

**ANALISIS JARINGAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GERAKAN OPINI
PUBLIK PADA TAGAR #TolakRevisiUUTNI DI PLATFORM X**

(Skripsi)

**Oleh
FADIL MUHARROM
NPM 2216031058**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

**ANALISIS JARINGAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GERAKAN OPINI
PUBLIK PADA TAGAR #TolakRevisiUUTNI DI PLATFORM X**

Oleh

FADIL MUHARROM

Skripsi

**Sebagai Salah Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2026

ABSTRAK

ANALISIS JARINGAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GERAKAN OPINI PUBLIK PADA TAGAR #TolakRevisiUUTNI DI PLATFORM X

Oleh

FADIL MUHARROM

Pengesahan Revisi Undang-Undang TNI pada 20 Maret 2025 memicu respons penolakan masyarakat yang berkembang luas di media sosial melalui penggunaan tagar #TolakRevisiUUTNI di platform X. Fenomena ini menunjukkan terbentuknya gerakan opini publik digital sebagai bentuk respons masyarakat terhadap kebijakan publik yang dianggap dapat mengancam demokrasi dan dominasi militer di institusi sipil serta minimnya keterbukaan informasi dari pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana gerakan opini publik digital #TolakRevisiUUTNI sebagai respons masyarakat terhadap kebijakan revisi Undang-Undang TNI dimediasi melalui jejaring media sosial pada tagar #TolakRevisiUUTNI di platform X. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode *Social Media Network Analysis* (SMNA). Kerangka teoretis yang digunakan adalah *Digital Movement of Opinion* (DMO) serta teori Ruang Publik. Data diperoleh melalui teknik *crawling* terhadap *tweet* yang memuat tagar #TolakRevisiUUTNI pada periode 20–27 Maret 2025 menggunakan Google Colab. Dari total 4.098 *tweet* yang terkumpul, sebanyak 3.895 *tweet* dinyatakan relevan dan dianalisis menggunakan perangkat lunak Gephi 0.10.1. Analisis jaringan dilakukan pada level sistem, kelompok, dan aktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan percakapan #TolakRevisiUUTNI memiliki struktur yang renggang, terdesentralisasi, serta didominasi oleh pola komunikasi satu arah. Jaringan tersebut terfragmentasi ke dalam banyak kelompok percakapan dan melibatkan aktor dari berbagai latar belakang tanpa adanya aktor dominan yang mengendalikan arus komunikasi. Pola ini menunjukkan bahwa gerakan opini publik digital #TolakRevisiUUTNI berkembang secara organik sebagai respons kolektif masyarakat terhadap kebijakan revisi Undang-Undang TNI melalui ruang publik digital di media sosial.

Kata kunci: Opini Publik, Analisis Jaringan Media Sosial, #TolakRevisiUUTNI, *Digital Movement of Opinion*, Ruang Publik.

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA NETWORK ANALYSIS OF PUBLIC OPINION MOVEMENT THROUGH THE #TolakRevisiUUTNI HASHTAG ON PLATFORM X

By

FADIL MUHARROM

The ratification of the revised TNI Law on March 20, 2025, triggered widespread public opposition on social media through the use of the hashtag #TolakRevisiUUTNI on the X platform. This phenomenon shows the formation of a digital public opinion movement as a form of public response to public policies that are considered to threaten democracy and military domination in civilian institutions, as well as the lack of information transparency from the government. This study aims to describe how the #TolakRevisiUUTNI digital public opinion movement, as a public response to the TNI Law revision policy, is mediated through social media networks on the hashtag #TolakRevisiUUTNI on the X platform. This study uses a descriptive quantitative approach with the Social Media Network Analysis (SMNA) method. The theoretical framework used is the Digital Movement of Opinion (DMO) and Public Sphere theory. Data was obtained through crawling techniques on tweets containing the hashtag #TolakRevisiUUTNI during the period of March 20-27, 2025, using Google Colab. Of the total 4,098 tweets collected, 3,895 tweets were deemed relevant and analyzed using Gephi 0.10.1 software. Network analysis was conducted at the system, group, and actor levels. The results showed that the #TolakRevisiUUTNI conversation network had a loose, decentralized structure and was dominated by one-way communication patterns. The network is fragmented into many conversation groups and involves actors from various backgrounds without any dominant actors controlling the flow of communication. This pattern shows that the #TolakRevisiUUTNI digital public opinion movement developed organically as a collective response from the public to the policy of revising the TNI Law through digital public spaces on social media.

Keywords: *Public Opinion, Social Media Network Analysis, #TolakRevisiUUTNI, Digital Movement of Opinion, Public Sphere.*

Judul Skripsi : **Analisis Jaringan Media Sosial Terhadap Gerakan
Opini Publik Pada Tagar #TolakRevisiUUTNI di
Platform X**

Nama Mahasiswa : **Fadil Muharrom**

NPM : **2216031058**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIP 198909162019031015

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.

NIP 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : **Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom.,
M.Med.Kom.**

Penguji Utama : **Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL.**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Januari 2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fadil Muharrom
NPM : 2216031058
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Kp. Pulo Bambu, RT.001, RW.001, Ds. Karang Bahagia,
Kec. Karang Bahagia, Kab. Bekasi.
No. Handphone : 087806742312

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **"Analisis Jaringan Media Sosial Terhadap Gerakan Opini Publik Pada Tagar #TolakRevisiUUTNI di Platform X"** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 26 Januari 2026
Yang membuat pernyataan,



10000
METERAI
TEMPEL
TBD5CANX241894613

Fadil Muharrom
NPM 2216031058

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Fadil Muharrom, lahir di Bekasi 6 Maret 2005 dari pasangan Alm. Drs. Darsana dan Ai Suwarsih, S.Pd. sebagai anak ketiga dari empat bersaudara. Peneliti menempuh pendidikan dasar di SDN Karang Anyar 02 pada tahun 2010. Pendidikan menengah pertama ditempuh di SMPN 1 Karang Bahagia pada tahun 2016, kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di SMAN 1 Karang Bahagia pada tahun 2019.

Pada tahun 2022, peneliti melanjutkan pendidikan tinggi di Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung melalui jalur UTBK SBMPTN. Selama masa perkuliahan, peneliti aktif sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi bidang *Broadcasting* pada periode 2024/2025. Selain kegiatan organisasi, peneliti juga terlibat dalam kegiatan penelitian dosen melalui program MBKM Universitas Lampung pada periode Agustus–November 2024 di Tiyuh Gedung Ratu, Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Dalam rangka pengembangan keterampilan produksi media, peneliti tergabung sebagai anggota Video Editor Unila TV pada periode 2023/2024 dan kemudian dipercaya sebagai Koordinator Video Editor Unila TV pada periode 2024/2025. Di luar kegiatan kampus, Peneliti pernah menjadi Video Editor Candidate College pada periode Agustus–November 2023 serta LMS Video Editor UMKM Hebat pada periode Juli 2024–Juni 2025. Selain itu, sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat, peneliti telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Surabaya Baru, Kecamatan Bandar Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah pada Januari–Februari 2025.

MOTTO

“Silih Asih, Silih Asah, Silih Asuh”

-Prabu Siliwangi

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, peneliti
mempersembahkan karya ini kepada:

Almarhum Papa tercinta

Atas keteladanan hidup yang peneliti kenal melalui cerita dan ingatan keluarga
yang menjadi sumber semangat dan motivasi dalam menempuh perjalanan hidup.

Mama tercinta

Atas doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti dalam setiap
perjalanan hidup peneliti.

Sahabat dan Teman-teman

Atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang diberikan.

Dosen dan segenap civitas academica Universitas Lampung

Atas ilmu, bimbingan, nasihat, dan keteladanan yang telah diberikan selama
peneliti menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi.

SANWACANA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Jaringan Media Sosial Terhadap Gerakan Opini Publik pada Tagar #TolakRevisiUUTNI di Platform X” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan, baik secara akademik maupun teknis yang memerlukan ketelitian, kesabaran, dan konsistensi dalam prosesnya. Namun, melalui bimbingan dan arahan serta dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Selain itu, dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa keberhasilan penelitian tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM., ASEAN Eng. Selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.

4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Bapak Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan serta memberikan masukan yang sangat berarti kepada peneliti sejak tahap perencanaan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL. selaku dosen pembahas skripsi, atas saran, kritik, dan masukan yang konstruktif dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Zaimasuri, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing akademik, atas bimbingan, arahan, dan masukan yang diberikan kepada peneliti selama menempuh masa perkuliahan.
8. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, dan pengalaman akademik kepada peneliti selama masa studi.
9. Seluruh staf akademik Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bantuan dan pelayanan administrasi yang diberikan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
10. Bapak Vito Frasetya, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Pusat Unila TV yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi, memberikan arahan, pengetahuan, serta bersedia meminjamkan referensi yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
11. Keluarga, khususnya Mama, atas doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang senantiasa diberikan kepada peneliti dalam setiap tahap kehidupan dan pendidikan.
12. Sahabat-sahabat peneliti selama masa perkuliahan, yaitu Zaki, Hadi, Annisa Putri, Elisa, Mifta, Inas, Annisa Novirda, Hilmy, Oriza, Uci, Tiya, Evita serta teman-teman lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, atas kebersamaan, bantuan, dukungan, serta tawa yang telah menemani peneliti baik dalam suka maupun duka selama perjalanan akademik ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Bandar Lampung, 26 Januari 2026
Peneliti

Fadil Muharrom
NPM 2216031058

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Kerangka Pikir	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Ruang Publik dan Opini Publik dalam Kajian Ilmu Komunikasi	21
2.3 Aktivisme Digital	25
2.4 Media Sosial	26
2.4.1 X (Twitter)	28
2.5 Jaringan Media Sosial	30
2.5.1 Level Jaringan Media Sosial	31
2.5.2 Pola Jaringan Media Sosial	32
2.6 <i>Digital Movement of Opinion (DMO)</i>	34
III. METODE PENELITIAN	37
3.1 Tipe Penelitian	37
3.2 Variabel Penelitian	38
3.3 Definisi Konseptual	39
3.4 Definisi Operasional	41

3.5	Sumber Data	42
3.6	Teknik Pengumpulan Data	43
3.7	Teknik Pengolahan Data.....	44
3.7.1	Pengelompokkan Data	45
3.7.2	Pembersihan Data	46
3.7.3	Validasi Data	47
3.7.4	Transformasi Data <i>Tweet</i> ke Format <i>Edge List</i>	50
3.7.5	Populasi.....	51
3.8	Teknik Analisis Data	53
3.8.1	Analisis Jaringan Media Sosial.....	53
3.8.2	Visualisasi Data.....	57
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1	Gambaran Umum Penelitian	60
4.2	Penyajian Data Hasil Penelitian	61
4.2.1	Data Variabel Analisis Jaringan Media Sosial pada Aktivitas Digital #TolakRevisiUUTNI di X.....	61
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	68
4.3.1	Pembahasan Hasil SMNA dalam Kerangka Teori <i>Digital Movement of Opinion</i> (DMO)	68
4.3.2	Pembahasan Hasil SMNA dalam Perspektif Teori Ruang Publik ...	83
V.	PENUTUP.....	87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	88
	DAFTAR PUSTAKA.....	v
	LAMPIRAN.....	x

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
3.1 Operasionalisasi Variabel	41
3.2 Rincian Hasil <i>Crawling Tweet</i> #TolakRevisiUUTNI di X.....	44
4.1 Arsip Urutan <i>Trending Topic</i> #TolakRevisiUUTNI di X	60
4.2 Distribusi Unit Analisis pada Variabel	62
4.3 Hasil Analisis Level Sistem	62
4.4 Hasil Analisis Level Kelompok	63
4.5 Hasil Analisis Sentralitas Tingkatan	63
4.6 Hasil Analisis Sentralitas Kedekatan	64
4.7 Hasil Analisis Sentralitas Perantara	65
4.8 Rekapitulasi Hasil Penelitian	66
4.9 Data Arsip <i>Trending</i> #TolakRevisiUUTNI di X	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 <i>Trending Topic</i> X Terkait RUU TNI pada 21 Maret 2025	4
1.2 Grafik <i>Tweet</i> #TolakRevisiUUTNI di X pada 20–27 Maret 2025	7
1.3 Kerangka Pikir	13
2.1 Pola Jaringan di Media Sosial	33
4.1 Visualisasi Struktur Jaringan #TolakRevisiUUTNI	68
4.2 <i>Wordcloud</i> Tagar #TolakRevisiUUTNI di X.....	72
4.3 Visualisasi Modularitas Jaringan #TolakRevisiUUTNI di X.....	73
4.4 Visualisasi Empat Klaster Terbesar Jaringan #TolakRevisiUUTNI.....	74
4.5 Visualisasi Sentralitas Tingkatan Jaringan #TolakRevisiUUTNI	75
4.6 Akun <i>In-degree</i> Tertinggi Jaringan #TolakRevisiUUTNI.....	76
4.7 Akun <i>Out-degree</i> Tertinggi Jaringan #TolakRevisiUUTNI.....	77
4.8 Visualisasi Sentralitas Kedekatan Jaringan #TolakRevisiUUTNI	79
4.9 Visualisasi Sentralitas Perantara Jaringan #TolakRevisiUUTNI	81

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berinteraksi, mencari informasi, dan membentuk pandangan terhadap berbagai persoalan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat penetrasi media sosial tertinggi di dunia. Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2025 mencapai 143 juta jiwa atau 50,2% dari populasi, meningkat sekitar 4 juta pengguna dari tahun sebelumnya. X menjadi salah satu media sosial favorit dengan jumlah pengguna aktif mencapai 25,2 juta dan menempatkan Indonesia pada peringkat ketiga terbanyak di dunia (Kemp, 2025).

Media sosial melalui berbagai fiturnya seperti unggahan, komentar, dan penggunaan tagar membuat masyarakat dapat menjangkau audiens luas dalam waktu singkat. Aktivitas ini memfasilitasi terbentuknya opini publik digital yang berkembang secara dinamis (Hidayat dkk., 2025). Santoso Sastropetro (dalam Kusnanto & Yusuf, 2024) menjelaskan bahwa opini publik merupakan pendapat kolektif masyarakat mengenai suatu isu tertentu. Di era media sosial, opini pribadi yang diunggah pengguna dapat berubah menjadi pendapat kolektif ketika memperoleh respon dan dukungan dari banyak pihak.

Opini publik digital di media sosial juga tidak jarang bertransformasi menjadi aktivisme digital. Aktivisme digital merujuk pada penggunaan teknologi komunikasi elektronik seperti media sosial, *e-mail*, dan *podcast* untuk

mendorong terbentuknya gerakan publik secara cepat dan efektif (Dwityas dkk., 2023). Salah satu instrumen penting dalam proses ini adalah tagar. Selain berfungsi sebagai pengelompok percakapan, tagar menjadi alat strategis dalam memobilisasi opini publik digital.

Dalam perspektif komunikasi, mobilisasi opini publik digital melalui tagar tidak hanya merepresentasikan dinamika sosial, tetapi juga mencerminkan proses pertukaran pesan, penyebaran informasi, serta pembentukan efek komunikasi kolektif dalam jaringan media sosial. Hal ini berkaitan erat dengan konsep *Digital Movement of Opinion* (DMO), yaitu gerakan opini publik digital yang memiliki karakteristik spontan, berlangsung singkat, dan memperlihatkan keseragaman sikap lintas kelompok sosial (Barisione & Ceron, dalam Eriyanto, 2021). Dalam konteks komunikasi digital, karakteristik tersebut menunjukkan adanya proses difusi pesan dan reproduksi makna yang berlangsung secara cepat melalui interaksi antaraktor dalam jaringan komunikasi digital.

Berbagai aktivisme digital seperti #TolakRUUKesehatan atau #OraSudiSumbangIKN menunjukkan bagaimana tagar berfungsi sebagai pemicu mobilisasi opini publik digital. Temuan Eriyanto (2019, dalam Eriyanto, 2021) mengenai efektivitas tagar #BubarkanKPAI dan #KamiBersamaKPAI yang mengandung narasi tegas dan emosi kuat semakin menegaskan peran strategis tagar dalam menggalang solidaritas publik di ruang digital.

Dalam konteks ini, dinamika opini publik tidak dapat dilepaskan dari konsep ruang publik. Ruang publik menurut Jürgen Habermas dalam Hardiman (2014), tidak dipahami sebagai sekadar tempat fisik atau institusi formal, melainkan sebagai proses komunikasi masyarakat yang mereproduksi ruang di antara mereka melalui tindakan berbicara dan berinteraksi. Ruang publik muncul ketika masyarakat saling mengomunikasikan kegelisahan politis

mereka terhadap isu-isu yang menyangkut kepentingan bersama, sehingga membentuk arena diskursus publik.

Namun, ruang publik dalam pengertian Habermas tidak hadir secara spontan dan ideal, melainkan selalu berada dalam kondisi problematis karena komunikasi di dalamnya rentan terhadap distorsi serta ketegangan dengan kekuasaan dan kepentingan tertentu. Dalam konteks masyarakat kontemporer, proses komunikasi publik tersebut semakin dimediasi oleh teknologi digital, di mana media sosial berfungsi sebagai ruang potensial bagi masyarakat untuk mengekspresikan sikap, membangun solidaritas, serta mengartikulasikan kegelisahan politis yang tidak sepenuhnya tertampung dalam ruang deliberasi formal.

Dinamika aktivisme digital yang berbasis opini di media sosial kembali mencuat pada penolakan terhadap Revisi Undang-Undang TNI yang disahkan oleh DPR RI dalam sidang paripurna pada hari Kamis, 20 Maret 2025 (Chaterine & Ramadhan, 2025). Pengesahan tersebut memicu gelombang reaksi masyarakat, baik di ruang luring maupun daring. Di ruang digital, mobilisasi opini publik tampak paling menonjol melalui penggunaan tagar #TolakRevisiUUTNI yang pada 21 Maret 2025 menempati posisi *trending topic* nomor satu di platform X dan digunakan lebih dari 1 juta kali dalam waktu singkat (lihat Gambar 1.1). Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial sebagai ruang publik virtual berfungsi sebagai arena ekspresi sikap politik, advokasi isu, serta pembentukan opini publik terhadap kebijakan pemerintah.



