

Opini Digital Isu Kenaikan PPN 11% : Analisis Jaringan Komunikasi Isu Kebijakan Kenaikan PPN 11% di Media Sosial Twitter

Maulana Fadia Hadi¹, Catur Suratnoaji²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
maulana@mail.com¹, catur_suratnoaji.ilkom@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

The issue of the 11% VAT rate increase policy being one of the issues that is widely discussed by the general public. At the beginning of April 2022 the PPN 11% keyword appeared on the trending topic Twitter which became a medium for the public to discuss the VAT increase policy by voicing their opinions regarding this issue. This research aim to mapping the communication network on the VAT increase issue using the keywords "PPN OR PPN 11%" which is then analyzed in more depth using multilevel analysis techniques from Suratnoaji & Arianto, namely: media content analysis, behavior analysis, and network analysis. Highest intensity of interactions in this issue happened on 1 April 2022 and fluctuated until 20 April 2022. There were 20509 actors and 25107 relationships formed from 9672 original tweets, 14121 retweets, 2052 quoteds and 8935 replies. The clusters formed in this network are 1698 with the largest clusters including clusters 465, 477, 315 and 279 with their respective discussions. an important aktor in the 11% VAT network, namely the account with username @alindardiantoro. This is based on the aktor's ability to disseminate information so that it has the highest centrality values. The direction of opinion formed from this network is neutral sentiment, but there is a considerable difference between negative sentiment and positive sentiment. Even though the value of positive sentiment is small, based on the clustering coefficient, cluster 279 which supports the VAT increase policy is the most compact cluster among the other largest clusters.

Keywords: VAT 11%; Social Network Analysis; Big Data

ABSTRAK.

Isu kebijakan kenaikan nilai PPN 11% menjadi salah satu isu yang ramai diperbincangkan oleh masyarakat umum. Pada awal April 2022 muncul kata kunci PPN 11% pada *trending topic* twitter yang menjadi media bagi masyarakat dalam membahas kebijakan kenaikan PPN dengan menyuarakan opininya terkait isu tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memberi gambaran dengan melakukan pemetaan jaringan komunikasi isu kenaikan PPN menggunakan kata kunci "PPN OR PPN 11%" yang kemudian dianalisis dengan teknik multilevel analisis dari Suratnoaji & Arianto yaitu : analisis konten media, analisis perilaku, dan analisis jaringan. intensitas tertinggi dari pembicaraan isu ini terjadi pada tanggal 1 April 2022 dan mengalami fluktuatif hingga tanggal 20 April 2022. Terdapat 20509 aktor dan juga 25107 relasi yang terbentuk dari 9672 *original tweets*, 14121 *retweet*, 2052 *quoted* dan 8935 *reply*. *Cluster* yang terbentuk dalam jaringan ini sebesar 1698 degan *cluster* terbesar antara lain *cluster* 465, 477, 315 dan 279 dengan pembahasannya masing-masing. aktor penting dalam jaringan PPN 11% yaitu akun @alindardiantoro. Hal tersebut didasari dari kemampuan aktor tersebut dalam menyebarkan informasi sehingga memiliki beberapa nilai sentralitas tertinggi. Arah opini yang terbentuk dari jaringan ini adalah sentiment netral, namun terdapat perbedaan yang cukup besar antara sentiment negative dan sentiment positif.. Meskipun nilai sentimen positif sedikit namun berdasarkan *clustering coefficient*, *cluster* 279 yang

mendukung kebijakan kenaikan PPN menjadi *cluster* yang paling kompak diantara *cluster* terbesar lainnya.

Kata kunci: PPN 11%; Analisis Jaringan Komunikasi; Big Data

PENDAHULUAN

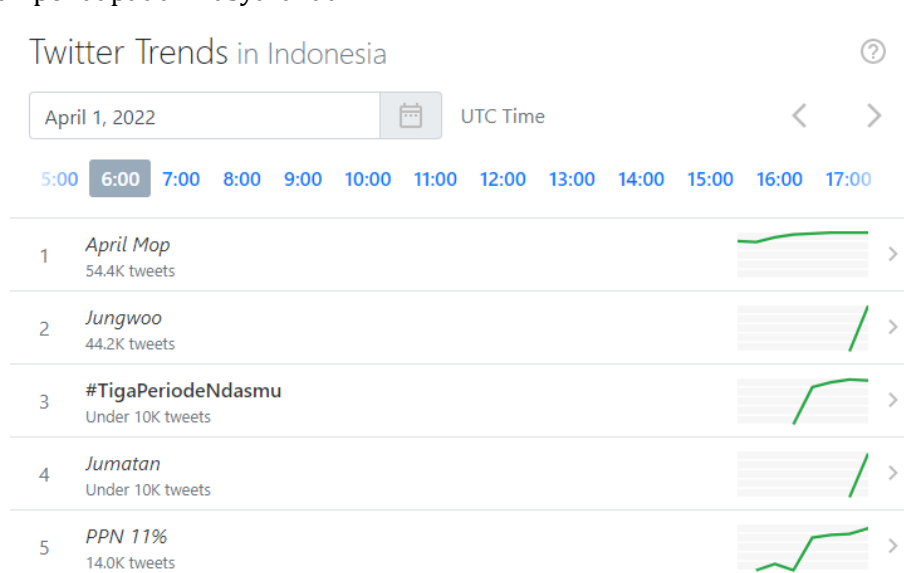
Kemajuan teknologi yang terus berkembang membuat masyarakat harus selalu beradaptasi dalam sebuah kondisi baru kehidupan. Dengan adanya teknologi tersebut juga mempengaruhi pola kehidupan dalam mengkonsumsi informasi dimana masyarakat saat ini telah beralih yang awalnya berbentuk analog kemudian berkembang pesat menjadi bentuk digital (Meranti & Irwansyah, 2018). Salah bentuk dari kemajuan teknologi adalah adanya Internet dimana menurut laporan pada artikel yang berjudul "Digital 2021" pengguna internet Indonesia di awal tahun 2021 berada pada angka 202,6 pengguna dimana hal tersebut berarti sebanyak 73% dari total populasi di Indonesia sudah terhubung di internet. Angka tersebut tumbuh sebesar 15,5 % dari tahun sebelumnya dimana terdapat sebanyak 27 juta pengguna baru internet di Indonesia pada tahun 2021. Dalam melakukan aktivitas di internet, menurut laporan tersebut masyarakat Indonesia cenderung menggunakan internet untuk mengakses media sosial dalam rangka mendapatkan informasi dan hiburan.

