhadap pembahasan UU Cipta Kerja tersebut berdasarkan teks yang paling sering muncul dengan dilakukan analisis word cloud dan perhitungan hasil analisis emotional yang menunjukkan hasil sangat marah dan negatif terhadap topik tersebut. Jadi disimpulkan bahwa pada penelitian ini akun BEMUI_Official merupakan akun yang populer dan berpengaruh dalam melakukan penyebaran informasi dan memberikan dampak yang besar dalam penolakan kasus UU Cipta Kerja. Saran dari penelitian ini untuk kedepannya, pada proses pengambilan data sampel dengan menggunakan # (tagar) lebih di perhatikan lagi atau di buatakan metode atau cara agar seperti kata “Kerja” yang tidak sesuai topik pembahasan semua kata tersebut ikut masuk seperti contoh kata yang ingin di ambil #uuciptakerja, namun dalam proses *crawling* data ada kata contoh seperti #lowongankerja, #kerjajerabert dll ikut kedalam proses pengambilan data.

REFERENCES

- [1] P. Studi *et al.*, “MODEL KOMUNIKASI SOSIAL REMAJA MELALUI MEDIA TWITTER,” no. 52, pp. 539–549.
- [2] S. R. Utami, R. N. Safitri, and Y. A. Kuncoroyakti, “Analisis Jaringan dan Aktor # BatalkanOmnibusLaw di Media Sosial Twitter Menggunakan Social Network Analysis (SNA) topik populer yang berupa tagar pada Twitter adalah # BatalkanOmnibusLaw . # BatalkanOmnibusLaw yang ramai menjadi pembicaraan warganet sebagai bentuk kritik Law sebagai kebijakan reformasi regulasi , urgensi , kajian pembentukan , dan politik hukum,” vol. 4, no. 3, pp. 135–148, 2021.
- [3] A. Rochiyat *et al.*, “Analisis Aktor Berpengaruh Dan Aktor Populer Dengan Metode Degree Centrality Dan Follower Rank Pada Tagar Twitter ‘# gejayannemanggil ,’” vol. 6, no. 2, pp. 130–138, 2020.
- [4] C. N. Zempi, I. Politik, and U. Gadjah, “Media Sosial dalam Gerakan Antikorupsi : Analisis Jejaring Sosial tentang Penolakan ‘ Koruptor Bisa Lari ’ Keputusan di Twitter,” vol. VIII, pp. 92–103, 2019.
- [5] A. P. Rabbani, A. Alamsyah, and S. Widiyanesty, “Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online),” vol. 4, no. 3, pp. 341–351, 2020.
- [6] S. S. Reviews, N. Samatan, A. Fatoni, and S. Murtiasih, “DISASTER COMMUNICATION PATTERNS AND BEHAVIORS ON SOCIAL MEDIA : A STUDY SOCIAL NETWORK # BANJIR2020 ON TWITTER,” vol. 8, no. 4, pp. 27–36, 2020.
- [7] U. Indonesia, “Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization : A Social Network Analysis / SNA Study on # BubarkanKPAI vs # KamiBersamaKPAI Hashtags,” vol. VIII, no. 3, 2019.
- [8] S. E. Zaluchu, “Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan,” *J. Teol. Ber. Hidup*, vol. 3, no. 2, pp. 249–266, 2021.
- [9] A. Latupeirissa, E. Sedyono, and A. Iriani, “Pemanfaatan Social Network Analysis Untuk Menganalisis Kolaborasi Komunikasi Pada Balai Perikanan Budidaya Laut Ambon,” vol. 02, pp. 121–132, 2019.
- [10] N. Permatasari, R. Yosral, and C. F. Annisa, “(Twitter Analysis About Online Education During COVID-19 Pandemic In Indonesia) ANALISIS MEDIA SOSIAL TWITTER TENTANG PENDIDIKAN DARING PADA MASA PANDEMI COVID- 19 DI INDONESIA,” pp. 359–369, 2020.
- [11] F. M. Imamah, “Volume 11 No . 2 Desember 2020 SOCIAL NETWORK ANALYSIS TERHADAP KOMUNIKASI POLITIK PEREMPUAN DI TWITTER SOCIAL NETWORK ANALYSIS ON WOMEN ’ S POLITICAL COMMUNICATION IN TWITTER,” vol. 11, no. 2, pp. 187–204, 2020.
- [12] R. Sistem, “Analisis Akun Twitter Berpengaruh terkait Covid-19 menggunakan Social,” vol. 5, no. 10, pp. 697–704, 2021.
- [13] I. M. Nadhiroh, M. N. Aidi, and B. Sartono, “Kajian Scientometrics: Analisis Jaringan Sosial pada Publikasi Internasional Indonesia Bidang Kimia,” *STI Policy Manag. J.*, vol. 13, no. 1, pp. 68–84, 2013, doi: 10.14203/STIPM.2015.40.
- [14] S. Network, A. For, B. Management, and B. Countries, “Jurnal Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi Volume 8 – Nomor 2 , Desember 2020 JURNAL AGREGASI Jurnal Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi,” vol. 8, pp. 168–187, 2020, doi: 10.34010/agregasi.v8i2.3231.
- [15] H. Annur, “KLASIFIKASI MASYARAKAT MISKIN MENGGUNAKAN METODE,” vol. 10, pp. 160–165, 2018.
- [16] M. Abbas, K. Ali, A. Jamali, K. Ali Memon, and A. Aleem Jamali, “Multinomial Naive Bayes Classification Model for Sentiment Analysis,” *IJCSNS Int. J. Comput. Sci. Netw. Secur.*, vol. 19, no. 3, p. 62, 2019, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/334451164>.