Gambar 1.1 *Trending Topic X* Terkait RUU TNI pada 21 Maret 2025
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025.

Sementara itu, aksi-aksi luring turut mewarnai gerakan penolakan dengan keterlibatan mahasiswa dan kelompok masyarakat sipil di berbagai kota seperti Medan, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, dan kota lainnya (CNN Indonesia, 2025; Tempo.co, 2025). Penolakan ini dipicu oleh sejumlah pasal kontroversial yang dinilai membuka potensi kembali menguatnya peran militer di ranah sipil. Prihatini Wahyuningtyas (2025) menjelaskan bahwa meskipun revisi UU TNI membawa agenda penguatan industri pertahanan dan kesejahteraan prajurit, tetapi perubahan pada Pasal 47 yang memperbolehkan prajurit aktif menduduki jabatan sipil dan Pasal 53 terkait perpanjangan usia pensiun justru memicu kekhawatiran publik. Kedua pasal tersebut dianggap berpotensi memperluas intervensi militer dalam birokrasi dan memperkuat dominasi militer di institusi sipil.

Kendati demikian, aktivisme digital ini tidak hanya lahir dari penolakan terhadap substansi revisi UU TNI, tetapi juga dipicu oleh masalah komunikasi

antara pembentuk kebijakan dan publik. Salah satu pemicu utama reaksi gerakan #TolakRevisiUUTNI adalah minimnya keterbukaan informasi dan tidak diterapkannya partisipasi bermakna (*meaningful participation*) dalam proses pembahasannya. Kritik mengenai tertutupnya proses pembahasan ini juga disampaikan oleh Deputy Direktur Pusat Studi Hukum dan Kebijakan (PSHK), Fajri Nursyamsi, dalam keterangan ahli pada sidang Mahkamah Konstitusi. Ia menilai bahwa proses pembentukan UU TNI sering kali menjadi ruang kedap suara, di mana masyarakat tidak memperoleh akses terhadap dokumen pembahasan dan penjelasan substantif terkait perubahan pasal (pshk.or.id, 2025).

Berdasarkan pemantauan PSHK, draf RUU TNI tidak pernah dipublikasikan secara resmi kepada masyarakat sebelum disahkan dan publik hanya mengetahui isi RUU setelah pengesahan berlangsung. Situasi ini membuat masukan publik menjadi abstrak dan tidak selaras dengan pasal yang sedang dibahas, karena mereka tidak memiliki akses untuk menilai atau membandingkan isi draf. Minimnya keterbukaan tersebut diperburuk dengan fakta bahwa sebagian proses pembahasan RUU dilaksanakan di hotel sebagai ruang privat yang sulit dijangkau publik (pshk.or.id, 2025). Hal ini menjadikan masyarakat kehilangan ruang untuk terlibat dalam proses pembentukan wacana kebijakan, sehingga ruang publik digital menjadi substitusi bagi kurangnya ruang deliberasi formal.

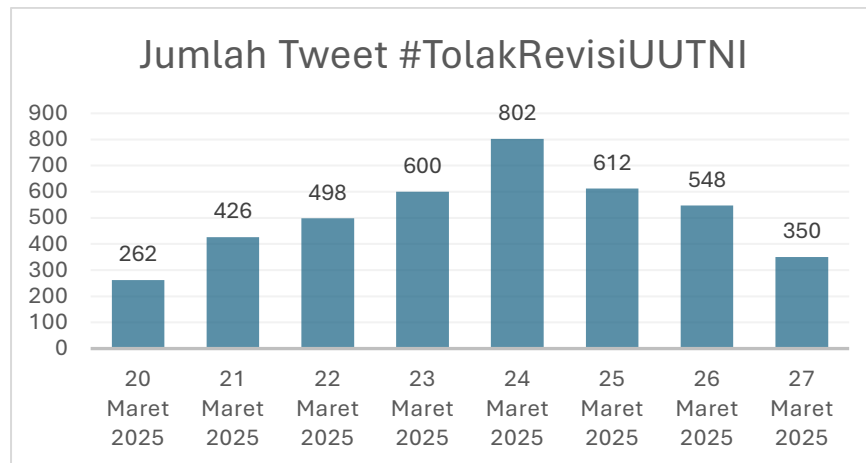
Padahal, prinsip partisipasi publik dalam proses pembentukan kebijakan sudah ditegaskan sejak Putusan Mahkamah Konstitusi No. 91/PUU-XVIII/2020. Dalam putusan tersebut merumuskan tiga unsur partisipasi bermakna, yaitu: (1) hak masyarakat untuk didengarkan pendapatnya, (2) hak masyarakat untuk dipertimbangkan, dan (3) hak masyarakat untuk memperoleh jawaban atas pendapat tersebut. Prinsip ini kemudian diakomodasi lebih lanjut dalam UU nomor 13 tahun 2022 yang memperluas dan merinci mekanisme partisipasi publik termasuk akses terhadap dokumen, kanal konsultasi publik yang lebih

beragam, serta kewajiban pemerintah menyediakan informasi secara terbuka (Sjarif, 2022).

Kendati demikian, dalam konteks pembahasan RUU TNI prinsip-prinsip tersebut tidak terimplementasi secara memadai. Ketidakhadiran mekanisme komunikasi yang transparan dan responsif membuat masyarakat tidak memiliki ruang partisipasi yang substansial dalam proses legislasi. Hal ini mengakibatkan ekspresi dan konsolidasi pendapat masyarakat bergeser ke ruang digital yang lebih terbuka, interaktif, dan mudah diakses.

Dengan demikian, gerakan #TolakRevisiUUTNI bukan sekadar respons terhadap substansi kebijakan. Namun, merupakan bentuk aktivisme digital yang muncul sebagai respons masyarakat akibat kegagalan komunikasi publik pemerintah dalam menyediakan informasi yang transparan, ruang dialog, dan mekanisme partisipasi yang inklusif. Media sosial X menjadi ruang alternatif bagi masyarakat untuk membahas, mengkritik, dan menegosiasikan makna kebijakan yang dianggap tidak transparan. Bahkan, gerakan ini semakin mendapat sorotan setelah tingginya volume percakapan digital mendorong media arus utama memberitakannya, menciptakan relasi *reverse agenda setting* di mana wacana publik digital memengaruhi pemberitaan media (Eriyanto, 2022).

Untuk memperoleh gambaran empiris mengenai intensitas opini publik dalam gerakan #TolakRevisiUUTNI, peneliti melakukan pengumpulan data melalui *crawling tweet* di platform X pada periode 20–27 Maret 2025. *Crawling* merupakan teknik yang memungkinkan peneliti memperoleh data secara otomatis dari berbagai sumber daring berdasarkan kata kunci tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Proses ini bekerja melalui program pemindai yang menjelajahi halaman-halaman *web* secara terstruktur dan efisien (Rismawan & Syahidin, 2023). Dalam hal ini, *crawling* diprogram dengan algoritma tertentu agar mampu mengenali dan merekam data sesuai dengan parameter yang diberikan oleh pengguna (Putra dkk., 2020).



Gambar 1.2 Grafik *Tweet* #TolakRevisiUUTNI di X pada 20–27 Maret 2025
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025.

Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa selama periode 20–27 Maret 2025 berhasil menghimpun sebanyak 4.098 *tweet* yang memuat tagar #TolakRevisiUUTNI. Secara rinci, aktivitas digital tercatat sebanyak 262 *tweet* pada 20 Maret, kemudian meningkat menjadi 426 *tweet* pada 21 Maret dan 498 *tweet* pada 22 Maret. Peningkatan berlanjut pada 23 Maret dengan 600 *tweet* dan mencapai puncaknya pada 24 Maret sebanyak 802 *tweet*. Setelah itu, jumlah *tweet* mengalami penurunan pada 25 Maret dengan 612 *tweet*, 26 Maret sebanyak 548 *tweet*, dan 27 Maret sebanyak 350 *tweet* (lihat Gambar 1.2). Pola tersebut menunjukkan adanya intensifikasi percakapan digital yang mencerminkan meningkatnya perhatian publik beberapa hari setelah pengesahan RUU TNI, sekaligus menegaskan bahwa isu ini memperoleh respons luas dalam ruang publik digital.

Secara fenomenologis, tingginya intensitas percakapan digital tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang artikulasi opini publik yang strategis dalam merespons kebijakan publik. Fenomena ini menjadi penting untuk diteliti karena menunjukkan pergeseran praktik partisipasi publik dari ruang deliberasi formal menuju ruang publik digital yang lebih terbuka, cepat, dan partisipatif. Kondisi ini selaras dengan dituliskan Hardiman (2014) yang menempatkan ruang publik sebagai arena komunikasi masyarakat

dalam membentuk opini terhadap isu kepentingan bersama yang dalam konteks kontemporer semakin dimediasi oleh teknologi digital.

Secara akademik, urgensi penelitian ini didasarkan pada masih berkembangnya kajian mengenai opini publik digital dan aktivisme digital di media sosial, khususnya dalam memahami bagaimana opini publik terbentuk tidak hanya melalui isi pesan, tetapi juga melalui relasi komunikasi antaraktor dalam jaringan digital. Kajian yang mengintegrasikan pemetaan struktur jaringan komunikasi digital dengan refleksi teoritis mengenai dinamika gerakan opini publik digital dalam perspektif ruang publik masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks isu kebijakan publik nasional yang strategis.

Berdasarkan kondisi tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memetakan secara kuantitatif deskriptif struktur jaringan opini publik digital pada tagar #TolakRevisiUUTNI melalui pendekatan *Social Media Network Analysis* (SMNA) atau Analisis Jaringan Media Sosial, sekaligus merefleksikan temuan empiris tersebut dalam kerangka konseptual *Digital Movement of Opinion* (DMO) serta teori ruang publik.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, penelitian ini berangkat dari pandangan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan melalui saluran tertentu yang menghasilkan respons atau efek komunikasi. Hal ini selaras dengan model komunikasi Harold Lasswell yang menekankan unsur komunikasi meliputi siapa (*who*), mengatakan apa (*say what*), melalui saluran apa (*in which channel*), kepada siapa (*to whom*), dan dengan efek apa (*with what effect*) (Makhrian, 2022). Dalam penelitian ini, fokus kajian terletak pada bagaimana masyarakat sebagai penerima pesan merespons komunikasi kebijakan pemerintah, khususnya dalam proses pembentukan kebijakan revisi Undang-Undang TNI.

Dalam praktik komunikasi kebijakan publik, proses penyampaian informasi tidak selalu berlangsung secara ideal karena terdapat kemungkinan terjadinya

gangguan komunikasi dalam penyampaian pesan kepada publik. Kondisi minimnya keterbukaan informasi dalam proses pembahasan revisi UU TNI menunjukkan adanya keterbatasan akses informasi yang berpotensi memengaruhi pemahaman publik terhadap substansi kebijakan. Situasi tersebut mendorong masyarakat untuk mencari, menafsirkan, serta mendiskusikan informasi secara mandiri melalui media sosial, sehingga memunculkan dinamika opini publik digital sebagai bentuk respons komunikasi publik terhadap kebijakan negara.

Berdasarkan uraian fenomena empiris, urgensi akademik, serta posisi kajian komunikasi yang digunakan, media sosial dalam penelitian ini dipahami sebagai arena komunikasi publik digital yang menjadi ruang pembentukan, distribusi, serta negosiasi opini publik terhadap kebijakan negara. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi politik digital, komunikasi publik, serta studi opini publik dalam konteks ekosistem media baru. Dengan demikian, penelitian ini disusun dengan judul “Analisis Jaringan Media Sosial terhadap Gerakan Opini Publik Pada Tagar #TolakRevisiUUTNI di Platform X”.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana gerakan opini publik digital #TolakRevisiUUTNI sebagai bentuk respons masyarakat terhadap kebijakan revisi Undang-Undang TNI pada platform X. Untuk memperoleh gambaran tersebut, penelitian ini dikaji melalui analisis jaringan media sosial dengan fokus pada:

- a. Bagaimana struktur jaringan komunikasi (sistem) opini publik digital yang terbentuk dalam percakapan tagar #TolakRevisiUUTNI di platform X?

- b. Bagaimana pola pengelompokan komunikasi dalam jaringan opini publik digital tersebut?
- c. Bagaimana posisi dan peran aktor dalam jaringan komunikasi opini publik digital tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan gerakan opini publik digital #TolakRevisiUUTNI sebagai bentuk respons masyarakat terhadap kebijakan revisi Undang-Undang TNI pada platform X yang dikaji melalui analisis jaringan media sosial dengan fokus pada:

- a. Struktur jaringan komunikasi (sistem) opini publik digital yang terbentuk dalam percakapan tagar #TolakRevisiUUTNI di platform X;
- b. Pola pengelompokan komunikasi dalam jaringan opini publik digital tersebut; dan
- c. Posisi dan peran aktor dalam jaringan komunikasi opini publik digital tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam studi opini publik di ruang digital, melalui penerapan pendekatan Analisis Jaringan Media Sosial. Temuan penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana struktur jaringan, pola pengelompokan, serta posisi aktor terbentuk dalam gerakan opini publik digital berbasis tagar. Selain itu, penelitian ini turut memperkuat penerapan *Digital Movement of Opinion* (DMO) dalam konteks isu kebijakan publik di Indonesia, serta memberikan

kontribusi reflektif mengenai relevansi ruang publik Habermas dalam praktik komunikasi kontemporer.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh praktisi komunikasi, pengelola komunikasi publik, serta pihak-pihak yang terlibat dalam perumusan dan penyampaian informasi kebijakan untuk memahami pola persebaran opini publik di media sosial. Pemetaan jaringan komunikasi yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat menjadi rujukan awal dalam membaca dinamika respons publik, mengidentifikasi pola keterhubungan antarpengguna, serta memahami karakter mobilisasi opini publik digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar reflektif dalam merancang strategi komunikasi publik yang lebih responsif terhadap dinamika percakapan di ruang digital.

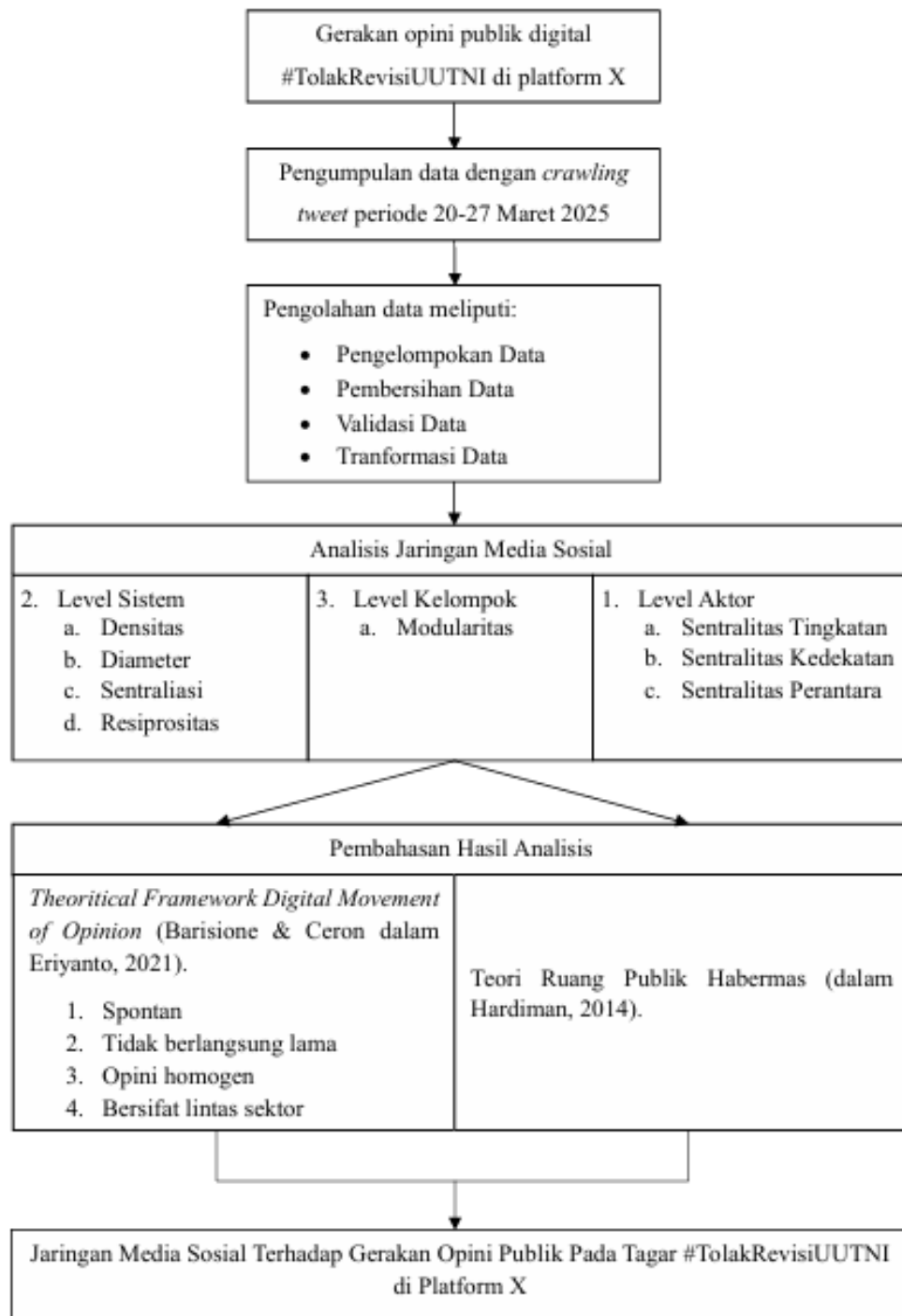
1.5 Kerangka Pikir

Sebagaimana dijelaskan oleh Uma Sekaran (dalam Sugiyono, 2023), kerangka pikir dapat dipahami sebagai model konseptual yang menjelaskan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai isu penting dalam penelitian. Kerangka pikir dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan alur logis penelitian secara sistematis, mulai dari fenomena yang diteliti, tahapan pengumpulan dan pengolahan data, hingga proses analisis dan interpretasi hasil. Kerangka pikir digunakan sebagai konstruksi konseptual yang menuntun peneliti dalam memahami objek kajian dan langkah-langkah analisis secara terstruktur.