Media sosial merupakan media yang lahir dari kemajuan perkembangan teknologi yang dapat memberikan kebebasan penggunanya dalam berkomunikasi satu sama lain. menurut Gainous & Wagner dalam (Asih & Rosit, 2018) media sosial membuat masyarakat lebih leluasa dalam menyampaikan pendapatnya mengenai suatu isu atau *topik* tertentu. didalam ranah politik, media sosial dapat digunakan untuk mengekspresikan opini dan sikap dalam menyikapi kebijakan pemerintah yang dapat membebani masyarakat dengan cara penggalangan dukungan solidaritas melalui petisi, mengutarakan opini pada media sosial, dan membuat kondisi di media sosial yang dapat mengubah situasi agenda media konvensional hingga kebijakan politik. Saat ini opini publik sangat mudah dijumpai pada media massa maupun media sosial khususnya media sosial twitter yang seringkali dapat diamati melalui fitur trending yang memuat *keyword* yang relevan dengan opini masyarakat terhadap sebuah isu. Sebuah opini publik dapat dianggap telah memenuhi syarat dalam menjadi opini publik ketika suatu kebenaran digunakan sebagai tolak ukur perumusan publik dengan unsur baik atau buruk menyangkut isu yang ada dalam kehidupan bersama dan bersifat rasional. Nilai-nilai dari kompetensinya dapat digunakan sebagai syarat dalam menentukan opini public (Hariyono, 2017).

Pada saat ini, beberapa platform media sosial digunakan masyarakat sebagai media dalam menyampaikan opini salah satunya adalah media sosial twitter. Pada media sosial twitter perdebatan pro dan kontra seringkali terjadi ketika masyarakat menyikapi sesuatu dan ketika semakin banyak masyarakat yang membahas hal tersebut akan muncul kata kunci terkait pada fitur trending. Fitur trending di twitter memudahkan masyarakat untuk mencari isu atau percakapan yang sedang ramai diperbincangkan melalui kata kunci yang terkait dengan pembahasan tersebut. salah satu kebijakan yang ramai diperbincangkan oleh masyarakat adalah kebijakan untuk menaikkan ppn menjadi 11% pada 1 April 2022. pajak pertambahan nilai atau yang

lebih sering disebut sebagai PPN adalah pajak yang timbul dari aktivitas transaksi jual beli produk maupun jasa yang dipungut pada pihak konsumen. Kebijakan kenaikan PPN menjadi 11% diatur pada undang undang nomor 7 tahun 2021 mengenai harmonisasi peraturan perpajakan (UU HPP). Menurut menteri keuangan, kebijakan ini diambil untuk menambah pemasukan penerimaan negara untuk memperbaiki keadaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang mengalami defisit secara terus menerus pada masa pandemic. Opsi untuk menggunakan kebijakan untuk menaikkan PPN diambil pemerintah karena tarif PPN yang masih tergolong rendah dibandingkan negara luar yang tergabung dalam OECD dan G20 yang rata-rata tarif di negara tersebut berada pada angka 15-15,5 persen. Kenaikan PPN 11% tersebut tidak berpengaruh kepada harga barang maupun jasa yang bersifat strategis seperti bahan kebutuhan pokok, jasa pendidikan dan kesehatan (Putri, 2022).

Terjadi pro-kontra pada masyarakat dalam menyikapi kebijakan tersebut dimana hal ini dapat ditemukan melalui media sosial twitter. beberapa masyarakat mempertanyakan momentum pemberlakuan kebijakan tersebut karena merasa kebijakan tersebut akan banyak merugikan masyarakat. Beberapa akun twitter yang kontra mencuit mengenai isu kenaikan ppn 11% melalui kata kunci "PPN 11%" yang menjadi trending menilai momentum realisasi kebijakan tersebut berlangsung bersamaan dengan kenaikan beberapa komoditas yang biasa terjadi menjelang bulan ramadhan. Selain mengeluhkan terdapat beberapa cuitan twitter yang mendukung kebijakan kenaikan PPN menjadi 11% dengan narasi peningkatan penerimaan pajak untuk anggaran belanja negara yang lebih berkualitas. Hal tersebut menciptakan gejolak pendapat di masyarakat.



Gambar 1 Trending topics Twitter Indonesia 1 April 2022

Sumber: getdaytrends, 15 April 2022

Kebijakan tersebut terus menerus diperbincangkan oleh masyarakat sehingga menjadi salah satu poin yang diusung oleh beberapa mahasiswa BEM SI yang menolak kebijakan tersebut yang melakukan aksi demo pada tanggal 11 april 2022 bersamaan dengan beberapa kebijakan pemerintahan yang lainnya seperti isu

jabatan presiden menjadi tiga periode dan kenaikan harga pertamax. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah bagaimana jaringan komunikasi antar pengguna media sosial twitter mengenai kebijakan kenaikan PPN 11%. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jaringan komunikasi yang terbentuk di media sosial Twitter terkait isu kebijakan kenaikan PPN 11% yang mulai diterapkan pada 1 April 2022. Dengan melakukan pemetaan jaringan komunikasi, peneliti dapat menemukan bagaimana kelompok, arah opini beserta aktor penting yang mempengaruhi opini masyarakat pada media sosial twitter.

Rogers dan Kincaid dalam (Rianto, 2020) menyatakan bahwa analisis jaringan komunikasi adalah metode penelitian untuk mengidentifikasi struktur komunikasi dalam suatu sistem, dimana data relasional tentang arus komunikasi dianalisis dengan menggunakan beberapa jenis hubungan interpersonal sebagai unit analisis. Analisis jaringan komunikasi menitikberatkan pada relasi para aktor dalam suatu kumpulan interaksi. Aktor tersebut dapat berupa individu maupun lembaga. Tujuan dari riset komunikasi memakai analisis jaringan ialah untuk mengenali struktur komunikasi yang tercipta dengan demikian bisa dimengerti cerminan besar dari interaksi individu yang terdapat dalam system. Sesuatu jaringan komunikasi bisa tercipta dari orang yang silih tersambung dalam suatu arus data. Dengan demikian analisis jaringan komunikasi merupakan tata cara yang dipakai buat memandang stuktur komunikasi, serta posisi aktor (orang, organisasi atau lembaga) dalam struktur komunikasi tersebut.

