

Social Network Analysis Komunikasi Kesehatan Pengguna Twitter Dengan Tagar #vaksinuntukkita Di Era Covid-19

Shafira Julia Riyanto¹, Nuke Farida²

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

Email : shafirajulia87@gmail.com

Submitted : 12 Januari 2022

Accepted : 19 Januari 2022

Published : 29 Januari 2022

ABSTRAK

Di awal tahun 2020 dunia dicemaskan dengan kejadian infeksi yang menyebar secara luas dan cepat yaitu virus COVID-19. Media sosial digunakan sebagai alat penelitian dan *tracking* dalam kesehatan masyarakat terkait virus COVID-19. Vaksinasi adalah harapan terbaik untuk mengurangi penularan virus corona, salah satu gerakan program vaksin di Indonesia yaitu #VaksinUntukKita di media sosial twitter. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar jumlah dan luas komunikasi jejaring sosial tagar #VaksinUntukKita di twitter menggunakan level system. Landasan teori yang digunakan adalah Teori Computer Mediated Communication. Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan paradigma positivisme. Populasi penelitian ini ialah 2500 data atau *tweet* terkait tagar #VaksinUntukKita dan untuk sampel sendiri berhasil didapatkan sebanyak 251 nodes. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa komunikasi jaringan dalam tagar #VaksinUntukKita penyebaran informasinya berjalan lambat, komunikasi yang terjadi hanya secara satu arah dan tidak ada feedback. Diameter yang didapatkan senilai 20 yang berarti jarak antar aktor lainnya sebanyak 20 langkah, untuk cluster dalam jaringan ini terdapat 5 cluster yang saling berkumpul bertumpuk ini menandakan bahwa lebih dari satu akun yang menggunakan tagar tersebut.

Kata-kata Kunci: Social Network Analysis; Twitter; Komunikasi Kesehatan; Vaksin; Computer Mediated Communication

SOCIAL NETWORK ANALYSIS OF HEALTH COMMUNICATIONS FOR TWITTER USERS WITH THE HASHTAG #VAKSINUNTUKKITA IN THE COVID-19 ERA

ABSTRACT

At the beginning of 2020 the world was worried about the occurrence of a widespread and fast-spreading infection, namely the COVID-19 virus. Social media is used as a research and tracking tool in public health related to the COVID-19 virus. Vaccination is the best hope to reduce transmission of the corona virus, one of the vaccine program movements in Indonesia, namely #VaksinUntukKita on twitter social media. This study aims to determine how large the number and extent of social network communication with the hashtag #VaksinUntukKita on twitter using a level system. The theoretical basis used is the theory of Computer Mediated Communication. The method in this research is quantitative with positivism paradigm. The population of this research is 2500 data or tweets related to the hashtag #VaksinUntukKita and for the sample itself, 251 nodes were obtained. The results of this study found that network communication in the #VaksinUntukKita hashtag spreads information slowly, communication occurs only in one direction and there is no feedback. The diameter obtained is 20

Social Network Analysis Komunikasi Kesehatan Pengguna Twitter Dengan Tagar #vaksinuntukkita
Di Era Covid-19

(Shafira Julia Riyanto¹, Nuke Farida²)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

which means the distance between other actors is 20 steps, for clusters in this network there are 5 clusters that are clustered together, this indicates that more than one account is using the hashtag.

Keywords: *Social Network Analysis; Twitter; Health Communication; Vaccines; Computer Mediated Communication*

Korespondensi: Shafira Julia Riyanto. Universitas Gunadarma. Jl. Margonda Raya 100 Depok 16424.
Email : shafirajulia87@gmail.com

PENDAHULUAN

Virus corona telah menyebar secara global, ratusan hingga jutaan orang telah dinyatakan positif terserang virus ini. Kasus pertama penyakit ini terjadi di kota Wuhan, Cina pada akhir Desember 2019. Setelah itu, covid-19 ini menular antar manusia dengan sangat cepat dan menyebar ke puluhan negara termasuk Indonesia. Penyebaran virus ini berdampak luas bagi kehidupan masyarakat khususnya dari segi ekonomi dan sosial. Meskipun ada cara untuk mengurangi berkembangnya virus ini namun tentunya kita juga membutuhkan media sebagai faktor utama untuk mempengaruhi dan mengedukasi setiap individu secara lebih lanjut. Dalam hal ini yang dimaksud adalah media sosial. Media sosial memiliki kemampuan untuk menjangkau dan mempengaruhi jutaan orang di Indonesia secara bersamaan. Salah satu yang penting adalah bantuan media sebagai pembawa pesan-pesan terkait komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan sendiri yaitu komunikasi yang pesan-pesannya berkaitan dengan kesehatan seperti kampanye hidup sehat, iklan produk kesehatan, hubungan masyarakat di rumah sakit, informasi kesehatan di media.