Penelitian ini berangkat dari fenomena aktivitas komunikasi publik digital pada tagar #TolakRevisiUUTNI di platform X sebagai ekspresi opini publik terhadap pengesahan Revisi Undang-Undang TNI. Fenomena tersebut kemudian dikaji melalui pengumpulan data *tweet* periode 20–27 Maret 2025

menggunakan teknik *crawling*. Kemudian dilanjutkan tahap pengolahan data berupa pengelompokan, pembersihan, validasi data, dan transformasi data.

Data yang telah diolah kemudian dianalisis menggunakan Analisis Jaringan Media Sosial pada level sistem, kelompok, dan aktor untuk menggambarkan struktur jaringan, pola pengelompokan, serta posisi strategis aktor. Hasil analisis tersebut selanjutnya diinterpretasikan menggunakan kerangka *Digital Movement of Opinion* (DMO) dan teori ruang publik Habermas sebagai reflektif dalam memahami dinamika opini publik di ruang digital. Alur logis penelitian tersebut divisualisasikan dalam bentuk bagan kerangka pikir yang disajikan pada gambar berikut.



Gambar 1.3 Kerangka Pikir
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu rujukan penting dalam penyusunan penelitian ini guna menambah referensi serta memperlihatkan letak perbedaan antara penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan bahan rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dela Karlina (2024) dari Universitas Lampung dengan judul “Analisis Jaringan Komunikasi pada Aktivitas Digital #TolakPowerWheeling di Twitter”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jaringan komunikasi pada aktivitas digital penggunaan tagar #TolakPowerWheeling di platform Twitter yang muncul sebagai respons terhadap wacana pemerintah memasukkan skema *power wheeling* ke dalam Rancangan Undang-Undang Energi Baru dan Terbarukan. Metode yang digunakan, yaitu analisis jaringan komunikasi dengan pendekatan kuantitatif deskriptif melalui *crawling* data menggunakan Netlytic yang menghasilkan 2.402 *tweet*. Penelitian ini menggunakan perspektif teori *Individual Difference* dan menemukan bahwa aktivitas digital #TolakPowerWheeling membentuk pola komunikasi satu arah dengan ikatan antaraktor yang lemah yang sebagian besar hanya melibatkan akun-akun populer untuk memprovokasi penyebaran pesan, serta terdapat indikasi penggunaan akun bot sebagai bagian dari propaganda komputasi.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ratih Anbarini, S. Kunto Adi Wibowo, Nuryah Asri Sjafirah, dan Aceng Abdullah (2023) dari Universitas

Padjadjaran dengan judul “*Mobilizing the Digital Opinion Movement #OraSudiSumbangIKN on Twitter*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana peran tagar #OraSudiSumbangIKN dalam membentuk gerakan mobilisasi dukungan opini digital untuk memprotes wacana pemerintah yang ingin menggalang dana masyarakat dalam pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN). Metode yang digunakan, yaitu *Social Media Network Analysis* (SMNA) dengan bantuan *tools* Netlytic dan Gephi terhadap 10.000 *tweet*. Penelitian ini menggunakan teori *Digital Movement of Opinion* (DMO) dan menemukan bahwa percakapan terkait tagar tersebut bersifat spontan, tidak didominasi aktor tertentu, cenderung homogen, dan berumur pendek serta membentuk kelompok-kelompok kecil dalam jaringan. Temuan ini memperlihatkan bagaimana tagar dapat memobilisasi opini publik digital tanpa keterlibatan aktor dominan dan organisasi khusus, melainkan berkembang secara organik dari inisiatif individu di media sosial.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Wulan Ramadhani dan Edy Prihantoro (2023) dari Universitas Gunadarma berjudul “*Digital Movement of Opinion #BlackLivesMatter in Creating Public Opinion About Black Lives Matter*.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebaran tagar #BlackLivesMatter serta opini publik yang muncul di platform Twitter pada periode 20–27 April 2021. Metode yang digunakan adalah metode campuran (*mixed method*), dengan mengombinasikan pendekatan kuantitatif melalui analisis jaringan terhadap 2.500 *tweet* menggunakan Netlytic dan Gephi dan pendekatan kualitatif melalui Analisis Wacana Kritis. Secara teoretis, penelitian ini menggunakan teori *Computer-Mediated Communication*, teori Ruang Publik, dan Analisis Wacana Kritis untuk memaknai interaksi serta opini publik yang terbentuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini publik didominasi oleh opini positif sebesar 71,76% yang dipengaruhi oleh aspek emosional seperti empati, kemarahan, dan dukungan dari akun elit politik, media, LSM serta selebritas. Sementara itu, opini negatif hanya disuarakan oleh sebagian

kecil elit politik dan pengguna Twitter biasa yang cenderung dipandang sebagai opini personal.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Fathoni, Ali Ibrahim, Fadia Rizka Mumtaz, Muhammad Azmi Zaky, M. Jodi Pratama, dan Iqbal Akbar Kurniawan (2025) dari Universitas Sriwijaya dengan judul “Analisis Sentimen Public Twitter terhadap Kebijakan Pemerintah Menggunakan Metode SVM (Studi Kasus: RUU TNI)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen publik terhadap pengesahan RUU TNI yang menimbulkan polemik di masyarakat Indonesia dengan memanfaatkan algoritma *Support Vector Machine* (SVM). Penelitian ini mengumpulkan 1.001 *tweet* melalui proses *crawling* dari media sosial X, kemudian melakukan tahapan *preprocessing* data seperti *cleansing*, tokenisasi, dan *stemming* sebelum mengklasifikasikan sentimen menjadi positif, negatif, dan netral. Hasil penelitian menunjukkan dominasi sentimen netral dan negatif dalam respon publik dengan akurasi model mencapai 94,66%, serta *recall* tertinggi pada sentimen netral (1,00), positif (0,88), dan negatif (0,98). Penelitian ini merekomendasikan hasilnya sebagai masukan bagi pemerintah agar lebih responsif terhadap aspirasi masyarakat.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Merry Fridha Tripalupi, Hanifah Nur Aini, dan Beta Puspitaning Ayodya (2024) berjudul "Kajian Resistensi Sosial Pengguna Media Sosial X dalam Tagar #Netizenselalubentar Melalui Analisis Jaringan Komunikasi". Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana khalayak merespons penggunaan tagar #Netizenselalubentar serta bentuk resistensi sosial yang timbul di platform media sosial X. Penelitian ini menggunakan dua landasan teori, yaitu teori *Computer Mediated Communication* (CMC) dan teori Jaringan Sosial. Metode yang digunakan adalah analisis jaringan komunikasi yang merupakan bagian dari pendekatan kuantitatif deskriptif dengan data yang dikumpulkan dari *tweet* yang menggunakan tagar tersebut selama periode 2016-2024. Pengambilan data dilakukan melalui *tools* Google Colab untuk

crawling tweet dan dianalisis menggunakan *software* Gephi 0.10.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan komunikasi tagar #Netizenselalubenar bersifat tersentralisasi dengan aktor dominan seperti akun @0 yang memiliki tingkat sentralitas tertinggi. Selain itu, ditemukan pula terbentuknya komunitas *online* yang menunjukkan resistensi terhadap dominasi opini dalam tagar tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial menjadi arena penting dalam pembentukan opini publik dan perlawanan digital terhadap narasi yang dianggap tidak adil.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi, dkk. (2024) dengan judul “Ruang Publik, Media Sosial, Demokrasi, dan Pendekatan Kritis” mengkaji transformasi konsep ruang publik sebagaimana digagas oleh Jürgen Habermas dalam konteks media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana media sosial berfungsi sebagai ruang publik baru yang memungkinkan partisipasi warga negara dalam diskursus isu-isu publik, sekaligus mengkritisi berbagai problematika yang muncul di dalamnya. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif melalui kajian pustaka dengan pendekatan kritis terhadap teori ruang publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter media sosial yang interaktif dan partisipatif membuka peluang terbentuknya ruang diskursus publik yang lebih luas dan inklusif. Namun, ruang publik digital juga memiliki keterbatasan karena bekerja dalam logika ekonomi platform, rentan terhadap penyebaran disinformasi, serta berpotensi menimbulkan polarisasi dan fragmentasi kelompok. Penelitian ini menegaskan bahwa ruang publik di media sosial tidak sepenuhnya merepresentasikan kondisi ideal ruang publik Habermas, melainkan bersifat problematis dan penuh ketegangan antara kepentingan demokratis dan kekuatan struktural platform.

Untuk mempermudah pembacaan serta menegaskan posisi dan kebaruan penelitian ini dibandingkan penelitian terdahulu, ringkasan perbandingan penelitian disajikan dalam Tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian Terdahulu	Keterangan
1.	Peneliti	Dela Karlina (2024)
	Judul	Analisis Jaringan Komunikasi pada Aktivisme Digital #TolakPowerWheeling di Twitter
	Tujuan	Bertujuan untuk menganalisis jaringan komunikasi pada aktivitas digital penggunaan tagar #TolakPowerWheeling di Twitter yang muncul sebagai respon publik terhadap wacana pemerintah memasukkan skema <i>power wheeling</i> ke dalam Rancangan Undang-Undang Energi Baru dan Terbarukan.
	Teori	<i>Individual Difference</i>
	Perbedaan	Penelitian yang dilakukan oleh Dela Karlina ini berbeda karena mengangkat isu <i>power wheeling</i> , menggunakan teori <i>Individual Difference</i> , serta memanfaatkan <i>tools</i> Netlytic dan UCINET. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada isu revisi UU TNI dengan menggunakan teori <i>Digital Movement of Opinion</i> (DMO) dan perangkat analisis Gephi.
	Kontribusi Penelitian	Memberikan pemahaman kepada peneliti dalam penerapan analisis jaringan pada aktivitas digital berbasis tagar di platform X terhadap isu kebijakan dan sebagai acuan penyusunan format skripsi Universitas Lampung.
2.	Peneliti	Ratih Anbarini, S. Kunto Adi Wibowo, Nuryah Asri Sjaifrah, dan Aceng Abdullah (2023)
	Judul	<i>Mobilizing the Digital Opinion Movement #OraSudiSumbangIKN on Twitter</i>
	Tujuan	Bertujuan untuk mengkaji bagaimana peran tagar #OraSudiSumbangIKN dalam membentuk gerakan mobilisasi opini publik digital untuk memprotes wacana pemerintah yang ingin menggalang dana masyarakat dalam pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN).
	Teori	<i>Digital Movement of Opinion</i> (DMO)
	Perbedaan	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam penggunaan teori DMO dan metode SMNA, tetapi berbeda pada isu yang dibahas, yaitu terkait kebijakan pemotongan gaji ASN untuk pembangunan IKN, sedangkan penelitian peneliti fokus pada revisi UU TNI.
	Kontribusi Penelitian	Memberikan pemahaman kepada peneliti mengenai penerapan teori DMO dalam memaknai gerakan opini publik digital berbasis tagar melalui metode analisis jaringan media sosial yang menjadi acuan penting dalam memetakan pola jejaring digital pada isu kebijakan publik lainnya.
3.	Peneliti	Rizky Wulan Ramadhani & Edy Prihantoro (2023)
	Judul	<i>Digital Movement of Opinion #BlackLivesMatter in Creating Public Opinion About Black Lives Matter</i>
	Tujuan	Mengetahui penyebaran tagar #BlackLivesMatter dan bentuk opini publik yang muncul di Twitter pada periode 20–27 April 2021 terkait gerakan Black Lives Matter.

Tabel 2.1 (lanjutan)

No.	Penelitian Terdahulu	Keterangan
	Teori	<i>Computer-Mediated Communication</i> & Ruang Publik
	Perbedaan	Penelitian Ramadhani dan Prihantoro (2023) menggunakan pendekatan <i>mixed method</i> dengan mengombinasikan analisis jaringan media sosial dan analisis wacana kritis untuk mengkaji kecenderungan isi opini publik (positif, negatif, dan tidak relevan). Fokus utama penelitian tersebut terletak pada klasifikasi dan makna opini publik, bukan pada pemetaan struktur jaringan secara mendalam. Selain itu, konteks isu yang dikaji berbeda, di mana penelitian ini berfokus pada kebijakan publik nasional Indonesia, yakni penolakan terhadap Revisi Undang-Undang TNI, bukan isu sosial global.
	Kontribusi Penelitian	Memberikan landasan empiris bahwa teori ruang publik dapat diaplikasikan dalam analisis gerakan opini digital di media sosial. Temuan tersebut memperkuat justifikasi teoretis penelitian ini dalam menggunakan teori ruang publik untuk membaca media sosial sebagai ruang artikulasi opini warga negara. Namun, penelitian ini melengkapi penelitian terdahulu dengan menghadirkan analisis struktural jaringan secara lebih komprehensif, sehingga mampu memperluas pemahaman tentang bagaimana opini publik digital tidak hanya terbentuk secara diskursif, tetapi juga terorganisasi dalam struktur jaringan komunikasi yang khas pada konteks kebijakan nasional.
4.	Peneliti	Fathoni, Ali Ibrahim, Fadia Rizka Mumtaz, Muhammad Azmi Zaky, M. Jodi Pratama, Iqbal Akbar Kurniawan (2025).
	Judul	Analisis Sentimen Public Twitter terhadap Kebijakan Pemerintah Menggunakan Metode SVM (Studi Kasus: RUU TNI)
	Tujuan	Menganalisis sentimen publik terhadap RUU TNI dengan pendekatan <i>machine learning</i> SVM untuk mengetahui dominasi sentimen positif, netral, dan negatif.
	Teori	-
	Perbedaan	Penelitian tersebut lebih berfokus pada klasifikasi sentimen menggunakan SVM dan tidak melakukan analisis jaringan sosial atau interpretasi menggunakan teori, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan analisis jaringan media sosial dengan Gephi serta teori DMO dan Ruang Publik.
	Kontribusi Penelitian	Memberikan tambahan referensi dan pemahaman kepada peneliti terkait dinamika opini publik digital terhadap isu revisi UU TNI, sehingga dapat memperkuat konteks substansi penelitian ini meskipun menggunakan pendekatan metode yang berbeda.

Tabel 2.1 (lanjutan)

No.	Penelitian Terdahulu	Keterangan
5.	Peneliti	Merry Fridha Tripalupi, Hanifah Nur Aini, dan Beta Puspitaning Ayodya (2024).
	Judul	Kajian Resistensi Sosial Pengguna Media Sosial X dalam Tagar #Netizenselalubentar Melalui Analisis Jaringan Komunikasi.
	Tujuan	Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana khalayak merespons penggunaan tagar #Netizenselalubentar serta bentuk resistensi sosial yang muncul di media sosial X melalui interaksi jaringan komunikasi.
	Teori	<i>Computer Mediated Communication</i> (CMC) dan teori Jaringan Sosial
	Perbedaan	Penelitian ini menyoroti resistensi opini dalam tagar #Netizenselalubentar menggunakan teori CMC dan jaringan sosial, sedangkan penelitian ini berfokus pada gerakan opini publik terkait revisi UU TNI dengan menggunakan teori <i>Digital Movement of Opinion</i> . Keduanya menggunakan pendekatan kuantitatif-deskriptif, tetapi isu, perspektif teori, dan konteks sosialnya berbeda.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan gambaran teknis penggunaan Google Colab sebagai <i>tools crawling</i> data <i>tweet</i> yang diolah lebih lanjut menggunakan Gephi untuk analisis jaringan, sehingga dapat menjadi acuan metodologis dalam penelitian media sosial berbasis <i>hashtag</i> .
6.	Peneliti	Wahyudi, R. F., Musliadi, M., Muhlis, M., & Faridah, F. (2024)
	Judul	Ruang Publik, Media Sosial, Demokrasi, dan Pendekatan Kritis
	Tujuan	Mengkaji transformasi konsep ruang publik Habermas dalam konteks media sosial serta mengidentifikasi peluang dan problematika ruang publik digital dalam praktik demokrasi kontemporer.
	Teori	Ruang Publik Jürgen Habermas
	Perbedaan	Penelitian Wahyudi dkk. menggunakan pendekatan kualitatif normatif-kritis untuk membahas ruang publik media sosial, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif melalui Analisis Jaringan Media Sosial untuk memetakan struktur jaringan dan dinamika opini publik pada tagar #TolakRevisiUUTNI.
	Kontribusi Penelitian	Memberikan landasan konseptual mengenai pemaknaan media sosial sebagai ruang publik digital yang digunakan dalam penelitian ini sebagai kerangka teoritis reflektif untuk memahami dinamika gerakan opini publik di media sosial.

Sumber: Penelitian terdahulu diolah oleh Peneliti, 2025.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa studi mengenai opini publik dan aktivisme digital di media sosial umumnya dilakukan melalui berbagai pendekatan seperti analisis jaringan, analisis sentimen, atau kajian normatif-kritis tentang ruang publik. Penelitian-penelitian berbasis SMNA seperti Karlina (2024), Anbarini dkk. (2023), dan Tripalupi dkk. (2024) berfokus pada pemetaan struktur jaringan dan peran aktor. Namun, tidak secara eksplisit merefleksikan temuan jaringan tersebut dalam kerangka problematika ruang publik demokratis. Sebaliknya, kajian Wahyudi dkk. (2024) membahas ruang publik media sosial dalam perspektif Habermas secara normatif-kritis, tetapi tidak didukung oleh analisis empiris berbasis data jaringan.