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan kata kunci "PPN OR PPN 11%" sebagai basis pencarian data di twitter. Penggalan data dilakukan dengan bantuan *software* netlytic dan kemudian diolah dan divisualkan melalui aplikasi Gephi. Gephi dapat membantu analisis untuk mengungkapkan pola dan trend, menyoroti outliers dan bercerita tentang data. secara otomatis gephi dapat menilai bobot dari dari akun dan membuat jaringan komunikasi yang berbentuk visualisasi graf. Mencakup jaringan di mana node dari sebuah individu terhubung melalui semacam hubungan kolaboratif (Cherven, 2015). Data yang diteliti dibatasi mulai pada tanggal 1-20 April 2022 karena pada tanggal 1 April merupakan awal diberlakukannya kebijakan sedangkan 20 April adalah akhir pengambilan data karena intensitas pembicaraan cenderung menurun. Populasi dari penelitian yaitu seluruh nodes yang berinteraksi dengan menggunakan bahasa Indonesia dimana dalam nodes tersebut terdapat interaksi dengan kata kunci "PPN OR PPN 11%".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis jaringan komunikasi tipe deskriptif. Penelitian analisis jaringan komunikasi tipe deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara detail mengenai sentiment, *engagement*, aktor-aktor yang terlibat dalam suatu pembicaraan, dan struktur jaringan komunikasi yang terbentuk dari komunikasi antar pengguna media sosial (Suratnoaji & Arianto, 2021). variabel dari penelitian ini adalah opini publik yang berasal dari unggahan atau postingan terkait isu kebijakan kenaikan PPN di twitter

berupa tweet yang mengandung kata kunci “PPN OR PPN 11%” di media sosial twitter yang kemudian menjadi subjek dalam penelitian ini. Objek dari penelitian ini adalah nodes dan *edges* yang terbentuk dari unggahan yang mengandung tagar “PPN OR PPN 11%” pada rentang waktu 1-20 April 2022.

Dalam menentukan populasi penelitian peneliti menggunakan strategi berbasis kenyamanan. Pendekatan berbasis kenyamanan memilih beberapa pengguna atau halaman konten yang mudah ditemukan (Suratnoaji & Arianto, 2021). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian jaringan komunikasi media sosial yaitu teknik pengunduhan data (*download data*) pada media sosial melalui perangkat lunak tertentu. Selama arsip atau dokumen yang terdapat aktor (bisa negara, lembaga, pemerintahan orang) dan terdapat relasi di antara aktor yang satu dengan yang lain, maka arsip atau dokumen tersebut bisa dianalisis memakai analisis jaringan komunikasi.

Dalam melakukan pengunduhan data, penulis menggunakan program Netlytic. *software* netlytic adalah sebuah program berbasis awan yang berfungsi untuk melakukan pengumpulan data serta analisis media sosial berbasis website. Program ini digunakan untuk menganalisis berbagai komunitas dan percakapan online seperti yang terjadi di media sosial twitter dimana program ini dikembangkan oleh lembaga Social Media Lab (Gruzd, 2022). Sedangkan dalam menganalisis data yang didapatkan melalui netlytic, peneliti menggunakan program Gephi. Dalam memahami analisis jaringan komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan metode multilevel analisis (Suratnoaji & Arianto, 2021). Metode ini mencakup 3 jenis level analisis yaitu analisis konten media sosial, analisis perilaku pengguna jejaring sosial dan analisis jaringan.

Level analisis konten media sosial memiliki sebuah tujuan yaitu melakukan pengukuran pengaruh sebuah akun, pemerintahan atau negara dalam sebuah jaringan media sosial (Lumban Tobing & Arianto, 2022). Pada level analisis ini terdapat tiga jenis pengukuran antara lain : *reach*, *virality* dan *engagement*. *reach* merupakan sebuah metric yang mengukur besarnya jangkauan sebuah akun twitter pada audiens atau warganet yang berada didalam sebuah jaringan. keberhasilan dari sebuah akun untuk menyampaikan suatu informasi dapat diketahui melalui jumlah total respon yang didapatkan pada akun tersebut. *virality* adalah sebuah metric yang mengukur keberhasilan sebuah pesan atau konten yang kemudian dikelompokkan melalui pembahasan pada kata kunci atau tagar yang sama pada twitter. Indikatornya adalah jumlah pengguna yang menggunakan hashtag/keyword tersebut. *engagement* digunakan untuk mengukur bagaimana keaktifan sebuah akun di dalam sebuah jaringan dengan membuat postingan dan seberapa banyak umpan balik yang didapatkan akun tersebut melalui tweet yang diposting. pada variabel *engagement* peneliti melakukan pengukuran terhadap tiga aspek antara lain *conversation*, *amplification*, dan *applause* (Suratnoaji & Arianto, 2021).

Pada aspek *conversation* dilakukan penghitungan terhadap *top* tweet yang berupa kata-kata yang sering muncul dan digunakan oleh pengguna twitter dalam membahas isu kebijakan kenaikan PPN. Pada aspek *amplification* digunakan untuk mengukur upaya yang dilakukan oleh pengguna twitter untuk menyebarkan

pesan kepada pengguna lain dimana hal ini dapat diketahui melalui nilai *betweenness centrality* atau nilai sentralitas keperantaraan yang tinggi. pada aspek *applause* di variabel *engagement* dapat diukur melalui upaya seseorang atau aktor untuk memberikan respons terhadap suatu *topik*.

Level analisis perilaku aktor pada analisis jaringan komunikasi digunakan dalam memahami serta mencari bentuk opini masyarakat ketika para aktor tersebut berusaha untuk berkomunikasi satu sama lainnya. Dalam analisis ini terdapat tiga arah sentiment antara lain positif, negatif dan netral dimana sentiment positif berarti memiliki arah opini mendukung *topik* yang sedang diperbincangkan, sentiment negative yang berarti menolak dan sentiment netral yang berarti opini tersebut tidak memihak sama sekali terhadap sebuah isu.