Sementara itu, penelitian Rizky Wulan Ramadhani & Edy Prihantoro (2023) mencoba menggabungkan teori ruang publik dengan analisis jaringan, tetapi fokus utama penelitiannya pada klasifikasi dan makna opini publik, bukan pada pemetaan struktur jaringan secara mendalam. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memetakan secara kuantitatif deskriptif jaringan opini publik pada tagar #TolakRevisiUUTNI melalui Analisis Jaringan Media Sosial, sekaligus merefleksikan temuan empiris tersebut dalam kerangka *Digital Movement of Opinion* (DMO) dan teori ruang publik Habermas, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana respons komunikasi publik digital masyarakat terhadap kebijakan negara terbentuk dan terdistribusi dalam jaringan komunikasi di media sosial.

2.2 Ruang Publik dan Opini Publik dalam Kajian Ilmu Komunikasi

Konsep ruang publik dan opini publik merupakan konsep yang berkembang secara multidisiplin dan banyak digunakan dalam kajian filsafat sosial, ilmu politik, sosiologi, serta ilmu komunikasi. Meskipun tidak secara eksklusif berasal dari disiplin ilmu komunikasi, kedua konsep tersebut memiliki relevansi yang kuat dalam kajian komunikasi karena berfokus pada proses komunikasi publik yang terjadi dalam masyarakat, khususnya dalam

pembentukan, pertukaran, dan negosiasi makna terkait isu-isu kepentingan bersama.

Dalam perspektif Jürgen Habermas, ruang publik dipahami bukan sebagai tempat fisik atau institusi formal tertentu, melainkan sebagai kondisi komunikasi sosial yang dihasilkan dan direproduksi melalui interaksi antarwarga negara. Ruang publik muncul ketika masyarakat terlibat dalam komunikasi publik untuk membahas persoalan yang berkaitan dengan kepentingan bersama melalui proses diskursus rasional dan kritis (Hardiman, 2014). Dengan demikian, ruang publik dapat dipahami sebagai arena komunikasi publik yang memungkinkan warga negara mengekspresikan pandangan, kritik, serta aspirasi terhadap isu sosial dan politik.

Dalam pembacaan Hardiman (2014), ruang publik memiliki dua lapisan makna, yaitu makna deskriptif dan normatif. Dalam makna deskriptif, ruang publik dipahami sebagai ruang yang dapat diakses oleh semua orang dan dibedakan dari ruang privat yang berkaitan dengan kehidupan domestik dan personal. Distingsi ini penting dalam konteks komunikasi karena menandai batas antara komunikasi privat dan komunikasi publik dalam masyarakat modern. Dalam makna normatif, ruang publik berkaitan dengan peran masyarakat dalam demokrasi. Ruang publik sebagai kondisi komunikasi yang memungkinkan arus opini publik terbentuk secara bebas, kritis, dan inklusif di antara warga yang setara dalam kehidupan demokratis (Setiawan, 2023).

Dalam kajian ilmu komunikasi, ruang publik relevan untuk menjelaskan bagaimana proses komunikasi publik berlangsung melalui pertukaran pesan, penyebaran informasi, pembentukan makna bersama, serta negosiasi kepentingan melalui diskursus publik. Komunikasi publik dalam ruang publik memungkinkan terjadinya interaksi simbolik antarindividu maupun kelompok yang pada akhirnya membentuk kesadaran kolektif terhadap isu tertentu.

Secara historis, Habermas menggambarkan ruang publik melalui ruang publik borjuis abad ke-18 di Eropa, di mana masyarakat berkumpul dalam kafe, salon, dan forum diskusi untuk membahas persoalan sosial dan politik secara kritis (Hardiman, 2014). Namun, dalam perkembangan masyarakat modern, ruang publik mengalami perubahan struktural akibat pengaruh kapitalisme dan media massa. Dalam kondisi ini, ruang publik rentan mengalami refeodalisasi, yaitu ketika komunikasi publik didominasi oleh kepentingan negara dan pasar, sehingga diskursus publik bergeser dari komunikasi kritis menuju komunikasi yang bersifat promosi dan manipulatif (Hardiman, 2014).

Habermas juga menekankan bahwa komunikasi dalam ruang publik tidak selalu berlangsung secara ideal karena adanya kemungkinan distorsi komunikasi yang disebabkan oleh relasi kekuasaan, kepentingan ekonomi, maupun intervensi politik. Oleh karena itu, ruang publik selalu berada dalam kondisi dinamis dan problematis, serta tidak pernah sepenuhnya merepresentasikan kondisi normatif idealnya (Hardiman, 2014).

Dalam perkembangan teknologi komunikasi kontemporer, ruang publik tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan berkembang ke ruang digital. Jejaring komunikasi dalam cyberspace memungkinkan terbentuknya ruang komunikasi publik baru yang bersifat lebih terbuka, partisipatif, dan interaktif (Hardiman, 2014). Namun, ruang publik digital tetap harus dipahami sebagai ruang yang dinamis dan rentan terhadap distorsi komunikasi akibat algoritma platform, disinformasi, serta fragmentasi kelompok dalam masyarakat digital.

Melalui proses komunikasi publik yang berlangsung dalam ruang publik tersebut, terbentuklah opini publik sebagai hasil interaksi komunikasi sosial. Opini publik tidak muncul secara spontan, melainkan terbentuk melalui proses komunikasi yang melibatkan pertukaran pesan, diskusi publik, serta penyebaran informasi di antara anggota masyarakat. Dalam hal ini, opini publik dapat dipahami sebagai hasil dari proses komunikasi publik yang berlangsung dalam ruang publik.

Menurut Arifin (2011), opini publik merupakan pendapat, sikap, perasaan, atau harapan rata-rata individu dalam suatu kelompok masyarakat terhadap isu yang berkaitan dengan kepentingan umum yang terbentuk melalui proses rasional dan sadar serta diekspresikan melalui komunikasi, baik dalam bentuk lisan, tulisan, maupun tindakan kolektif. Pembentukan opini publik dipengaruhi oleh keberadaan isu yang relevan dengan kepentingan masyarakat, keterlibatan masyarakat dalam diskusi publik, serta keterbukaan dalam penyampaian sikap di ruang publik.

Seiring perkembangan teknologi komunikasi, media sosial telah menjadi salah satu ruang yang ampuh dalam pembentukan opini publik (Sarihati dkk., 2019). Media sosial memungkinkan komunikasi berlangsung secara dua arah dan *real-time*, sehingga mempercepat proses pembentukan opini publik dibandingkan media massa tradisional (Amir dkk., 2024). Fitur-fitur media sosial seperti unggahan, komentar, *mention*, *reply*, serta penggunaan tagar memungkinkan masyarakat berpartisipasi secara langsung dalam diskursus publik digital.

Penggunaan tagar dalam media sosial memperkuat kemampuan publik dalam mengelompokkan isu serta mengonsolidasikan suara kolektif. Percakapan yang berkembang melalui tagar dapat berkembang menjadi opini publik ketika ekspresi yang muncul merepresentasikan pandangan kolektif masyarakat, bukan sekadar opini individual (Ramadhani & Prihantoro, 2023). Opini publik juga sering muncul sebagai respons terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap tidak sejalan dengan kepentingan masyarakat. Dalam situasi tertentu, opini publik dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan politik karena berfungsi sebagai mekanisme komunikasi publik antara masyarakat dan pemerintah (Sarihati dkk., 2019).

Dalam penelitian ini, konsep ruang publik digunakan untuk memahami media sosial, khususnya platform X, sebagai ruang komunikasi publik digital tempat masyarakat mengekspresikan sikap dan membentuk opini publik terhadap

kebijakan negara. Dalam perspektif komunikasi, media sosial dapat dipahami sebagai saluran (*channel*) komunikasi publik digital yang memungkinkan terjadinya penyampaian pesan kebijakan kepada masyarakat sekaligus menjadi ruang diskursus publik digital.

Sementara itu, konsep opini publik digunakan untuk menjelaskan bagaimana respons komunikasi masyarakat terhadap kebijakan revisi Undang-Undang TNI terbentuk dan berkembang melalui interaksi komunikasi dalam jaringan media sosial. Dalam kerangka model komunikasi Harold Lasswell (dalam Sikumbang, 2022), proses tersebut dapat dipahami sebagai bagian dari efek komunikasi publik (*with what effect*), yaitu munculnya respons kolektif masyarakat terhadap pesan kebijakan yang disampaikan melalui saluran komunikasi publik digital.

Dengan demikian, pembentukan opini publik digital dalam penelitian ini dipahami sebagai bagian dari proses komunikasi publik yang berlangsung dalam ruang publik digital melalui jaringan komunikasi media sosial, di mana respons publik yang terbentuk juga berpotensi memicu arus komunikasi lanjutan dalam diskursus publik digital.

2.3 Aktivisme Digital

Aktivisme digital dapat dipahami sebagai segala bentuk tindakan individu dan kelompok yang dimediasi oleh teknologi digital untuk tujuan komunikasi, penyebaran informasi, hiburan, transaksi ekonomi, hingga partisipasi dalam wacana sosial-politik. Dalam hal ini, publik memanfaatkan internet, perangkat pintar, serta berbagai platform digital sebagai sarana untuk menyuarakan kepentingan, membangun interaksi, dan menanggapi isu-isu yang berkembang di masyarakat (Joyce, 2010). Selain itu, Ozkula (2021) turut menjelaskan bahwa aktivisme digital mencakup aktivitas politik yang mengandalkan internet, baik berupa adaptasi praktik tradisional seperti petisi daring dan

kampanye protes, maupun penggunaan teknologi digital untuk mendukung aksi-aksi *offline*, misalnya dalam mengorganisir demonstrasi melalui media sosial. Fenomena ini mendapat perhatian luas karena memungkinkan pola komunikasi dua arah atau *many-to-many* yang dapat memperluas jangkauan isu sekaligus meningkatkan keterlibatan publik.

Dalam kajian Ilmu Komunikasi, aktivisme digital sering kali dipahami melalui dua perspektif konseptual yang merujuk pada pemikiran Van Laer dan Van Aelst (2010; dalam Eriyanto, 2021), di mana perspektif pertama memandang aktivisme digital sebagai perpanjangan dari gerakan sosial luring. Media digital berfungsi untuk mengonsolidasikan gagasan, memobilisasi dukungan, serta mempermudah koordinasi aksi nyata. Sementara perspektif kedua melihat aktivisme digital dapat berdiri sendiri, tidak selalu terhubung langsung dengan aksi di dunia fisik, melainkan dinilai dari bagaimana ruang digital membangun diskursus, memfasilitasi pertukaran informasi serta mengokohkan identitas bersama.

Pemahaman ini juga tercermin dalam penelitian Karlina (2024) yang mengkaji aktivisme digital melalui analisis jaringan komunikasi pada penggunaan tagar *#TolakPowerWheeling* yang menunjukkan bagaimana media sosial menjadi medium penting dalam membentuk opini publik terhadap kebijakan pemerintah. Pemahaman mengenai aktivisme digital ini menjadi landasan penting dalam melihat bagaimana masyarakat memanfaatkan platform digital untuk merespons isu-isu strategis, termasuk dalam konteks penelitian terkait opini publik terhadap revisi UU TNI di media sosial X.

2.4 Media Sosial

Media sosial dapat dipahami sebagai wahana digital yang memberi ruang bagi penggunaanya untuk menciptakan, menyebarluaskan, dan saling bertukar informasi, gagasan, serta berbagai bentuk konten melalui jaringan virtual.

Berbeda dengan pola komunikasi pada media konvensional yang cenderung satu arah, media sosial justru menghadirkan interaksi dua arah yang intens. Dengan demikian, pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga aktif memproduksi sekaligus mendistribusikan konten (Amir dkk., 2024). Kondisi ini membuat media sosial tidak sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan juga menjadi media terbentuknya komunitas daring yang terikat oleh kesamaan minat atau kepentingan tertentu.

Adapun Kaplan & Haenlein (dalam Eriyanto, 2021) memaknai media sosial sebagai kanal berbasis internet yang dibangun di atas fondasi teknologi Web 2.0 yang memungkinkan munculnya konten hasil kreasi pengguna (*User Generated Content/UGC*) sekaligus memfasilitasi pertukaran informasi di antara mereka. Dalam perspektif serupa, McCay-Peet & Quan-Haase (dalam Eriyanto, 2021) melihat layanan daring ini sebagai ruang yang memungkinkan individu, komunitas, dan organisasi untuk saling terhubung, berkolaborasi, dan membentuk jejaring sosial dalam rangka mencipta, memodifikasi, dan berbagi konten yang mereka hasilkan.

Pendapat lainnya juga dinyatakan oleh B.K. Lewis (dalam Fauzi & Yunial, 2024) yang memaknai media sosial sebagai teknologi digital yang memungkinkan setiap individu terhubung satu sama lain, berinteraksi, dan menciptakan serta mendistribusikan pesan. Dalam penelitian ini, pemaknaan tersebut penting karena menunjukkan bagaimana media sosial berperan sebagai infrastruktur digital yang memfasilitasi terbentuknya gerakan opini publik seperti yang tampak dalam tagar #TolakRevisiUUTNI.

Selain itu, media sosial memiliki sejumlah karakteristik khusus yang membedakannya dari media komunikasi lainnya. Secara umum, Nasrullah (2020) mengidentifikasi 6 karakter utama media sosial, yaitu:

1. Jaringan (*network*): menggambarkan relasi antar individu atau kelompok dalam ruang digital yang saling terhubung, menciptakan sistem komunikasi yang dinamis dan berjejaring.

2. Informasi (*information*): media sosial menjadi saluran utama pertukaran gagasan, opini, serta wacana menjadikannya sarana vital dalam arus informasi kontemporer.
3. Arsip (*archive*): setiap aktivitas di media sosial terekam secara digital dan dapat diakses kembali, memberikan kontinuitas terhadap jejak komunikasi pengguna.
4. Interaksi (*interactivity*): memungkinkan komunikasi dua arah antara pengguna baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga memperkaya proses dialog dan partisipasi.
5. Simulasi sosial (*simulation of society*): media sosial merefleksikan dinamika kehidupan sosial dalam bentuk digital, menciptakan ruang interaksi yang menyerupai dunia nyata.
6. Konten yang dihasilkan pengguna (*user-generated content*): setiap individu memiliki kebebasan untuk menciptakan, membagikan, dan memodifikasi konten sesuai preferensi pribadi serta sosialnya.

2.4.1 X (Twitter)

Twitter yang kini telah berganti nama menjadi X merupakan platform media sosial berjenis mikroblog yang memungkinkan penggunanya membagikan pembaruan singkat yang lazim disebut *tweet*. Pengguna dapat mengirim pesan berupa teks hingga 280 karakter, serta menambahkan tautan, gambar, atau video, lalu menyebarkannya kepada para pengikut (*followers*) mereka (Fauzi & Yunial, 2024). Sejak dikembangkan oleh Jack Dorsey dan timnya pada 2006, X telah tumbuh menjadi salah satu situs yang paling sering diakses di dunia karena kemampuannya menampung opini publik secara cepat dan ringkas. Kusuma (dalam Anestha & Fatoni, 2020) memaparkan sejumlah istilah yang umum digunakan dalam platform X, sebagai berikut:

1. *Timeline*, menampilkan deretan *tweet* dari akun-akun yang diikuti serta *tweet* milik pengguna sendiri yang disusun berdasarkan urutan waktu terbaru.

2. *Direct Message* (DM), fitur untuk bertukar pesan secara pribadi antar pengguna, hanya dapat dilakukan apabila terdapat hubungan saling mengikuti antara kedua akun.
3. *Trending topics*, merupakan daftar topik atau isu yang sedang ramai diperbincangkan oleh pengguna X dalam periode tertentu.
4. *Tweet*, unggahan pesan singkat yang pada awalnya dibatasi hingga 280 karakter, biasanya digunakan untuk membagikan informasi terkini atau pendapat mengenai suatu topik yang diminati pengguna.
5. *Reply tweet/response tweet* (RT), balasan yang diberikan terhadap *tweet* yang sudah ada sebelumnya sebagai bentuk interaksi atau tanggapan.
6. *Retweet*, fitur yang memungkinkan pengguna membagikan ulang *tweet* milik akun lain secara utuh ke linimasa mereka.
7. *Follow*, tindakan mengikuti akun pengguna lain untuk dapat terus memperoleh pembaruan konten yang mereka bagikan.
8. *Follower*, sebutan bagi pengguna yang menjadi pengikut suatu akun, sehingga dapat melihat setiap pembaruan dari akun tersebut di *timeline*-nya.
9. *Mention* (@), simbol “@” yang digunakan sebelum username untuk menyebut atau menandai pengguna lain dalam sebuah *tweet* agar notifikasi langsung diterima oleh akun yang dituju.
10. *Hashtag* (#), tanda pagar atau tagar yang digunakan di depan kata atau frasa tertentu untuk mempermudah pengelompokan topik diskusi serta memudahkan pencarian *tweet* terkait.

Platform ini digunakan secara luas untuk bertukar ide, menyampaikan pendapat, serta merespons berbagai isu dalam skala nasional hingga global. X menjadi ruang diskusi publik yang memungkinkan penggunanya untuk terlibat dalam debat kritis, membangun jejaring dengan individu yang memiliki minat serupa, hingga mengikuti perkembangan isu-isu populer. Sejalan dengan karakteristik X yang dapat menjadi sumber informasi yang kaya karena jutaan *tweet* yang

muncul setiap hari memuat beragam topik mulai dari ekspresi personal, promosi, kampanye organisasi, hingga komunikasi politik (Fauzi & Yunial, 2024).