Analisis jaringan digunakan untuk memahami sejauh mana keberhasilan sebuah actor dalam mempengaruhi actor lainnya beserta jaringan sosialnya pada medsos. Analisis jaringan dilakukan agar peneliti dapat memberikan gambaran mengenai akun-akun yang memiliki pengaruh terbesar pada suatu jaringan. adapun variabel yang akan dianalisis pada level analisis ini antara lain : Sentralitas derajat, sentralitas kedekatan, sentralitas keperantaraan, sentralitas eigenvector dan Clustering coefficient.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Opini masyarakat terhadap sebuah fenomena dapat dikaji dengan menggunakan metode pengukuran opini public (Suratnoaji & Arianto, 2021). Media sosial twitter memiliki sebuah fitur unik yang dapat memberikan informasi mengenai sebuah *topik* yang sedang ramai diperbincangkan pada periode tertentu yaitu fitur *trending topic*. Fitur *trending topic* tersebut dapat memberikan gambaran mengenai opini masyarakat terhadap sebuah fenomena salah satunya kebijakan kenaikan PPN 11%. Isu kenaikan PPN 11% mulai muncul pertama kali ketika Menkeu Sri Mulyani Indrawati memberikan informasi mengenai rencana APBN 2022. Munculnya kata kunci "PPN 11%" di media sosial twitter pada tanggal 1 april 2022 merupakan hasil dari banyaknya tanggapan masyarakat mengenai mulai diterapkannya kenaikan PPN yang sebelumnya berada pada angka 10% menjadi 11%.

Sumber informasi yang kemudian peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu pengguna atau user dari media sosial twitter yang membicarakan isu kenaikan ppn 11% dengan menggunakan kata kunci PPN OR PPN 11% dalam membagikan opininya pada media sosial twitter. Pembicaraan tersebut dapat berupa *tweet*, *retweet*, *reply* dan *quoted* yang dapat membentuk sebuah relasi antar pengguna. Dalam penelitian ini data diambil melalui alat bantu yaitu *software* Netlytic sebagai alat crawling dan juga Gephi yang digunakan untuk memvisualisasikan data yang telah diunduh sebelumnya.

Data yang berhasil diambil pada rentang waktu 1-20 April 2022 menunjukkan sebanyak 20509 pengguna twitter membicarakan isu kebijakan kenaikan PPN sedangkan relasi yang terbentuk sebesar 25107. Hal tersebut menunjukkan bahwa *topik* isu kenaikan ppn sedang ramai diperbincangkan pada periode sehingga membuat kata kunci PPN 11% menjadi trending pada tanggal 1 April 2022. Jumlah

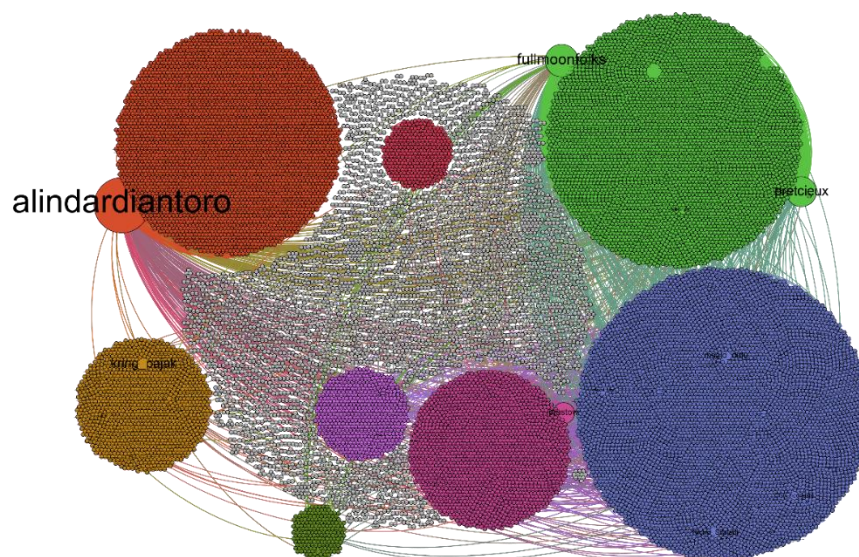
relasi yang lebih besar dari jumlah pengguna menunjukkan terdapat aktor yang memiliki lebih dari satu tweet didalam jaringan. Relasi yang terjadi dalam jaringan ini bersifat terarah (directed) sehingga dapat diketahui arah komunikasinya.

Tabel 2 Data Keseluruhan Jaringan

Sumber: Dokumentasi Peneliti, Juli 2022

No	Graph Metric	Nilai
1	Graph Type	Directed
2	Nodes	20509
3	Edges	25107
5	Original tweets	9672
6	Retweet	14121
7	Quoted	2052
8	Reply	8935

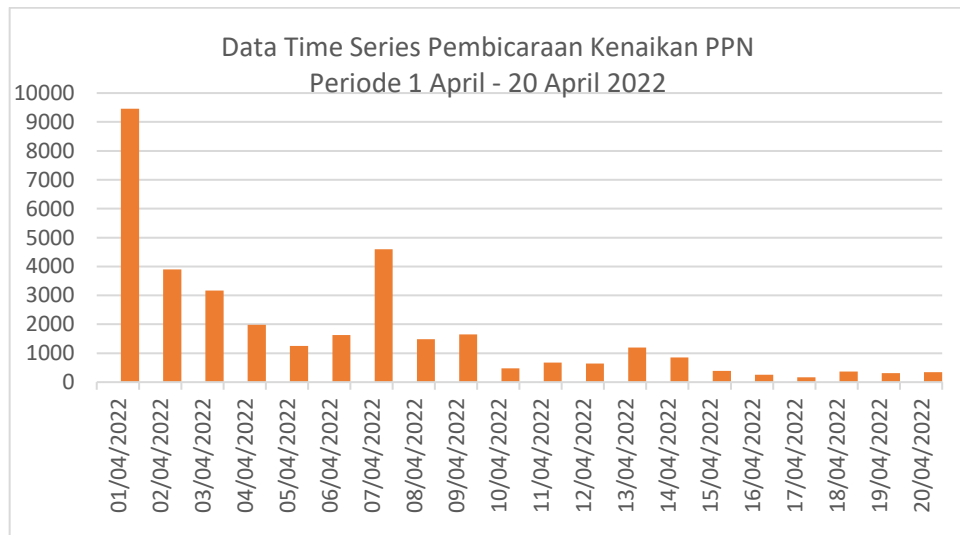
Pada penelitian jaringan komunikasi sosial, visualisasi jaringan bertujuan untuk mengetahui bagaimana peta persebaran komunikasi terkait suatu isu dengan visualisasi dari pengelompokan nodes yang saling memiliki hubungan di dalam sebuah jaringan komunikasi. Pengelompokan nodes yang ada pada jaringan berdasarkan *cluster* dilakukan menggunakan fitur modularity dengan resolusi 5.0 sedangkan visualisasi jaringan secara keseluruhan dilakukan dengan menggunakan Circle Pack Layout dimana didalam layout ini terdapat fitur hierarchy yang dapat digunakan untuk mengelompokkan nodes berdasarkan nilai yang ingin digunakan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan nilai modularitas untuk menampilkan jaringan berdasarkan kelompok yang sudah didapatkan pada penghitungan modularity