Dalam penelitian ini, X menjadi sangat relevan karena menyediakan data yang dapat mencerminkan dinamika opini publik digital. Fitur-fitur seperti *mention*, *reply*, atau *retweet* tidak hanya merekam interaksi antar pengguna, tetapi juga memungkinkan terbentuknya relasi-relasi sosial yang dapat dianalisis sebagai jaringan komunikasi. Platform ini telah menghadirkan perubahan signifikan dalam cara individu berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk opini secara kolektif (Amir dkk., 2024). Perubahan tersebut tercermin pada penggunaan tagar #TolakRevisiUUTNI yang menunjukkan bagaimana masyarakat dapat saling terhubung, berinteraksi, dan membentuk jejaring. Dengan demikian, X bukan hanya media sosial biasa, tetapi juga cerminan struktur sosial digital yang dapat dianalisis secara sistematis melalui pendekatan jejaring media sosial.

2.5 Jaringan Media Sosial

Menurut Eriyanto (2021), jaringan media sosial merupakan jaringan yang terbentuk di media sosial. Konsep ini berakar dari jaringan sosial dan jaringan komunikasi yang melihat bagaimana hubungan antaraktor terbentuk melalui pertukaran pesan. Pada ranah media sosial, proses tersebut tampak melalui aktivitas-aktivitas seperti *mention*, *reply*, atau *retweet* yang menghubungkan satu akun dengan akun lainnya. Dalam konteks komunikasi, jaringan dapat dipahami sebagai struktur sosial yang terbentuk melalui interaksi antar individu ataupun kelompok. Jaringan pada dasarnya lahir dari proses komunikasi, di mana pertukaran pesan antar aktor menciptakan keterhubungan yang menjadi dasar terbentuknya pola jaringan (Anestha & Fatoni, 2020). Pemahaman ini

menjadi penting dalam melihat dinamika media sosial sebagai ruang interaksi yang membentuk hubungan-hubungan sosial baru secara daring.

Dalam jaringan media sosial, terdapat tiga komponen utama yang menjadi perhatian, yaitu aktor, relasi, dan jenis relasi. Aktor direpresentasikan oleh akun media sosial yang terlibat, sedangkan relasi merupakan hubungan antar akun yang dapat muncul melalui berbagai mekanisme seperti *mention*, *reply*, atau *retweet*. Adapun jenis relasi merujuk pada topik atau isu tertentu yang menjadi pengikat hubungan antar aktor, sehingga struktur jaringan percakapan misalnya tentang pemilu akan berbeda dengan jaringan percakapan tentang kuliner atau destinasi wisata. Secara visual, jaringan dalam media sosial digambarkan melalui titik (*node*) dan garis penghubung (*edge*). *Node* melambangkan aktor berupa akun media sosial, sementara *edge* merepresentasikan relasi atau koneksi antar akun yang terhubung oleh isu yang sama (Eriyanto, 2021).

Eriyanto (2021) menyatakan jaringan media sosial memiliki beberapa karakteristik khas yang membedakannya dari jaringan sosial dalam kehidupan sehari-hari. Pertama, jaringan media sosial melibatkan jumlah aktor yang sangat besar, bahkan bisa mencapai ribuan hingga jutaan akun yang saling terhubung dalam satu percakapan publik. Kedua, jumlah dan ragam relasi dalam media sosial juga sangat dinamis dengan isu-isu baru yang terus bermunculan setiap saat, sehingga membentuk pola interaksi yang beragam dan cepat berubah. Karakteristik ini menunjukkan bahwa jaringan media sosial bukan hanya mencerminkan interaksi interpersonal, tetapi juga menjadi arena strategis bagi publik dalam menyampaikan pendapat, membentuk wacana, serta memobilisasi opini secara kolektif.

2.5.1 Level Jaringan Media Sosial

Dalam kajian jaringan media sosial, hubungan antar akun dapat dipahami melalui beberapa tingkat analisis yang memberikan perspektif berbeda terhadap struktur dan dinamika interaksi. Eriyanto (2021) menjelaskan bahwa jaringan media sosial umumnya dipahami melalui tiga level analisis, yaitu level sistem, level kelompok, dan level aktor.

Level sistem digunakan untuk melihat gambaran umum struktur jaringan secara keseluruhan, tanpa berfokus pada individu tertentu. Level ini membantu memahami bagaimana pola hubungan terbentuk dan bagaimana jaringan tersusun secara makro dalam suatu percakapan digital. Selanjutnya, level kelompok berfokus pada pembentukan komunitas atau klaster dalam jaringan yang menunjukkan kecenderungan aktor untuk berinteraksi lebih intens dengan kelompok tertentu. Sementara itu, level aktor menitikberatkan pada posisi dan peran akun-akun tertentu yang menempati titik strategis dalam jaringan percakapan.

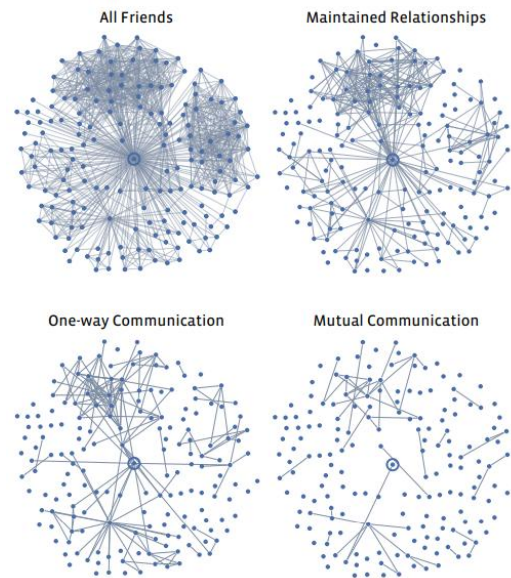
Ketiga level analisis tersebut memberikan kerangka konseptual dalam memahami jaringan media sosial sebagai fenomena komunikasi digital yang kompleks. Penjelasan lebih lanjut mengenai unit analisis, parameter, serta kegunaan ketiga level analisis tersebut dalam penelitian ini dibahas lebih lanjut pada Bab III Metode Penelitian.

2.5.2 Pola Jaringan Media Sosial

Dalam jejaring media sosial, relasi antar akun tidak selalu terjalin dengan intensitas yang sama. Cameron Marlow (dalam Easley & Kleinberg, 2010) memetakan sedikitnya terdapat tiga pola hubungan yang umum ditemukan, yaitu sebagai berikut:

1. *Mutual communication*, yakni interaksi dua arah yang aktif dan saling merespons, misalnya ketika akun A rutin membalas unggahan akun B dan sebaliknya. Pola ini umumnya merefleksikan hubungan yang lebih dekat serta keterlibatan personal yang kuat.
2. *One-way communication*, di mana hanya satu pihak yang menyampaikan pesan tanpa memperoleh tanggapan langsung, seperti saat akun A mengunggah pendapat yang tidak dibalas oleh B atau pengikut lainnya.

3. *Maintained relationship*, memperlihatkan hubungan pasif ketika seorang pengguna hanya menjadi pengikut untuk memperoleh informasi tanpa aktif memberikan komentar atau membagikan ulang konten.



Gambar 2.1 Pola Jaringan di Media Sosial
Sumber: Easley & Kleinberg, 2010: 61.

Kendati demikian, pola *one-way communication* dan *maintained relationship* justru menjadi bentuk hubungan yang paling dominan di ranah media sosial (lihat gambar 2.1). Sebagian besar pengguna lebih sering hanya menerima informasi tanpa memberikan respons, memperlihatkan bagaimana jejaring digital kerap diwarnai relasi yang tidak intens atau tidak timbal balik. Meski tampak longgar, pola relasi semacam ini memiliki kontribusi penting dalam memperluas jangkauan jaringan sosial.

Fenomena tersebut sejalan dengan teori *The Strength of Weak Ties* yang dikembangkan oleh Granovetter (1973, dalam Eriyanto, 2021) yang menjelaskan bahwa hubungan sosial yang tidak intens seperti hubungan antar pengguna media sosial yang jarang berinteraksi atau tidak memiliki kedekatan emosional, justru memiliki potensi besar dalam memperluas

jaringan sosial. Ikatan lemah ini berfungsi sebagai penghubung antara individu dan kelompok yang berbeda, memungkinkan penyebaran informasi lintas klaster yang lebih cepat dibandingkan dengan ikatan kuat yang cenderung terbatas pada lingkaran sosial yang homogen. Dalam konteks media sosial, interaksi daring dapat dikategorikan ke dalam ikatan kuat dan lemah. Ikatan kuat mencerminkan relasi dengan intensitas emosional tinggi, kedekatan yang erat, dan frekuensi komunikasi yang tinggi. Sebaliknya, ikatan lemah memiliki intensitas rendah, tetapi justru mampu menjembatani individu dengan kelompok atau informasi yang sebelumnya tidak terjangkau, sehingga memperluas jangkauan pengaruh dalam jaringan sosial digital (Safriana, 2025).

Konsep ini dibedakan melalui empat indikator utama, yaitu frekuensi interaksi, kedalaman emosional, tingkat keintiman, serta kecenderungan saling menukar layanan (Eriyanto, 2021). Namun, penelitian ini tidak mengukur dimensi-dimensi tersebut secara langsung karena unit analisis yang digunakan berupa aktor dan relasi digital yang terbentuk melalui penggunaan tagar. Dengan demikian, hubungan yang teridentifikasi lebih merepresentasikan keterhubungan berbasis aktivitas digital daripada kedekatan emosional antar individu.

2.6 *Digital Movement of Opinion (DMO)*

Digital Movement of Opinion (DMO) merupakan kerangka teoretis yang berkembang dalam kajian aktivisme digital sebagai respons atas perubahan pola partisipasi publik di era media sosial. Konsep ini dikembangkan oleh Barisione dan koleganya untuk menjelaskan bentuk keterlibatan warga dalam menyampaikan opini di ruang digital yang tidak sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai gerakan sosial konvensional (Eriyanto, 2021). Berbeda dengan gerakan sosial tradisional yang umumnya memiliki struktur organisasi, kepemimpinan, tujuan kolektif, serta strategi mobilisasi yang jelas, DMO

mencerminkan ekspresi opini publik yang muncul secara spontan dari pengguna media sosial terhadap suatu isu yang sedang berkembang di ruang digital.

Dalam kajian aktivisme digital, media digital sering dipahami sebagai alat yang digunakan oleh aktor gerakan sosial untuk melakukan mobilisasi publik, seperti dalam petisi *online*, advokasi elektronik, maupun kampanye digital. Namun, DMO menunjukkan fenomena yang berbeda. Aktivitas opini digital tidak selalu diinisiasi oleh aktor organisasi tertentu, melainkan dapat muncul secara spontan sebagai respons individu terhadap informasi yang beredar di ruang digital. Melalui media sosial, publik dapat secara langsung mengekspresikan dukungan, kritik, maupun sikap terhadap isu tertentu melalui berbagai bentuk ekspresi digital seperti unggahan teks, komentar, *meme*, maupun tanggapan terhadap pengguna lain (Eriyanto, 2021).

Barisione dan rekannya menjelaskan bahwa DMO berada di antara dua bentuk partisipasi publik, yaitu partisipasi diam yang biasanya hanya terlihat melalui survei opini publik dan gerakan sosial yang melibatkan organisasi dengan tujuan serta kepemimpinan yang jelas. Media sosial memungkinkan munculnya bentuk partisipasi baru di mana publik dapat menyampaikan opini secara terbuka dan spontan tanpa harus menjadi bagian dari organisasi tertentu. Dalam konteks ini, istilah gerakan opini digital digunakan untuk menegaskan bahwa aktivitas tersebut berbeda dari konsep gerakan sosial tradisional yang menekankan kolektivitas terorganisir (Barisione & Ceron, 2017 dalam Eriyanto, 2021).

Barisione dan Ceron (2017 dalam Eriyanto, 2021) mengidentifikasi empat karakteristik utama DMO, yaitu bersifat spontan dan tidak terorganisir, memiliki durasi yang relatif singkat, opini yang muncul cenderung homogen atau bersifat hitam-putih, serta bersifat lintas sektoral karena dapat melibatkan berbagai kelompok masyarakat. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa

DMO merupakan bentuk ekspresi opini publik digital yang muncul secara organik sebagai respons terhadap isu yang berkembang di ruang digital.

Dalam perspektif kajian ilmu komunikasi, konsep DMO relevan untuk menjelaskan bagaimana proses komunikasi publik berlangsung dalam ruang digital melalui praktik penyampaian opini, pertukaran tanggapan, serta interaksi komunikasi antar pengguna media sosial. Aktivitas seperti membuat unggahan, memberikan komentar, membagikan ulang informasi, maupun menggunakan tagar dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi publik digital yang memungkinkan opini masyarakat terlihat secara langsung dalam ruang diskursus publik digital.

Dalam penelitian ini, Teori *Digital Movement of Opinion* (DMO) digunakan untuk memahami bagaimana partisipasi masyarakat dalam tagar #TolakRevisiUUTNI mencerminkan keterlibatan publik dalam menyampaikan opini terhadap kebijakan negara secara spontan dan terbuka di media sosial. Selain itu, DMO membantu menjelaskan bagaimana respons komunikasi publik masyarakat terhadap kebijakan revisi Undang-Undang TNI muncul dan berkembang melalui interaksi komunikasi digital antar pengguna dalam jaringan media sosial. Dengan demikian, DMO digunakan untuk membantu memahami dinamika jaringan komunikasi yang terbentuk sebagai respons masyarakat terhadap isu revisi Undang-Undang TNI di media sosial.

III. METODE PENELITIAN

Dalam suatu penelitian, pemilihan metode yang tepat menjadi aspek krusial untuk memastikan proses kajian dapat berjalan secara sistematis dan ilmiah. Oleh karena itu, peneliti akan menguraikan secara rinci mengenai tipe penelitian, variabel yang dikaji, definisi konseptual dan operasional, sumber data, teknik pengumpulan serta pengolahan data, hingga prosedur analisis yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode *Social Media Network Analysis* (SMNA) atau Analisis Jaringan Media Sosial. Pemilihan metode ini dilatarbelakangi oleh tujuan penelitian untuk memetakan struktur jaringan (sistem), pola pengelompokan, serta posisi sentral aktor dalam percakapan digital pada tagar #TolakRevisiUUTNI di platform X yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter.

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif. Pendekatan kuantitatif berlandaskan pada filosofi positivistik yang menekankan objektivitas, keterukuran, rasionalitas, serta keteraturan sistematis dalam proses ilmiah. Dalam pendekatan ini, data yang dikumpulkan bersifat numerik dan dianalisis menggunakan teknik statistik guna memperoleh pemahaman yang terukur terhadap fenomena yang dikaji (Sugiyono, 2023). Sementara itu, tipe deskriptif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk memetakan struktur jaringan komunikasi dalam percakapan digital seputar #TolakRevisiUUTNI di platform X secara sistematis dan mendalam. Penelitian deskriptif berfokus pada penggambaran karakteristik, relasi, serta dinamika yang muncul dalam jaringan sosial, tanpa bermaksud menguji hipotesis ataupun membangun prediksi tertentu (Isaac & Michael, 1976 dalam Sudaryana & Agusiady, 2022).

Pendekatan kuantitatif deskriptif tersebut diimplementasikan melalui metode Analisis Jaringan Media Sosial atau *Social Media Network Analysis* (SMNA). Eriyanto (2021) menjelaskan bahwa SMNA merupakan metode yang digunakan untuk memetakan serta menjelaskan struktur jaringan yang terbentuk dari interaksi para pengguna media sosial. Metode ini merupakan pengembangan dari pendekatan *Social Network Analysis* (SNA) dan *Communication Network Analysis* (CNA), tetapi secara khusus diarahkan pada konteks media sosial. Selain itu, data dalam SMNA berbentuk digital sehingga proses pengumpulan, pengolahan, dan analisisnya memiliki karakteristik teknis yang khas (Eriyanto, 2021).

Sejumlah studi sebelumnya telah memanfaatkan metode ini untuk menganalisis dinamika percakapan digital berbasis tagar, di antaranya Anestha & Fatoni (2020) dalam analisis terkait kebijakan PSBB di Jakarta; Utami, dkk. (2021) melalui analisisnya dalam tagar #BatalkanOmnibuslaw; serta Ramadhani & Prihantoro (2023) mengenai konstruksi opini publik global melalui tagar #BlackLivesMatter. Studi-studi ini menunjukkan bahwa SMNA efektif untuk mengungkap dinamika relasi antaraktor, mengidentifikasi pusat-pusat pengaruh dalam jaringan, serta memahami pola komunikasi dalam isu-isu sosial yang berkembang di media sosial.

3.2 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, istilah variabel tidak dimaknai sebagai variabel bebas dan variabel terikat sebagaimana pada penelitian kuantitatif eksplanatif. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Hatch dan Farhady (1981 dalam Sugiyono, 2023) variabel dipahami sebagai atribut atau karakteristik tertentu yang dimiliki oleh individu, objek, atau fenomena yang menunjukkan variasi antara satu dengan yang lainnya. Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dengan pendekatan univariat, sehingga variabel dipahami sebagai fenomena tunggal yang menjadi objek pengamatan, yaitu jaringan media sosial yang terbentuk

melalui interaksi digital pada tagar #TolakRevisiUUTNI di X. Oleh karena itu, fokus penelitian tidak diarahkan pada pengujian hubungan sebab-akibat antarvariabel, melainkan pada penggambaran karakteristik jaringan melalui unit analisis jaringan media sosial.

3.3 Definisi Konseptual

Definisi konseptual berfungsi sebagai landasan awal untuk memperjelas batasan serta arah kajian terhadap objek yang diteliti, sebagaimana ditekankan oleh Bungin (2017) bahwa penyusunan definisi konseptual penting dilakukan dalam penelitian kuantitatif agar konsep yang digunakan dapat dipahami dan dioperasionalkan secara tepat. Dalam konteks penelitian ini, konsep utama yang digunakan adalah jaringan media sosial yang menjadi dasar dalam analisis opini publik digital pada tagar #TolakRevisiUUTNI.

Jaringan media sosial merupakan struktur relasi yang terbentuk melalui interaksi antarpengguna media sosial, seperti platform X yang diwujudkan dalam aktivitas *mention*, *reply*, atau *retweet* dalam suatu percakapan publik mengenai isu tertentu (Eriyanto, 2021). Dalam penelitian ini, jaringan media sosial dipahami sebagai konsep yang menggambarkan pola hubungan antarpengguna dalam menyampaikan dan merespons opini publik digital pada tagar #TolakRevisiUUTNI. Pemahaman konseptual ini menjadi dasar untuk melihat jaringan media sosial melalui beberapa level analisis, sebagaimana dijelaskan berikut ini.

a. Level Sistem

Level ini menggambarkan bentuk jaringan secara keseluruhan tanpa berfokus pada individu tertentu. Fokusnya adalah bagaimana pola hubungan terbentuk dalam percakapan digital (Eriyanto, 2021). Pada level sistem, jaringan dianalisis melalui beberapa indikator, yaitu:

- Densitas, menunjukkan kerapatan hubungan antaraktor dalam jaringan.

- Diameter, menunjukkan jarak terjauh antaraktor dalam jaringan.
- Sentralisasi, menggambarkan tingkat pemusatan jaringan pada satu atau beberapa aktor dominan.
- Resiprositas, memperlihatkan sejauh mana hubungan berlangsung secara dua arah antaraktor.

b. Level Kelompok

Level kelompok memetakan pembentukan kelompok atau klaster dalam jaringan. Pada level ini digunakan indikator modularitas yang menggambarkan kecenderungan aktor membentuk komunitas berdasarkan kesamaan posisi atau sikap terhadap isu tertentu (Eriyanto, 2021).

c. Level Aktor

Level aktor berfokus pada identifikasi posisi aktor dalam jaringan yang memiliki peran sentralnya masing-masing (Eriyanto, 2021). Pada level ini digunakan tiga indikator utama, yaitu:

- Sentralitas Tingkatan (*Degree Centrality*), menggambarkan tingkat keterhubungan langsung yang dimiliki seorang aktor dengan aktor lain di dalam jaringan.
- Sentralitas Kedekatan (*Closeness Centrality*), menggambarkan seberapa dekat aktor dengan semua aktor lain dalam jaringan
- Sentralitas Perantara (*Betweenness Centrality*), menggambarkan peran aktor sebagai penghubung dalam jaringan.

Dengan demikian, definisi konseptual dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk membangun hubungan kausal antarvariabel, melainkan untuk memberikan kerangka pemahaman mengenai jaringan media sosial sebagai fenomena analitis yang dikaji secara deskriptif melalui Analisis Jaringan Media Sosial.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada penjabaran konsep-konsep utama dalam penelitian ke dalam indikator yang lebih konkret dan terukur. Definisi operasional diperlukan untuk menetapkan parameter analisis yang dapat diidentifikasi secara empiris serta mendukung konsistensi dalam proses pengolahan dan interpretasi data (Bungin, 2017). Dalam konteks penelitian ini, definisi operasional tidak merujuk pada variabel bebas dan terikat, melainkan pada unit analisis yang digunakan untuk menggambarkan struktur jaringan, pembentukan kelompok, dan posisi aktor dalam jaringan percakapan digital terkait tagar #TolakRevisiUUTNI. Rincian operasionalisasi unit analisis tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No.	Desain Studi	Unit Analisis	Output Informasi
1.	Level Sistem	Densitas	Kerapatan hubungan antaraktor (<i>node</i>) dengan aktor lain dalam suatu jaringan.
		Diameter	Jarak terjauh antara satu aktor (akun media sosial) dengan aktor lainnya dalam jaringan.
		Sentralisasi	Tingkat pemusatan aktor (akun media sosial) pada jaringan.
		Resiprositas	Relasi dua arah yang terjadi antaraktor dalam jaringan.
2.	Level Kelompok	Modularitas	Pengelompokan aktor yang saling berinteraksi dalam satu jaringan.
3.	Level Aktor	Sentralitas Tingkatan (<i>Degree Centrality</i>)	Aktor paling populer (punya banyak <i>link</i>) dalam jaringan.
		Sentralitas Kedekatan (<i>Closeness Centrality</i>)	Aktor yang paling memiliki kedekatan dengan aktor lain dalam jaringan.
		Sentralitas Perantara (<i>Betweenness Centrality</i>)	Aktor yang paling berperan sebagai perantara.

Sumber: Mengadaptasi model dari Eriyanto 2021.

3.5 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber pertama tempat data tersebut dihasilkan (Bungin, 2017). Sudaryana dan Agusiady (2022) juga menegaskan bahwa data primer merupakan data tangan pertama yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumbernya. Pemahaman ini mendukung pendapat Eriyanto (2021) yang menjelaskan bahwa meskipun data dalam *Social Media Network Analysis* (SMNA) telah tersedia sebelum penelitian dilakukan, peneliti tetap memiliki tugas untuk menambang dan mengumpulkan data tersebut secara mandiri untuk keperluan analisis. Oleh karena itu, data 4.098 *tweet* yang berisi aktivitas *mention*, *reply*, atau *retweet* di platform X dalam penelitian ini, dikategorikan sebagai data primer karena diperoleh secara langsung melalui proses data *crawling* menggunakan platform Google Colab terhadap aktivitas digital yang memuat tagar #TolakRevisiUUTNI pada periode 20–27 Maret 2025.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, melainkan melalui pihak lain atau dokumen yang telah tersedia sebelumnya. Menurut Bungin (2017), data sekunder dapat berupa data internal seperti laporan, arsip, hasil riset terdahulu, dan data eksternal seperti publikasi resmi dari lembaga atau instansi tertentu. Sejalan dengan itu, Sudaryana dan Agusiady (2022) menjelaskan bahwa data sekunder biasanya dimanfaatkan untuk memperkuat atau melengkapi analisis terhadap data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan sebagai bahan pendukung dalam menginterpretasikan hasil analisis jaringan media sosial. Data sekunder tersebut meliputi buku, artikel jurnal

ilmiah, arsip digital, dan pemberitaan daring yang relevan dengan topik penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode dokumentasi. Menurut Sugiyono (2023), dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah terjadi, dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Dokumen dalam bentuk tulisan misalnya catatan harian, autobiografi, arsip kebijakan, hingga data digital dari media sosial. Dalam konteks penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data digital berupa unggahan *tweet* di platform media sosial X yang memuat tagar #TolakRevisiUUTNI.

Penggunaan metode dokumentasi ini juga selaras dengan karakteristik dasar dari *Social Media Network Analysis* (SMNA) yang pada dasarnya menggunakan data digital yang sudah tersedia terlebih dahulu sebelum proses penelitian dimulai. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skrip *crawling* yang dibagikan oleh Satria (2024) melalui blog resminya, dengan mengadaptasi tahapan teknis dari Tripalupi (2024). Proses *crawling* dilakukan melalui tiga tahap utama, yaitu: (1) pembuatan token autentikasi pribadi dari akun pengguna X; (2) penyesuaian parameter pencarian yang meliputi kata kunci (*hashtag*), tanggal mulai dan berakhir, serta jumlah maksimal *tweet*; (3) penyimpanan hasil pengambilan data ke dalam file csv. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan berdasarkan tagar #TolakRevisiUUTNI selama periode 20–27 Maret 2025, yakni saat isu revisi UU TNI tengah menjadi perhatian publik dan memicu berbagai respons di media sosial.

Merujuk pada kebijakan yang diterapkan oleh platform X, akun yang belum diverifikasi hanya dapat mengakses maksimal 600 *tweet* per hari, sementara akun baru yang belum diverifikasi dibatasi hingga 300 *tweet* per hari. Di sisi

lain, akun terverifikasi memiliki akses hingga 6.000 *tweet* per hari (Tempo.co, 2023). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan akun pribadi yang tidak terverifikasi dan telah aktif sejak tahun 2019. Namun, dalam praktiknya batas tersebut tidak selalu tercapai karena sistem kerap membatasi aktivitas, meskipun jumlah *tweet* yang dikumpulkan belum mencapai angka maksimum.

Hasil *crawling* menunjukkan bahwa terdapat ribuan *tweet* yang memuat tagar #TolakRevisiUUTNI selama periode pengambilan data. Total sebanyak 4.098 *tweet* berhasil dihimpun melalui proses *crawling*. Rincian jumlah data per hari selama periode tersebut disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.2 Rincian Hasil *Crawling Tweet* #TolakRevisiUUTNI di X

No.	Tanggal	Jumlah Tweet
1.	20 Maret 2025	262 <i>tweet</i>
2.	21 Maret 2025	426 <i>tweet</i>
3.	22 Maret 2025	498 <i>tweet</i>
4.	23 Maret 2025	600 <i>tweet</i>
5.	24 Maret 2025	802 <i>tweet</i>
6.	25 Maret 2025	612 <i>tweet</i>
7.	26 Maret 2025	548 <i>tweet</i>
8.	27 maret 2025	350 <i>tweet</i>
Total		4,098 <i>tweet</i>

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2025.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dan sistematis. Data hasil *crawling* dikelompokkan berdasarkan atribut digital yang relevan, kemudian dibersihkan untuk menghilangkan potensi kesalahan dan ketidakkonsistenan data. Selanjutnya, data divalidasi untuk memastikan relevansinya dengan isu dan batasan penelitian. Data yang telah lolos tahap validasi kemudian ditransformasikan ke dalam format *edge list* agar dapat dianalisis menggunakan perangkat lunak Gephi, sehingga diperoleh struktur jaringan yang terdiri atas aktor dan relasi sebagai populasi penelitian.

3.7.1 Pengelompokkan Data

Data *tweet* yang diperoleh melalui proses *crawling* secara otomatis telah terekam dalam sejumlah atribut digital yang relevan untuk kebutuhan analisis jaringan media sosial. Struktur data ini merupakan *output* langsung dari platform Google Colab yang telah mengorganisasi informasi berdasarkan parameter teknis seperti identitas akun, isi *tweet*, waktu unggahan, serta bentuk interaksi digital lainnya. Adapun elemen-elemen data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *conversation_id_str*: ID percakapan (*thread*) yang menunjukkan keterhubungan *tweet* dengan *tweet* lainnya.
2. *created_at*: Tanggal dan waktu *tweet* diunggah oleh pengguna, berformat lengkap termasuk hari, tanggal, bulan, tahun, dan waktu (UTC).
3. *favorite_count*: Jumlah favorit/*likes* yang diperoleh *tweet* dari pengguna lain.
4. *full_text*: Isi lengkap dari *tweet* yang dipublikasikan, mencerminkan narasi, opini, atau ekspresi pengguna.
5. *id_str*: ID unik dari setiap *tweet*.
6. *image_url*: URL gambar yang terlampir dalam *tweet*.
7. *in_reply_to_screen_name*: Nama akun yang menjadi target balasan (*reply*) dari *tweet* yang bersangkutan.
8. *lang*: Bahasa yang digunakan dalam *tweet*.
9. *location*: Lokasi pengguna akun.
10. *quote_count*: Jumlah kutipan terhadap *tweet*.
11. *reply_count*: Jumlah balasan yang diterima *tweet* dari akun lain.
12. *retweet_count*: Jumlah *retweet* yang dilakukan pengguna lain terhadap *tweet* tersebut.
13. *tweet_url*: Alamat URL *tweet* sebagai sumber digital yang dapat diakses langsung.
14. *user_id_str*: ID unik dari akun pengguna X.
15. *username*: Nama pengguna dari akun X yang mempublikasikan *tweet*.

3.7.2 Pembersihan Data

Tahap pembersihan data merupakan bagian penting dalam proses pengolahan data guna memastikan kualitas data yang digunakan siap untuk dianalisis. Hal ini karena data yang diperoleh dalam penelitian ini bersifat digital dan memiliki jumlah yang cukup besar, maka proses pembersihan menjadi krusial untuk menangani kompleksitas data tersebut secara optimal dan akurat (Santoso & Priyadi, 2024).

Pembersihan dilakukan untuk memastikan bahwa setiap elemen atau kolom data memiliki informasi yang lengkap dan bebas dari kesalahan yang dapat memengaruhi keabsahan analisis (Rifki dkk., 2025). Proses ini mencakup identifikasi dan penanganan atas kemungkinan terjadinya data yang hilang (*missing data*), data yang tidak konsisten (*error data*), dan data yang terduplikasi (*duplicate data*). Dalam penelitian ini, pembersihan dilakukan menggunakan Microsoft Excel karena kemudahan akses serta fitur yang memadai untuk melakukan pemeriksaan terhadap data digital hasil *crawling*.

1. Data yang Hilang (*Missing Data*)

Missing data merupakan kondisi ketika sebagian informasi tidak tersedia dalam dataset, di mana dalam sejumlah kasus dapat mengakibatkan pendugaan parameter menjadi kurang efisien (Jabir dkk., 2023). Pada penelitian ini, hasil pemeriksaan menunjukkan adanya sejumlah sel kosong pada kolom *image_url*, *in_reply_to_screen_name*, dan *location*. Namun, karena ketiga kolom tersebut bukan indikator utama dalam analisis jaringan media sosial yang lebih berfokus pada relasi antar akun seperti *mention*, *retweet*, atau *reply* sehingga tidak berdampak terhadap validitas analisis. Selain itu, kosongnya data pada kolom-kolom tersebut bukan disebabkan oleh kesalahan teknis, melainkan merupakan konsekuensi dari karakteristik alami media sosial yang tidak semua *tweet* menyertakan gambar, balasan terhadap akun lain, atau mencantumkan lokasi. Oleh karena itu, data dalam kolom-kolom

tersebut tetap dipertahankan untuk menjaga kelengkapan struktur data, sekaligus memberikan ruang bagi kemungkinan eksplorasi lanjutan yang mungkin memerlukan atribut-atribut tersebut.

2. Data Tidak Konsisten (*Inconsistency Data*)

Inkonsistensi dalam data dapat terjadi akibat perbedaan format dari berbagai sumber atau kesalahan manusia saat proses entri data (Alhady, 2023). Untuk mencegah kemungkinan tersebut, penelitian ini melakukan pemeriksaan terhadap beberapa kolom penting seperti *created_at*, *retweet_count*, dan *reply_count*. Hasil pemeriksaan menunjukkan bahwa seluruh data telah terekam dalam format yang konsisten. Kolom *created_at* menggunakan format waktu yang seragam, sedangkan *retweet_count* dan *reply_count* berisi angka numerik tanpa ditemukan anomali atau ketidakwajaran. Dengan demikian, tidak ditemukan *incosistency data* atau *error data* yang memerlukan penyesuaian lebih lanjut dalam tahap pembersihan.

3. Data Duplikat (*Duplicate Data*)

Untuk menghindari potensi data yang terduplikasi, peneliti melakukan pengecekan pada kolom *url_tweet* yang berfungsi sebagai identifikasi unik dari setiap *tweet*. Hasil verifikasi menunjukkan bahwa tidak terdapat data yang terduplikasi karena proses *crawling* dilakukan satu kali pada setiap tanggal selama periode pengambilan data, yaitu 20–27 Maret 2025. Oleh karena itu, data dinyatakan bersih dari duplikasi.

3.7.3 Validasi Data

Validasi data merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian benar-benar mencerminkan kondisi sebenarnya dari objek yang diteliti. Proses ini dilakukan guna menghindari ketidaksesuaian antara data yang dikumpulkan dan realitas

lapangan. Menurut Sugiyono (2023), data yang valid adalah data yang tingkat kesesuaiannya tinggi antara apa yang dicatat atau dilaporkan peneliti dengan kondisi aktual yang terjadi. Oleh karena itu, validasi data dalam penelitian ini mencakup pemeriksaan untuk mendeteksi kemungkinan kesalahan seperti *outliers/noise*, validasi data terhadap sumber eksternal, serta verifikasi kesesuaian dengan konteks dan batasan penelitian yang telah ditentukan.

1. Memeriksa *Outliers/Noise*

Outliers merupakan data atau entitas yang memiliki karakteristik sangat berbeda dibandingkan dengan sebagian besar data lainnya dalam satu set data (Mutaqqin, 2022). Keberadaan *outliers* atau *noise* dapat mengganggu proses analisis karena dapat menciptakan interpretasi yang menyimpang dari pola umum. Dalam penelitian ini, data yang dihimpun melalui Google Colab terlebih dahulu diperiksa secara teknis untuk memastikan tidak terdapat *missing data*, *error data*, maupun duplikat. Setelah itu, dilakukan validasi manual terhadap isi *tweet* untuk menilai relevansinya dengan isu revisi UU TNI (lihat lampiran 2).

Dari total 4.098 *tweet* yang terkumpul selama periode 20–27 Maret 2025, *tweet* yang membahas isu secara langsung, menyatakan dukungan atau penolakan, maupun hanya memuat tagar #TolakRevisiUUTNI dikategorikan sebagai relevan dan dipertahankan dalam analisis jaringan. Sebaliknya, *tweet* yang tidak memiliki keterkaitan substansial dengan isu dikelompokkan sebagai *noise*, yang terdiri atas kategori promosi/jualan, konten *giveaway*/undian, spam bot dengan format berulang, serta konten hiburan umum seperti *meme* atau *jokes* yang hanya menempelkan tagar untuk mengikuti tren. Berdasarkan hasil validasi ini, diperoleh 3.895 *tweet* relevan yang digunakan dalam analisis jaringan, sementara 203 *tweet* lainnya diidentifikasi sebagai *noise* dan dikeluarkan dari dataset. Dengan demikian, data yang dianalisis

dapat dipastikan bersih dari gangguan *outliers* maupun *noise*, sehingga lebih akurat dalam merepresentasikan percakapan publik mengenai #TolakRevisiUUTNI.