Gambar 2 Visualisasi Jaringan Keseluruhan PPN 11%

Sumber: Visualisasi Gephi, 12 Juni 2022

Pada data time series intensitas tertinggi mengenai pembicaraan kenaikan PPN ada pada tanggal 1 April 2022 dimana pada tanggal tersebut didapatkan lebih dari 9000 unggahan. Tanggal tersebut merupakan awal diterapkannya kenaikan ppn yang pada awalnya berada pada angka 10% menjadi 11 %. Pada tanggal tersebut terjadi banyak sekali interaksi antar pengguna twitter terkait dengan penyebaran informasi mengenai kenaikan nilai PPN. pada tanggal 2 April 2022 - 5 April 2022 intensitas pembicaraan cenderung menurun namun topik pembicaraannya masih mengenai kenaikan ppn. Intensitas pembicaraan pada tanggal 6 - 9 April cenderung stabil namun pada tanggal 7 April 2022 terdapat kenaikan intensitas pembicaraan yang tinggi dimana pada tanggal tersebut DJB Kemenkeu menyatakan akan mulai memberlakukan pajak pertambahan nilai 11% pada transaksi layanan fintech dimana salah satunya yaitu transaksi *top up* dompet digital atau e-wallet mulai 5 mei 2022. Selain itu pada tanggal tersebut juga muncul ajakan demonstrasi pada 11 april dimana di dalam salah satu tuntutan dari demo tersebut adalah membatalkan kebijakan kenaikan PPN 11%. Meskipun intensitas pembicaraannya kecil pada periode 10 April 2022 - 15 April 2022 namun trend pembicaraan mengalami kenaikan kembali. Pada periode terdapat demonstrasi yang dilakukan mahasiswa dan beberapa elemen masyarakat diseluruh Indonesia yang berhubungan dengan isu jabatan 3 periode dimana salah satuuntutannya adalah membatalkan kenaikan PPN sehingga pembahasan pada periode ini didominasi dengan pembahasan mengenai demonstrasi tersebut.



Gambar 2 Tren Pembicaraan Isu Kenaikan PPN 11%

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 31 Mei 2022

Level Analisis Konten

Level analisis konten media digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap pengaruh sebuah akun, pemerintahan, negara didalam sebuah jaringan pada media sosial. Pada analisis ini, terdapat tiga jenis pengukuran antara lain: *reach*, *virality* dan *engagement*. Dalam menentukan kesuksesan sebuah akun dalam menjadi

top influencer dapat diketahui melalui respons yang didapatkan pada tweet akun tersebut dimana hal tersebut dapat diketahui pada nilai *Degree centrality* tertinggi (Zarkasi & Arianto, 2022). Dari sentralitas derajat tersebut ditemukan akun dengan username @alindardiantoro, @fullmoonfolks dan @pretcieux sebagai *top influencer* dalam jaringan percakapan isu kenaikan ppn.

Tabel 2 Data Top In-Degree dalam Jaringan PPN 11%

Sumber: Gephi, Juli 2022

Id	In-Degree
alindardiantoro	3554
fullmoonfolks	1986
pretcieux	1794

Reach

Reach yaitu sebuah metric yang digunakan dalam menghitung jangkauan sebuah akun pada pengguna media sosial lainnya seperti netizen dan juga warganet. Indikator penghitungan digunakan untuk metric *reach* adalah total fans atau followers dan total informasi yang dapat digunakan untuk melihat besar kecilnya jangkauan yang terbentuk. Berdasarkan hasil pemetaan analisis jaringan pada persebaran informasi terkait isu kenaikan ppn aktor yang memiliki pengaruh atau *influencer* dan memiliki jangkauan pesan yang luas antara lain pengguna media sosial twitter dengan username @alindardiantoro, @fullmoonfolks dan @pretcieux.

Sebuah akun dapat menjadi *top influencer* dari sebuah jaringan ketika akun tersebut memiliki kemampuan untuk menjadi perantara dari sebuah akun ke akun lainnya (Suratnoaji & Arianto, 2021). Hal tersebut dapat dijadikan acuan bahwa informasi yang disampaikan dapat menyebar dengan luas. Selain hal tersebut, keberhasilan suatu akun untuk menyampaikan informasi dapat ditemukan berdasarkan respon yang didapatkan pada akun tersebut. *feedback* yang didapatkan pada sebuah akun dapat dilihat melalui nilai *degree centrality*. Berdasarkan hal tersebut dasar dari penilaian hal ini yaitu hasil yang didapat dari total nilai *In-degree centrality* yang berarti berapa jumlah aktor yang terhubung dengan merespon tweet dari sebuah akun untuk membicarakan topik isu kenaikan pajak pertambahan nilai 11% pada 1 april 2022 – 20 april 2022.

Virality

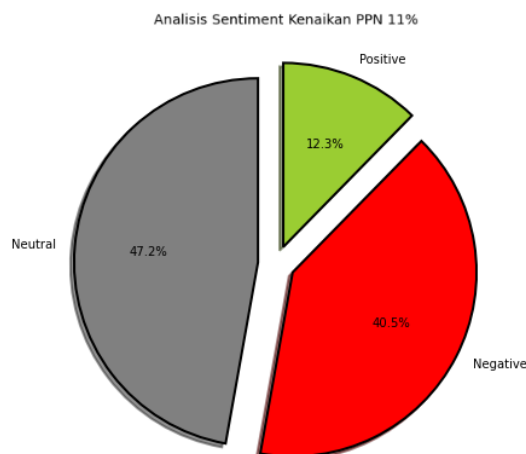
Virality merupakan sebuah penghitungan yang mengukur keberhasilan sebuah pesan atau konten yang kemudian dikelompokkan melalui pembahasan pada kata kunci atau tagar yang sama pada twitter. Indikatornya adalah jumlah pengguna yang menggunakan tagar/kata kunci tersebut. Pada jaringan percakapan isu kenaikan ppn, menjelaskan bahwa dalam persebaran informasi terkait kenaikan ppn didapatkan aktor (nodes) sebanyak 20509 sedangkan relasi (*edge*) yang terbentuk sebesar 25107. terdapat juga aktifitas lain di media sosial antar pengguna yang bisa dilihat dengan original tweet, *retweet*, *quoted* dan *reply*. jumlah total tweet yang didapatkan dari pengunduhan data sebesar 34781 dimana dari tweet tersebut jenis

Pada aspek *amplification* digunakan untuk mengukur upaya yang dilakukan oleh pengguna media sosial twitter dalam menyebarkan pesan kepada pengguna lain dimana aktivitas tersebut dapat ditemui melalui nilai *betweenness centrality* atau nilai sentralitas keperantaraan yang tinggi. Akun yang memiliki nilai sentralitas keperantaraan yang tinggi adalah @kring_pajak dengan nilai keperantaraan sebesar 348693.207. hal tersebut menunjukkan akun @kring_pajak sering dijadikan sebagai perantara sebuah akun kepada akun lainnya didalam jaringan untuk mendapatkan informasi sehingga akun @kring_pajak sudah mampu dalam menyebarluaskan informasi atau pesan ke dalam jaringan yang sudah terbentuk.

Pada aspek *applause* di variabel *engagement* dapat diukur melalui upaya seseorang atau aktor untuk merespons suatu topik pembahasan dalam hal ini isu kenaikan ppn 11% di twitter. Upaya untuk memberikan respons dapat dilihat melalui nilai *outdegree* tertinggi pada sebuah jaringan. pada jaringan komunikasi terkait isu kenaikan ppn, nilai *out-degree* tertinggi dimiliki oleh akun @kring_pajak sebesar 1026. Seorang aktor yang nilai *out degree* tinggi dapat dimaknai sebagai aktor yang paling banyak menghubungkan diri kepada aktor lain yang ada pada jaringan. nilai *out-degree* dari sebuah akun dapat berbentuk *retweet*, *quoted* dan *reply* terhadap tweet akun lain sehingga dapat disimpulkan @kring_pajak memiliki nilai *applause* tertinggi pada jaringan ini.

Level Analisis Perilaku

Analisis perilaku aktor digunakan untuk memahami dan mencari arah opini masyarakat ketika para aktor tersebut berusaha untuk berkomunikasi satu sama lainnya. Dalam analisis ini terdapat tiga arah sentiment antara lain positif, negative dan netral dimana sentiment positif memiliki arti bahwa arah opini tersebut mendukung *topik* yang sedang diperbincangkan, sentiment negative yang berarti menolak dan sentiment netral yang berarti opini tersebut tidak memihak sama sekali terhadap sebuah isu.



Gambar 2 Diagram sentimen Isu Kenaikan PPN 11%

Sumber: Visualisasi Sentimen Phyton, 21 Januari 2023

Menurut data diatas masyarakat memiliki opini public yang berlainan dimana arah opini dominan dari jaringan komunikasi isu kenaikan ppn 11% yaitu netral dengan persentase sebanyak 47.2%. hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar orang yang memberikan opini terkait isu kebijakan kenaikan tersebut tidak memiliki pandangan yang kuat. Namun persentase nilai kontra memiliki nilai yang cukup tinggi sebesar 40.5% dimana hal tersebut menunjukkan bahwa ada sejumlah masyarakat yang tidak setuju dengan kebijakan tersebut dan merasa bahwa kenaikan ppn yang dimulai pada tanggal 1 april 2022 akan memberikan dampak buruk bagi ekonomi dan masyarakat.

Di sisi lain, terdapat 12.3% masyarakat yang memiliki sentiment positif terhadap isu kenaikan ppn 11% dimana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian kecil masyarakat mendukung kebijakan tersebut dan melihatnya sebagai langkah yang tepat untuk meningkatkan pendapatan negara. Dalam situasi seperti ini, penting bagi pemerintah untuk memperhatikan sentimen negatif dan mencoba untuk meredakan kekhawatiran dan ketidakpuasan yang dirasakan oleh sebagian orang.

Level Analisis Jaringan

Analisis jaringan digunakan untuk memahami tingkatan keberhasilan sebuah aktor dalam mempengaruhi aktor lainnya beserta jaringan sosialnya pada media sosial khususnya twitter. Analisis jaringan dilakukan untuk mengetahui akun-akun dengan nilai keberadaanya yang penting pada suatu jaringan. beberapa penilaian yang kemudian akan diteliti didalam level ini antara lain : Sentralitas tingkatan, sentralitas kedekatan, sentralitas keperantaraan, sentralitas *Eigenvector* dan *Clustering coefficient*.