2. Validasi Data Terhadap Sumber Eksternal

Data penelitian ini berisi informasi digital yang dapat divalidasi melalui penelusuran sumber dan rekam jejak digital yang tersedia secara publik. Dalam studi ini, data dikumpulkan menggunakan Google Colab yang memanfaatkan skrip *crawling* berbasis *auth_token* dari platform X. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menghimpun data percakapan publik secara langsung dari tampilan web X tanpa melalui API resmi. Metode ini telah digunakan dalam penelitian serupa, seperti yang dilakukan oleh Ghufro, dkk. (2024) dalam analisis jejaring sosial terkait fenomena *cyberbullying* di fandom K-Pop, serta oleh Tripalupi, dkk. (2024) dalam kajian resistensi sosial pengguna media sosial melalui analisis jaringan komunikasi. Oleh karena itu, metode pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dikatakan valid karena mengikuti prosedur yang dapat direplikasi dan telah diterapkan pada studi-studi ilmiah sebelumnya.

3. Verifikasi Batasan Data

Verifikasi terhadap batasan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan sesuai dengan kriteria teknis tertentu, seperti kesesuaian tipe data, keunikan nilai, atau rentang waktu yang ditetapkan. Dalam penelitian ini, data yang dianalisis merupakan tipe data relasional dengan batasan waktu (*event-based*), yaitu identifikasi aktor ditentukan berdasarkan keterlibatan mereka dalam peristiwa digital tertentu, dalam hal ini isu revisi UU TNI (Eriyanto, 2021). Oleh karena itu, pengambilan data difokuskan pada periode 20-27 Maret 2025 yang merupakan rentang waktu ketika percakapan

publik mengenai tagar #TolakRevisiUUTNI mencapai puncak intensitasnya.

3.7.4 Transformasi Data *Tweet* ke Format *Edge List*

Setelah data melalui tahap pengelompokan, pembersihan, dan validasi. Tahap selanjutnya adalah mentransformasikan data *tweet* yang telah dinyatakan relevan ke dalam format jaringan agar dapat dianalisis menggunakan perangkat lunak analisis jaringan media sosial. Tahap ini bertujuan untuk mengubah data percakapan berbasis teks menjadi representasi relasional yang menggambarkan hubungan antar akun media sosial.

Dalam analisis jaringan media sosial, objek utama yang dianalisis bukan isi pesan, melainkan relasi antar aktor (akun media sosial). Eriyanto (2021) menjelaskan bahwa jaringan media sosial memiliki dua unsur utama, yaitu aktor (*node*) dan relasi (*edge/link*). Untuk merepresentasikan relasi tersebut ke dalam perangkat lunak analisis jaringan, data perlu disusun dalam format tertentu. Terdapat tiga format data jaringan yang umum digunakan, yakni *adjacency list*, *node list*, dan *edge list*.

Dalam penelitian ini, format data yang digunakan adalah *edge list* (lihat lampiran 3). Format ini dipilih karena paling sesuai untuk merepresentasikan relasi komunikasi antar akun media sosial serta kompatibel dengan perangkat lunak Gephi. Sesuai dengan penjelasan Eriyanto (2021), format *edge list* menitikberatkan pada relasi (*edge*) dengan menggunakan dua kolom utama yang merepresentasikan pasangan aktor yang saling terhubung. Setiap baris dalam tabel *edge list* menunjukkan satu relasi antara dua aktor. Dengan demikian, apabila seorang aktor memiliki relasi dengan beberapa aktor lain, maka relasi tersebut dituliskan dalam beberapa baris yang berbeda.

Transformasi data ke dalam format *edge list* dilakukan dengan mengekstraksi bentuk-bentuk interaksi digital yang merepresentasikan hubungan antar akun, yaitu *mention*, *reply*, dan *retweet*. Dalam konteks ini, akun yang melakukan interaksi ditempatkan sebagai *source*, sedangkan akun yang menjadi tujuan interaksi ditempatkan sebagai *target*. Setiap aktivitas komunikasi tersebut dicatat sebagai satu relasi yang direpresentasikan dalam pasangan aktor pada tabel *edge list*.

Proses transformasi ini dilakukan menggunakan Google Colab dengan memanfaatkan data hasil *crawling* yang telah lolos tahap validasi. Data yang telah ditransformasikan kemudian disimpan dalam format *.csv* agar dapat diimpor ke dalam perangkat lunak Gephi. Melalui proses ini, data percakapan berbasis teks diubah menjadi struktur jaringan yang memungkinkan identifikasi jumlah aktor (*nodes*), jumlah relasi (*edges*), serta perhitungan berbagai ukuran jaringan seperti sentralitas, densitas, dan modularitas. Dengan demikian, tahap transformasi data ini menjadi penghubung penting antara data mentah hasil *crawling* dan proses analisis jaringan media sosial pada tahap selanjutnya.

3.7.5 Populasi

Populasi dalam penelitian tidak selalu merujuk pada manusia semata, tetapi juga dapat mencakup objek, peristiwa, dan fenomena sosial yang relevan dengan tujuan penelitian. Bungin (2017) menjelaskan bahwa populasi mencakup seluruh objek yang dapat menjadi sumber data penelitian, baik berupa makhluk hidup, unsur alam, maupun gejala sosial seperti peristiwa, sikap, dan nilai. Sejalan dengan itu, Sugiyono (2023) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan.

Dalam konteks analisis jaringan media sosial, populasi terdiri atas dua unsur utama, yaitu aktor dan relasi. Aktor merujuk pada akun media sosial yang terlibat dalam percakapan, sedangkan relasi merupakan bentuk hubungan komunikasi antar akun, seperti *mention*, *reply*, atau *retweet*. Eriyanto (2021) menegaskan bahwa penelitian jaringan media sosial umumnya menggunakan populasi jaringan yang dibatasi secara konseptual berdasarkan isu, peristiwa, atau tagar tertentu yang relevan dengan fokus penelitian.

Berdasarkan kerangka tersebut, populasi dalam penelitian ini ditetapkan secara konseptual pada percakapan publik yang menggunakan tagar #TolakRevisiUUTNI di platform X selama periode 20–27 Maret 2025, yaitu fase ketika isu revisi Undang-Undang TNI memicu intensitas respons publik yang tinggi. Penetapan populasi ini mengikuti pendekatan nominalis dalam penelitian jaringan, di mana batas-batas jaringan ditentukan berdasarkan tujuan dan kerangka konseptual penelitian (Eriyanto, 2021). Dengan pendekatan ini, peneliti memiliki kesempatan untuk mendefinisikan jaringan secara tegas agar sesuai dengan fokus kajian.

Berdasarkan hasil pengolahan dan validasi data, dari total 4.098 *tweet* yang diperoleh, sebanyak 3.895 *tweet* dinyatakan relevan dan digunakan dalam analisis jaringan. Data tersebut kemudian ditransformasikan ke dalam format *edge list* dan dipetakan menggunakan perangkat lunak Gephi versi 0.10.1. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa jaringan percakapan yang terbentuk terdiri atas 2.016 aktor (*nodes*) dan 2.352 relasi (*edges*). Keseluruhan aktor dan relasi tersebut ditetapkan sebagai populasi penelitian.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian guna mengolah dan menafsirkan data agar dapat disajikan serta dipahami oleh pembaca. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut.

3.8.1 Analisis Jaringan Media Sosial

Analisis Jaringan Media Sosial digunakan sebagai teknik analisis data dalam penelitian ini guna memetakan struktur hubungan antar akun media sosial (aktor), mengidentifikasi pola interaksi, serta memahami posisi dan peran aktor dalam jaringan percakapan digital. Mengacu pada Eriyanto (2021), analisis jaringan media sosial dalam penelitian ini dilakukan pada tiga level analisis, yaitu level sistem, level kelompok, dan level aktor. Ketiga level tersebut digunakan untuk memahami jaringan secara bertahap, mulai dari gambaran struktur jaringan secara keseluruhan, pembentukan kelompok, hingga posisi aktor secara individual.

1. Level Sistem

Analisis pada level sistem bertujuan untuk menggambarkan karakter umum struktur jaringan yang terbentuk dari percakapan publik mengenai tagar #TolakRevisiUUTNI. Pada level ini, fokus analisis tidak diarahkan pada aktor tertentu, melainkan pada pola keterhubungan jaringan secara keseluruhan, sehingga memberikan gambaran makro mengenai bagaimana percakapan digital tersusun dan menyebar (Eriyanto, 2021). Indikator yang digunakan pada level sistem diantaranya sebagai berikut.

a. Densitas

Digunakan untuk melihat tingkat kerapatan hubungan antar akun dalam jaringan, yaitu perbandingan antara jumlah relasi yang terbentuk dengan jumlah relasi yang secara teoritis mungkin terjadi. Nilai densitas berada dalam rentang 0 hingga 1. Nilai yang semakin mendekati 1 menunjukkan jaringan yang semakin

rapat dengan interaksi yang lebih intensif dan merata, sedangkan nilai yang mendekati 0 mencerminkan jaringan yang longgar, di mana hanya sebagian kecil aktor yang saling terhubung.

b. Diameter

Menunjukkan jarak terjauh antara dua aktor dalam jaringan dan digunakan untuk menggambarkan seberapa mudah seorang aktor dalam jaringan dijangkau oleh aktor lain. Menurut Eriyanto (2021), nilai diameter bersifat kontekstual dan sangat dipengaruhi oleh ukuran serta kompleksitas jaringan, sehingga tidak memiliki tolok ukur baku untuk menilai apakah suatu nilai diameter tergolong besar atau kecil.

c. Sentralisasi

Digunakan untuk mengukur sejauh mana struktur jaringan terpusat pada satu atau beberapa aktor dominan. Nilai sentralisasi berada dalam rentang 0 hingga 1. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa arus komunikasi terkonsentrasi pada aktor tertentu, sedangkan nilai yang mendekati 0 mengindikasikan bahwa struktur jaringan bersifat lebih merata dan tidak didominasi oleh satu aktor pusat.

d. Resiprositas

Digunakan untuk melihat kecenderungan hubungan dua arah dalam jaringan, yaitu sejauh mana interaksi berlangsung secara timbal balik dibandingkan komunikasi satu arah. Nilai resiprositas berada dalam rentang 0 hingga 1. Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan timbal balik, sedangkan nilai 1 menandakan bahwa seluruh relasi yang terbentuk bersifat dua arah.

2. Level Kelompok

Analisis pada level kelompok dilakukan melalui pengukuran modularitas yang digunakan untuk memetakan pembentukan klaster atau komunitas dalam jaringan. Modularitas menunjukkan sejauh mana jaringan terbagi ke dalam kelompok-kelompok aktor yang memiliki intensitas hubungan lebih kuat di dalam kelompok dibandingkan dengan hubungan antarkelompok (Eriyanto, 2021).

Nilai modularitas berada dalam rentang 0 hingga 1. Nilai yang mendekati 0 mengindikasikan bahwa jaringan cenderung membentuk satu kelompok percakapan yang koheren, sedangkan nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa jaringan terfragmentasi ke dalam banyak klaster dengan keterhubungan antarkelompok yang relatif lemah (Eriyanto, 2021). Dalam penelitian ini, analisis modularitas digunakan untuk memahami apakah percakapan publik mengenai tagar #TolakRevisiUUTNI berkembang dalam satu kelompok percakapan yang terintegrasi atau tersebar ke dalam berbagai komunitas percakapan yang saling tumpang tindih.

3. Level Aktor

Analisis pada level aktor bertujuan untuk mengidentifikasi posisi dan peran aktor dalam jaringan percakapan digital. Pada level ini, posisi aktor dianalisis menggunakan ukuran sentralitas yang menunjukkan bagaimana seorang aktor terhubung dan berperan di dalam jaringan (Eriyanto, 2021). Indikator yang digunakan pada level aktor meliputi sentralitas tingkatan, sentralitas kedekatan, dan sentralitas perantara.

a. Sentralitas Tingkatan (*Degree Centrality*)

Digunakan untuk melihat aktor dengan tingkat keterhubungan langsung tertinggi, sehingga membuatnya menjadi aktor paling populer dalam jaringan. Menurut Eriyanto (2014), nilai sentralitas tingkatan dapat disajikan dalam bentuk nilai mentah

maupun nilai yang telah dinormalisasi dalam rentang 0 hingga 1. Dalam penelitian ini digunakan nilai sentralitas tingkatan yang telah dinormalisasi, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat keterhubungan yang relatif lebih besar dibandingkan aktor lain. Karena jaringan bersifat terarah (*directed*), pengukuran ini juga menghasilkan nilai *in-degree* dan *out-degree* yang menunjukkan arah relasi komunikasi (Eriyanto, 2021). *In-degree* digunakan untuk melihat aktor yang paling banyak menerima interaksi, sedangkan *out-degree* menunjukkan aktor yang paling aktif mengirimkan interaksi.

b. Sentralitas Kedekatan (*Closeness Centrality*)

Digunakan untuk menggambarkan seberapa dekat aktor dengan semua aktor lain dalam jaringan. Nilai sentralitas kedekatan yang digunakan dalam penelitian ini telah dinormalisasi dalam rentang 0 hingga 1. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa seorang aktor memiliki jarak rata-rata yang lebih dekat terhadap aktor lain di dalam jaringan (Eriyanto, 2014).

c. Sentralitas Perantara (*Betweenness Centrality*)

Digunakan untuk mengidentifikasi aktor yang berperan sebagai penghubung di antara aktor lain dalam jaringan. Nilai sentralitas perantara yang digunakan dalam penelitian ini juga telah dinormalisasi dalam rentang 0 hingga 1. Aktor dengan nilai yang lebih tinggi atau semakin mendekati 1 maka semakin baik atau bagus perannya sebagai perantara dibandingkan aktor lainnya dalam jaringan (Eriyanto, 2014).

Indikator-indikator analisis jaringan media sosial pada level sistem, kelompok, dan aktor sebagaimana dijelaskan di atas digunakan sebagai dasar dalam proses perhitungan ukuran jaringan menggunakan perangkat lunak Gephi. Melalui pengukuran terhadap indikator-indikator tersebut,

diperoleh metrik jaringan yang menggambarkan struktur jaringan, pembentukan kelompok, serta posisi aktor dalam jaringan percakapan digital #TolakRevisiUUTNI. Metrik jaringan ini selanjutnya menjadi dasar analitis dalam penyajian dan pembacaan hasil penelitian pada Bab IV Hasil dan Pembahasan.

Selain itu, unit analisis dalam analisis jaringan media sosial pada penelitian ini juga akan diinterpretasikan melalui karaktersistik *Digital Movement of Opinion* (DMO) sebagaimana dirumuskan oleh Barisione & Ceron (dalam Eriyanto 2021), yaitu bersifat spontan, tidak berlangsung lama, opini homogen, dan lintas sektor. Mengacu pada penelitian Anbarini dkk. (2023), pemetaan antara unit analisis SMNA dan karakteristik DMO dilakukan secara berjenjang. Unit analisis pada level sistem dan level kelompok digunakan untuk membaca karakter spontan, tidak berlangsung lama, dan opini homogen karena kedua level tersebut berfokus pada pola struktural jaringan secara keseluruhan serta kecenderungan pembentukan percakapan kolektif.

Sementara itu, unit analisis pada level aktor digunakan untuk membaca karakter lintas sektor, karena pengukuran sentralitas memungkinkan identifikasi aktor-aktor yang menempati posisi penting dalam jaringan tanpa merujuk pada latar belakang sektor maupun status formal tertentu. Dengan demikian, melalui pemetaan ini, analisis jaringan media sosial dalam penelitian ini diarahkan untuk memahami bagaimana struktur jaringan, pembentukan kelompok, dan posisi aktor sebagai dasar analitis dalam memahami karakter gerakan opini digital sesuai dengan kerangka *Digital Movement of Opinion*.

3.8.2 Visualisasi Data

Visualisasi data dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan struktur hubungan antaraktor dalam jaringan media sosial secara visual. Visualisasi membantu peneliti memahami pola interaksi, tingkat

keterhubungan, serta posisi relatif aktor dalam jaringan percakapan digital yang terbentuk melalui tagar #TolakRevisiUUTNI. Proses visualisasi jaringan dilakukan menggunakan perangkat lunak Gephi versi 0.10.1 yang mendukung analisis dan visualisasi jaringan secara interaktif (Eriyanto, 2021).

Dalam visualisasi jaringan, setiap aktor (akun media sosial X) direpresentasikan sebagai titik (*node/cortex*), sedangkan relasi antar akun berupa *mention*, *reply*, atau *retweet* digambarkan sebagai garis penghubung (*edge/link/vertex*). Relasi yang terbentuk bersifat *directed* (berarah), sehingga arah panah pada edge menunjukkan alur komunikasi antara pengirim dan penerima pesan (Eriyanto, 2021). Ukuran dan warna node disesuaikan berdasarkan hasil perhitungan metrik jaringan tertentu, seperti sentralitas, untuk memudahkan identifikasi posisi aktor dalam struktur jaringan.

Tahapan visualisasi dilakukan dengan mengimpor data yang telah ditransformasikan ke dalam format *edge list* (.csv) ke dalam Gephi melalui menu *Data Laboratory*. Selanjutnya, peneliti menjalankan fitur statistik jaringan, seperti modularitas dan sentralitas, serta menyesuaikan tampilan jaringan menggunakan fitur *Layout* dan *Appearance*. Hasil visualisasi kemudian diekspor dalam format gambar untuk keperluan penyajian dan analisis pada bab selanjutnya.

Selain visualisasi jaringan, penelitian ini juga menyajikan *wordcloud* untuk menampilkan kata-kata yang paling sering muncul dalam percakapan digital terkait tagar #TolakRevisiUUTNI. *Wordcloud* dihasilkan menggunakan aplikasi Orange Data Mining versi 3.38.1 melalui tahapan praproses teks yang meliputi pembersihan simbol, tokenisasi, normalisasi, dan penyaringan kata tidak bermakna (Pahtoni & Jati, 2024). Visualisasi ini digunakan sebagai pelengkap untuk

memberikan gambaran umum kecenderungan narasi yang berkembang dalam percakapan digital.