Degree Centrality atau sentralitas tingkatan adalah sebuah tingkatan yang memperlihatkan tingkatan aktor berdasarkan popularitas didalam sebuah jaringan komunikasi. Pada matriks ini terdiri atas dua penghitungan yaitu nilai *in-degree* dan *out-degree*. Akun yang memiliki nilai *in-degree* terbesar yaitu akun @alindardiantoro yang memiliki nilai 3554 hal tersebut menunjukkan bahwa akun @alindardiantoro menjadi akun yang cukup populer dari unggahannya yang memiliki nilai respons terbesar didalam jaringan. cuitan yang mempunyai nilai *in-degree centrality* tertinggi adalah tweet pada tanggal 1 April 2022 yang berbunyi "Selamat datang Bulan April! Jangan lupa.... - PPN naik 11 persen - Pertamina naik jadi Rp 12.500 - e-tilang di tol mulai diterapkan Ketampar bgt sama keadaan kalau apa-apa serba naik tapi gaji gak HAHA". Tweet ini mendapatkan interaksi lebih dari 27.900 *retweet* lebih dari 71.700 likes. Akun tersebut menyoroti 3 hal yang akan terjadi di bulan april yaitu kenaikan PPN menjadi 11%, kenaikan harga Pertamina yang akan menjadi 12.500 serta penerapan e-tilang yang akan dilakukan pada kendaraan yang menggunakan jalan tol. Sedangkan pada nilai *out-degree* tertinggi terdapat akun @kring_pajak dengan nilai 1056 yang berarti akun tersebut menjadi akun yang paling aktif dan juga terlibat dalam interaksi dengan memberikan respon dalam postingan atau tweets yang ada pada jaringan komunikasi kenaikan ppn.

Nilai *closeness centrality* merupakan gambaran seberapa dekat aktor atau node dengan aktor lain dalam jaringan komunikasi yang terbentuk. Nilai *closeness*

centrality didapatkan melalui berapa langkah (path) yang diperlukan oleh sebuah nodes dalam berinteraksi dengan nodes lainnya. Berdasarkan data yang didapatkan melalui data laboratory didapatkan sebanyak 6444 aktor memiliki nilai tertinggi yaitu 1.0 Hal ini dapat disimpulkan, 6444 aktor di dalam jaringan terhubung dengan semua aktor atau node lainnya. *Top influencer* pada jaringan ini yaitu akun @alindardiantoro yang memiliki nilai *degree centrality* yang tinggi juga memiliki nilai *closeness centrality* yang tinggi yaitu 1.0 dimana hal tersebut menunjukkan bahwa akun @alindardiantoro sudah sepenuhnya terhubung dengan aktor-aktor lain didalam jaringan sehingga jarak (path) yang ditempuh oleh @alindardiantoro sangatlah dekat.

Pada penghitungan *betweeness centrality* digunakan untuk mengukur peranan sebuah aktor sebagai penghubung antara satu aktor dengan aktor lainnya didalam sebuah jaringan. sentralitas keperantaraan menjadi penting karena seorang aktor yang memiliki nilai keperantaraan yang tinggi akan memiliki kemampuan untuk memiliki pengaruh dalam mengontrol sebuah informasi dimana dengan melakukan control informasi akun tersebut akan mudah masuk dalam *cluster-cluster* yang terbentuk dari sebuah jaringan. Berdasarkan data yang didapatkan akun @kring_pajak menjadi akun dengan nilai keperantaraan tertinggi yaitu sebesar 438693.2. dengan memiliki nilai *betweeness centrality* menjelaskan bahwa akun tersebut memiliki peranan yang sangat penting dalam menjadi pemutus informasi atau juga memanipulasi sebuah informasi di dalam sebuah jaringan.

Hal tersebut sesuai dengan fungsi yang dimiliki akun tersebut yaitu sebagai akun call center terkait informasi perpajakan dimana pada isu kenaikan ppn 11% masyarakat masih sangat membutuhkan informasi mengenai bagaimana perubahan yang diakibatkan oleh kebijakan kenaikan ppn tersebut. hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan akun @kring_pajak sangat penting dalam jaringan komunikasi terkait perpajakan di Indonesia. Akun ini berfungsi sebagai perantara yang menghubungkan informasi dari pemerintah tentang kebijakan perpajakan dengan masyarakat yang membutuhkan informasi tersebut.

Pada analisis *eigenvector centrality* peneliti berusaha untuk menemukan seberapa penting interaksi sebuah aktor dengan aktor penting lainnya yang berada di dalam jaringan diluar dari jumlah interaksi yang dimiliki. Aktor yang memiliki nilai *eigenvector centrality* yang tinggi dengan nilai maksimal 1.0 dapat disebut sebagai aktor-aktor yang penting karena memiliki banyak hubungan dengan aktor lain yang juga penting didalam jaringan. Berdasarkan data yang didapatkan, akun yang memiliki nilai *eigenvector centrality* tertinggi didalam jaringan ini adalah *top influencer* dari jaringan ini yaitu @alindardiantoro dengan nilai 1.0, @fullmoonfolks dengan nilai 0.56 dan @pretcieux mendapatkan nilai 0.54. berdasarkan analisis tersebut akun @alindardiantoro memiliki kualitas relasi yang lebih baik daripada dua *top influencer* lainnya dimana hal tersebut menunjukkan bahwa akun tersebut memiliki peranan yang cukup penting mengingat nilai *eigenvector* yang tinggi berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dari aktor lainnya ketika berinteraksi atau berargument karena kualitas hubungan yang dimilikinya.

Clustering coefficient digunakan untuk mengukur proporsi keterhubungan nodes di dalam kelompok dimana semakin tinggi nilai *clustering coefficient* yang ada pada kelompok maka akan semakin terikat atau terhubung node yang ada pada kelompok tersebut. Berdasarkan penghitungan modularity yang telah dilakukan, terdapat total 1698 *cluster* yang terbentuk dalam percakapan isu kenaikan ppn 11% yang didapatkan peneliti melalui proses pengunduhan data dimana kelompok tersebut dikerucutkan menjadi 4 kelompok terbesar yaitu *Cluster* 465, 477, 315 dan 279.

Pada *cluster* 465 hashtag yang sering digunakan yaitu #OrdeBrutal dan #DukungMahasiswaMelawan dimana hal tersebut menunjukkan bahwa *cluster* memiliki sentiment negative. Pada *cluster* 477 atau kelompok yang bersikap netral hashtag yang sering digunakan yaitu #btc, #bitcoin pada hashtag menjelaskan bahwa pembicaraan dari *cluster* ini terpusat pada pembahasan mata uang kripto yaitu bitcoin. Pada *cluster* 315 yang merupakan *cluster* yang menolak kebijakan kenaikan ppn 11% hanya terdapat satu hashtag yaitu #pemerintahbangsat yang menunjukkan kekecewaan dari aktor yang ada pada *cluster* ini kepada pemerintah yang memberlakukan kebijakan tersebut sehingga sentiment yang terbentuk merupakan sentiment negative.

Pada *cluster* 279 yang berada pada posisi mendukung kebijakan kenaikan ppn hashtag yang paling banyak digunakan pada *cluster* ini yaitu #MenkeuSMI dan #PajakKitaUntukKita. Hashtag #MenkeuSMI merujuk pada Menteri Keuangan yang sedang menjabat yaitu Sri Mulyani Indrawati dimana aktor didalam jaringan ini banyak berinteraksi terkait dengan pernyataan dari menteri keuangan tersebut berupa respon positif. Sedangkan hashtag #PajakKitaUntukKita merupakan hashtag yang sering digunakan oleh ditjen pajak untuk memberikan citra positif tentang kegiatan pajak.

Selanjutnya untuk mengetahui tingkatan kerapatan dari keempat *cluster* terbesar dianalisis kembali dengan menggunakan nilai *clustering coefficient* untuk menentukan *cluster* mana yang memiliki ikatan yang paling kuat.

Tabel 2 Nilai *Clustering coefficient*

Sumber: Gephi, Juni 2022

<i>Cluster</i>	Sentiment	Avg. <i>Clustering coefficient</i>
465	Menolak	0.007
477	Netral	0.009
315	Menolak	0.003
279	Mendukung	0.018

Pada Tabel diatas menjelaskan bahwa *cluster* dengan nilai *clustering coefficient* tertinggi berada pada *cluster* 279 dimana posisi dari *cluster* di jaringan kenaikan ppn merupakan jaringan yang mendukung kebijakan kenaikan ppn 11% sehingga dibandingkan ketiga *cluster* lainnya anggota dalam *cluster* ini lebih kompak dalam berinteraksi untuk mendukung kebijakan kenaikan ppn 11% sehingga sangat sulit untuk memecahkan opini yang menyebar didalam kelompok ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Isu kebijakan untuk menaikkan PPN 11% menjadi salah satu *trending topic* di twitter. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah unggahan yang didapatkan oleh peneliti dalam rentang waktu 1-20 April 2022 dimana intensitas unggahan tertinggi berada pada tanggal 1 April 2022 yang pada saat itu kebijakan tersebut mulai diberlakukan di seluruh Indonesia. Sementara itu arah sentiment pada jaringan yang terbentuk cenderung mengarah kepada netral namun terdapat perbedaan jumlah yang sangat besar antara sentimen pendukung dan juga penolak pada percakapan isu kenaikan ppn 11%. Terdapat tiga aktor *influencer* teratas didalam jaringan komunikasi ini antara lain akun @alindardiantoro, @fullmoonfolks dan @pretcieux yang memiliki pembahasan tersendiri mengenai kebijakan tersebut. dari ketiga akun *top influencer* tersebut meskipun memiliki jumlah followers paling sedikit, akun @alindardiantoro memiliki nilai *in-degree* dan nilai *eigenvector centrality* yang tertinggi sehingga kualitas relasi dan jangkauan pesan yang dimiliki akun tersebut sangat baik sehingga lebih mudah dipercaya oleh aktor-aktor lain dalam memberi informasi atau argument sehingga akun tersebut merupakan akun dominan atau penting dalam jaringan. Lalu pada variabel *clustering coefficient* ditemukan 4 kelompok besar antara lain *cluster* 465, 477, 315 dan 279. Pada keempat *cluster* tersebut, *Cluster* 279 yang mendukung kebijakan kenaikan PPN merupakan *cluster* dengan nilai *clustering coefficient* tertinggi sehingga memiliki ikatan yang lebih kuat dibandingkan ke-empat *cluster* lainnya.

Saran

Pihak pemerintah sebagai pembuat kebijakan dalam menjadi perantara dalam jaringan ini sudah sangat baik dimana terdapat dua akun yaitu @kring_pajak dan @prastow yang menjadi *top betweenness centrality*. Sebagai *top betweenness* pemerintah seharusnya dapat memanfaatkan hal tersebut tidak terbatas hanya memberikan informasi namun juga dapat mengubah sentiment yang terjadi di masyarakat menjadi lebih positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, D. N., & Rosit, M. (2018). Opini Publik di Media Sosial: Analisis Isi Opini Kandidat Ahok-Djarot dan Anies-Sandi di Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 45–56. <https://doi.org/10.35814/coverage.v8i2.589>
- Cherven, K. (2015). *Mastering Gephi Network Visualization. Produce advanced network graphs in Gephi and gain valuable insights into your network datasets*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.
- Gruzd, A. (2022). Netlytic: Software for Automated Text and Social Network Analysis. Retrieved September 8, 2022, from netlytic.org
- Hariyono. (2017). *Opini Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam (UED-SP) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kurang Mampu (Studi Di Desa Langkat Kecamatan Siak Kecil Kabupaten Bengkalis)*. Universitas Islam Riau. Retrieved from <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/4452>

- Lumban Tobing, E. C., & Arianto, I. D. (2022). Analisis Jaringan Komunikasi German Digital #PERCUMALAPORPOLISI di Twitter. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 146–159. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i2.7677>
- Meranti, & Irwansyah. (2018). Kajian Humas Digital: Transformasi dan Kontribusi Industri 4.0 pada Stratejik Kehumasan. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1). <https://doi.org/10.2527/jas.2012-5761>
- Putri, C. A. (2022). Resmi! Tarif PPN Naik 11%, Barang Ini Jadi Makin Mahal. Retrieved April 12, 2022, from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220401070730-4-327822/resmi-tarif-ppn-naik-11-barang-ini-jadi-makin-mahal>
- Rianto, I. (2020). *ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI DALAM PROSES PENYEBARAN INFORMASI TERKAIT MASKER DI TWITTER*. UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR.
- Suratnoaji, C., & Arianto, I. D. (2021). *Metode Riset Sosial Media Berbasis Big Data*. Jakarta: Erlangga. Retrieved from https://e-library.erlanggaonline.co.id/info_product/detail/0073330030
- Zarkasi, A. H. T. S., & Arianto, I. D. (2022). Analisis Jaringan Komunikasi Dalam Persebaran Informasi Terkait Isu Kudeta Partai Demokrat Di Media Sosial Twitter. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(10).