Secara keseluruhan, visualisasi data dalam penelitian ini berfungsi untuk mendukung hasil analisis jaringan media sosial agar lebih mudah dipahami, serta membantu penyajian struktur dan dinamika jaringan sesuai dengan hasil analisis kuantitatif yang diperoleh.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan percakapan pada tagar #TolakRevisiUUTNI di platform X membentuk pola komunikasi publik digital yang merepresentasikan respons masyarakat terhadap kebijakan revisi Undang-Undang TNI. Struktur jaringan yang terbentuk memiliki kerapatan hubungan antaraktor yang renggang, bersifat terdesentralisasi, serta didominasi oleh pola komunikasi satu arah. Nilai densitas yang rendah menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil aktor yang terhubung secara langsung dalam jaringan. Sementara itu, nilai sentralisasi dan resiprositas yang rendah menunjukkan bahwa arus komunikasi tidak dikendalikan oleh aktor tertentu dan interaksi timbal balik antarpengguna relatif terbatas. Adapun nilai diameter sebesar 14 menunjukkan bahwa jarak komunikasi terjauh antaraktor dalam jaringan percakapan mencapai 14 langkah, sehingga memperlihatkan penyebaran respons publik yang berlangsung secara luas dalam jaringan komunikasi digital.

Ditinjau dari level kelompok, jaringan percakapan #TolakRevisiUUTNI memiliki tingkat modularitas yang tinggi, sehingga menunjukkan bahwa respons publik digital terhadap kebijakan revisi UU TNI terfragmentasi ke dalam berbagai kelompok percakapan. Setiap klaster merepresentasikan ruang komunikasi publik digital yang memperlihatkan kesamaan perhatian terhadap isu kebijakan yang dan relatif lebih intens berinteraksi di dalam kelompoknya masing-masing

Pada level aktor, hasil analisis sentralitas menunjukkan bahwa terdapat aktor-aktor yang memiliki tingkat keterhubungan relatif lebih tinggi serta berperan dalam memperkuat sirkulasi komunikasi publik dalam jaringan. Posisi tersebut ditempati oleh berbagai tipe akun, baik akun menfess (@tanyarl), komunitas (@barengwarga), maupun akun personal (@gorokareshi). Meskipun demikian, peran tersebut bersifat relatif terbatas karena nilai sentralitas yang diperoleh secara umum rendah, sehingga tidak menunjukkan dominasi komunikasi oleh satu aktor tertentu dalam pembentukan respons publik digital.

Secara keseluruhan, jaringan media sosial pada gerakan opini publik #TolakRevisiUUTNI di platform X memperlihatkan pola komunikasi respons publik yang tidak terpusat, terfragmentasi secara horizontal, dan melibatkan partisipasi komunikasi dari aktor lintas sektor. Jaringan tersebut berkembang melalui partisipasi komunikasi pengguna yang tersebar luas tanpa adanya struktur kepemimpinan formal. Pola ini menunjukkan dinamika gerakan opini publik digital yang bersifat spontan, temporer, dan lintas sektor dalam ruang publik digital media sosial yang merepresentasikan bagaimana masyarakat mengkomunikasikan respons mereka terhadap kebijakan negara melalui jaringan media sosial.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis jaringan media sosial terhadap gerakan opini publik pada tagar #TolakRevisiUUTNI di platform X, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan sebagai implikasi dari temuan penelitian ini.

1. Bagi pembuat kebijakan dan pengelola komunikasi publik, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gerakan opini digital pada tagar #TolakRevisiUUTNI berkembang secara organik melalui partisipasi masyarakat yang tersebar luas, tanpa pemusatan aktor dominan, serta melibatkan berbagai kelompok masyarakat dengan kecenderungan opini yang relatif seragam. Temuan ini menunjukkan bahwa respons publik di

media sosial dapat muncul secara cepat sebagai bentuk perhatian setiap individu terhadap isu kebijakan publik yang menyangkut kepentingan bersama, bukan sebagai gerakan yang diprovokasi oleh pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan dapat lebih responsif terhadap dinamika opini publik di ruang digital, serta meningkatkan keterbukaan informasi dan komunikasi publik yang lebih partisipatif dalam proses penyusunan kebijakan agar terciptanya *meaningful participation*.

2. Bagi masyarakat pengguna media sosial, penelitian ini menunjukkan bahwa gerakan opini digital dalam isu kebijakan UU TNI berlangsung secara spontan yang didominasi oleh komunikasi satu arah dan tersebar ke dalam banyak kelompok. Temuan ini diharapkan dapat mendorong kesadaran bahwa gerakan opini di ruang digital merupakan bagian dari proses komunikasi publik yang memiliki implikasi sosial, sehingga partisipasi dapat ditingkatkan kembali agar gerakan yang tercipta lebih kohesif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi pijakan metodologis bagi studi-studi selanjutnya yang ingin mengombinasikan analisis jaringan media sosial dengan pendekatan lain, seperti analisis isi, analisis wacana, atau analisis sentimen, guna memperkaya pemahaman mengenai makna dan arah opini publik digital. Selain itu, penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan platform, periode waktu, maupun isu untuk melihat variasi pola jaringan dan dinamika opini publik di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

Buku/E-Book

- Amir, A. S., Hermawati, Y., Aziz, S., Setiawati, R., Khamidah, L., Nugroho, A. D., & Seopratikno, S. S. 2024. *Peran Media Sosial DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK*. PT. Nas Media Indonesia.
- Arifin, A. 2011. *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi, dan Komunikasi Politik Indonesia* (2 ed.). GRAHA ILMU.
- Bungin, B. 2017. *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. KENCANA.
- Easley, D., & Kleinberg, J. 2010. *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World*. Cambridge University Press.
- Eriyanto. 2014. *Analisis Jaringan Komunikasi Strategi Baru dalam Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (1 ed.). KENCANA.
- Eriyanto. 2021. *ANALISIS JARINGAN MEDIA SOSIAL Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial* (1 ed.). KENCANA.
- Eriyanto. 2022. *MEDIA DAN OPINI PUBLIK Bagaimana Media Menciptakan Isu (Agenda Setting), Melakukan Pembingkai (Framing) dan Mengarahkan Pandangan Publik (Priming)* (1 ed.). Rajawali Pers.
- Fauzi, A., & Yunial, A. H. 2024. *ANALISIS SENTIMEN (SENTIMENT ANALYSIS) Evaluasi Sentimen Layanan Dataset Twitter US Airline*. CV Bintang Semesta Media.
- Hardiman, B. 2014. *Ruang Publik Melacak "Partisipasi Demokratis" dari Polis sampai Cyberspace*. PENERBIT KANISIUS.
- Joyce, Mary. 2010. *Digital activism decoded: the new mechanics of change*. International Debate Education Association.
- Nasrullah, R. 2020. *MEDIA SOSIAL PRSPEKTIF KOMUNIKASI, BUDAYA, DAN SOSIOTEKNOLOGI. Simbiosis Rekatama Media*.

- Sarihati, T., Luthfie, M., & Kurniadi, B. 2019. *KOMUNIKASI POLITIK, MEDIA MASSA, DAN OPINI PUBLIK* (S. Parsono, Ed.). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. R. 2022. *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Deepublish.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed.). ALFABETA, cv.
- Sikumbang, A. T. 2022. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV. Literasi Nusantara Abadi.

Artikel Jurnal/Ilmiah

- Anbarini, R., Wibowo, S. K. A., Sjarifah, N. A., & Abdullah, A. 2023. Mobilizing the Digital Opinion Movement #OraSudiSumbangIKN on Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 18–36.
- Anestha, P., & Fatoni, D. A. 2020. ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PERCAKAPAN #TETAPDUKUNGPSBB DI TWITTER PADA PENERAPAN PSBB KEDUA DKI JAKARTA. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(2), 177–200.
- Athallah, R. E., Khairunnisa, A., & Safitri, D. 2025. Tagar sebagai Praktik Perlawanan Digital Warga: Strategi Diskursif dalam #TolakRUUTNI di Media Sosial. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 2025, 15(1), 31–56.
- Dwityas, N. A., Marta, R. F., & Briandana, R. 2023. Media Sosial dan Aktivisme Digital Perempuan: Analisis Wacana #Ibutunggalmelawan di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 18(2), 109–132.
- Fathoni, Ibrahim, A., Mumtaz, F. R., Zaky, M. A., Pratama, M. J., & Kurniawan, I. A. 2025. ANALISIS SENTIMEN PUBLIC TWITTER TERHADAP KEBIJAKAN PEMERINTAH MENGGUNAKAN METODE SVM (STUDI KASUS : RUU TNI). *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 9(4), 6322–6329.
- Ghufron, M. I., Supriyati, E., & Listyorini, T. 2024. Analisa Jejaring Sosial Terhadap Fenomena Cyberbullying Fandom K-Pop pada Sosial Media Twitter. *Jurnal Informatika Sunan Kalijaga*, 9(2), 79–93.
- Hidayat, R., Imran, & Ramadhan, R. 2025. *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGONSTRUKSI OPINI PUBLIK TERKAIT KEBIJAKAN PEMERINTAH: STUDI KASUS WACANA PUBLIK TAHUN 2025*. 3(2), 64–75.
- Jabir, S. R., Azis, H., Widyawati, D., & Tenripada, A. U. 2023. Prediksi potensi donatur menggunakan model Logistic Regression. *Indonesian Journal of Data and Science (IJODAS)*, 4(1), 31–37.

- Kusnanto, & Yusuf, H. 2024. PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP PERSEPSI DAN TINGKAT KRIMINALITAS : ANALISIS TERHADAP EFEK MEDIA DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK. *JICN: Jurnal Intelpek dan Cendikiawan Nusantara*, 1(2), 1047–1061.
- Mutaqqin, M. F. J. 2022. Cluster Analysis Using K-Means Method to Classify Sumatera Regency and City Based on Human Development Index Indicator (An Effort to Accelerate Regional Development After COVID-19 Pandemic). *Seminar Nasional Official Statistics*, 2022(1), 967–976.
- Özkula, S. Melisa. 2021. WHAT IS DIGITAL ACTIVISM ANYWAY? SOCIAL CONSTRUCTIONS OF THE “DIGITAL” IN CONTEMPORARY ACTIVISM. *Journal of digital social research*, 3(3), 60–84.
- Pahtoni, T. Y., & Jati, H. 2024. ANALISIS SENTIMEN DATA TWITTER TERKAIT CHATGPT MENGGUNAKAN ORANGE DATA MINING. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 11(2), 329–336.
- Putra, R. P. I., Akbar, M., & Amalia, R. 2020. Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Kinerja Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia Menggunakan Metode Backpropagation. *Journal of Information Technology Ampera*, 1(2), 2774–2121.
- Ramadhani, R. W., & Prihantoro, E. 2023. Digital Movement of Opinion #BLACKLIVESMATTER in Creating Public Opinion About Black Lives Matter. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 39–48.
- Rifki, M. I., Gibran, M. , K., Hasugian, A. H., & Solihin, M. D. 2025. PEMODELAN DAN EVALUASI PREDIKSI RSRP MENGGUNAKAN ARTIFICIAL NEURAL NETWORK UNTUK OPTIMASI KUALITAS LAYANAN JARINGAN KOMUNIKASI NIRKABEL. *Jurnal Informatika, Manajemen dan Komputer*, 17(1), 392–401.
- Rismawan, S. A., & Syahidin, Y. 2023. Implementasi Website Berita Online Menggunakan Metode Crawling Data Dengan Bahasa Pemrograman Python. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 10(3), 167–178.
- Santoso, L., & Priyadi. 2024. Mengoptimalkan Proses Pembersihan Data dalam Analisis Big Data Menggunakan Pipeline Berbasis AI. *JURNAL ELEKTRONIKA DAN KOMPUTER*, 17(2), 657–666.
- Setiawan, F. R. 2023. PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI RUANG PUBLIK: TINJAUAN FILOSOFIS GAGASAN RUANG PUBLIK JÜRGEN HABERMAS. *Melintas*, 39(3), 323–350.
- Tripalupi, M. F., Aini, H. N., & Ayodya, B. P. 2024. Kajian Resistensi Sosial Pengguna Media Sosial X Dalam Tagar #Netizenselalubonar Melalui Analisis Jaringan Komunikasi. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 13(2), 139–152.
- Utami, S. R., Safitri, R. N., & Kuncoroyakti, Y. A. 2021. Analisis Jaringan dan Aktor #BatalanOmnibusLaw di Media Sosial Twitter Menggunakan Social

Network Analysis (SNA). *Journal Of Media and Communication Science*, 4(3), 135–148.

Wahyudi, R. F., Musliadi, Muhlis, & Faridah. 2024. Demokrasi di Ruang Publik dan Media Sosial dalam Perspektif Kajian Kritis. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(2), 1–27.

Internet

Chaterine, R. H., & Ramadhan, A. 2025. *RUU TNI Sah Jadi Undang-Undang, Ini Poin-poin Perubahannya*. [kompas.com. https://nasional.kompas.com/read/2025/03/20/10494931/ruu-tni-sah-jadi-undang-undang-ini-poin-poin-perubahannya](https://nasional.kompas.com/read/2025/03/20/10494931/ruu-tni-sah-jadi-undang-undang-ini-poin-poin-perubahannya). Diakses pada 14 April 2025 pukul 20:00 WIB.

CNN Indonesia. 2025. *Deret Aksi Tolak RUU TNI di Penjuru Daerah: Jogja, Medan hingga Manado*. [cnnindonesia.com. Deret Aksi Tolak RUU TNI di Penjuru Daerah: Jogja, Medan hingga Manado](https://cnnindonesia.com). Diakses pada 14 April 2025 pukul 20:00 WIB.

Kemp, S. 2025. *DIGITAL 2025: INDONESIA*. [datareportal.com. https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia?rq=indonesia%202025](https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia?rq=indonesia%202025). Diakses pada Pada 21 Maret 2025 pukul 16:00 WIB.

pshk.or.id. 2025. *Revisi UU TNI Melanggar Tahapan Perencanaan dan Penyusunan Peraturan perundang-undangan*. [pshk.or.id. https://pshk.or.id/aktivitas/revisi-uu-tni-melanggar-tahapan-perencanaan-dan-penyusunan-peraturan-perundang-undangan/](https://pshk.or.id/aktivitas/revisi-uu-tni-melanggar-tahapan-perencanaan-dan-penyusunan-peraturan-perundang-undangan/). Diakses pada 8 Desember 2025 pukul 21:00 WIB.

Rahman, A. F. 2025. *#TolakRevisiUUTNI dan #IndonesiaGelap Bergema Keras di Medsos*. [inet.detik.com. https://inet.detik.com/cyberlife/d-7834028/tolakrevisiutni-dan-indonesiagelap-bergema-keras-di-medsos](https://inet.detik.com/cyberlife/d-7834028/tolakrevisiutni-dan-indonesiagelap-bergema-keras-di-medsos). Diakses pada 31 Oktober 2025 pukul 19:00 WIB.

Satria, H. 2024. *Cara Mendapatkan Data (Crawl) Twitter X - Maret 2024*. [helimisatria.com. https://helimisatria.com/blog/updated-crawl-data-twitter-x-maret-2024](https://helimisatria.com/blog/updated-crawl-data-twitter-x-maret-2024). Diakses pada Pada 9 Juli 2025 pukul 15:00 WIB.

Sjarif, F. Ahlan. 2022. *Arti Meaningful Participation dalam Penyusunan Peraturan*. [hukumonline.com. https://www.hukumonline.com/klinik/a/arti-meaningful-participation-i-dalam-penyusunan-peraturan-lt62ceb46fa62c0/](https://www.hukumonline.com/klinik/a/arti-meaningful-participation-i-dalam-penyusunan-peraturan-lt62ceb46fa62c0/). Diakses pada 8 Desember 2025 pukul 21:00 WIB.

Tempo.co. 2023. *Reaksi Pesohor dan Warganet Usai Elon Musk Batasi Jumlah Akses Tweet Pengguna Twitter*. [www.tempo.co. https://www.tempo.co/hiburan/reaksi-pesohor-dan-warganet-usai-elon-musk-batasi-jumlah-akses-tweet-pengguna-twitter-171052](https://www.tempo.co/hiburan/reaksi-pesohor-dan-warganet-usai-elon-musk-batasi-jumlah-akses-tweet-pengguna-twitter-171052). Diakses pada 9 Juli 2025 pukul 14:30 WIB.

Tempo.co. 2025. *Ragam Aksi Tolak Pengesahan Revisi UU TNI di Berbagai Daerah*. tempo.co. <https://www.tempo.co/politik/ragam-aksi-tolak-pengesahan-revisi-uu-tni-di-berbagai-daerah-1224628>. Diakses pada 14 April 2025 pukul 20:00 WIB.

Wahyuningtyas, Prihatini. 2025. *Isi RUU TNI 2025 dan Daftar Pasal yang Kontroversial*. tirta.id. <https://tirta.id/isi-ruu-tni-2025-dan-daftar-pasal-yang-bermasalah-g9v4>. Diakses pada 14 April 2025 pukul 20:00 WIB.

Skripsi/Tesis/Disertasi

Karlina, D. (2024). *ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PADA AKTIVITAS DIGITAL #TOLAKPOWERWHEELING DI TWITTER*. Universitas Lampung.

Safriana, F. A. (2025). *ANALISIS INTERAKSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @bkppbojonegoro DENGAN MASYARAKAT DALAM DISTRIBUSI INFORMASI DI KABUPATEN BOJONEGORO*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.

Laporan/Report

Alhady, M. I. (2023). *ANALISA IMPLEMENTASI PENGOLAHAN DATA MANAGEMENT DI PT DAYAMITRA TELEKOMUNIKASI TBK*. (Laporan Magang). Politeknik Negeri Jakarta.