Kekuatan media ini tentunya dapat memberikan kemudahan untuk proses penyembuhan secara lebih lanjut karena kita dapat mengetahui informasi secara lebih lanjut melalui akun-akun di Instagram maupun twitter terutama di bidang kesehatan yang sering menghimbau orang-orang untuk mengikuti program yang sudah diadakan.

Setelah berbagai cara yang dilakukan dan dibantu dengan media untuk mengurangi penyebaran virus covid ini akhirnya muncul vaksin pertama di dunia. Bapak presiden Joko Widodo (Jokowi) menjadi orang Indonesia pertama yang menerima vaksin covid-19 buatan Sinovac pada hari Rabu (13/1/2021). Presiden Jokowi menyatakan keputusan itu dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat bahwa vaksin COVID 19 ini benar-benar aman, beliau juga menegaskan bahwa vaksin ini akan diberikan secara gratis kepada masyarakat Indonesia. Pada program vaksinasi COVID 19 tahap pertama ini pemerintah telah membuat

Social Network Analysis Komunikasi Kesehatan Pengguna Twitter Dengan Tagar #vaksinuntuk kita
Di Era Covid-19

(Shafira Julia Riyanto¹, Nuke Farida²)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

daftar prioritas penerima vaksin. Kelompok pertama adalah tenaga kesehatan, asisten tenaga kesehatan, tenaga penunjang yang bekerja pada fasilitas pelayanan kesehatan, TNI/Polri, aparat hukum dan petugas pelayanan publik lain.

Dalam melakukan gerakan mendukung program vaksin di Indonesia ini tentunya terdapat akun-akun social media yang turut menyampaikan opini dan dukungannya melalui tagar khusus agar dapat membuat masyarakat lain untuk ikut serta dalam program vaksinasi tersebut, salah satunya yaitu dukungan melalui tagar #VaksinUntukKita di twitter.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif analisis isi dengan paradigma positivisme yang menalarkan penelitian sebagai alat mengkaji dan mempelajari kejadian-kejadian sosial (Turnomo Rahardjo, 2011: 6). Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah cuitan-cuitan akun media sosial twitter menggunakan kata kunci vaksin dan dalam ruang lingkup tagar #VaksinUntukKita dan untuk objek penelitiannya yaitu akun twitter @VaksinUntukKita. Peneliti melakukan pengamatan dan pengambilan data menggunakan aplikasi netlytic.org dan gephi tanggal 5 Maret 2021 pukul 23:10 WIB. Data yang berhasil di dapatkan sebanyak 2500 data dan jumlah sampel yang diambil adalah 251 nodes.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis pada aplikasi netlytic.org dan gephi yang telah dilakukan observasi sejak tanggal 5 Maret 2021 menghasilkan beberapa jumlah data set sebanyak 2500 data yang sudah terekam pada aplikasi netlytic.org dengan menggunakan akun sosial media twitter terkait tagar #VaksinUntukKita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *social network analysis* komunikasi kesehatan dengan tagar #VaksinUntukKita di tengah pandemi covid 19 dengan menggunakan aplikasi gephi dan netlytic.org. Hal ini ditujukan agar lebih mengetahui penyebaran informasi terkait vaksin, mengetahui pola interaksi dalam tagar tersebut yang divisualisasikan dalam bentuk sociogram.

Pada level system, modularity digunakan untuk menentukan cluster-cluster yang ditemukan dalam suatu tagar. Pada gambar 1 menjelaskan bahwa jaringan komunikasi sosial dengan #VaksinUntukKita memiliki ukuran modularity sebesar 0.330700, *netlytic* telah

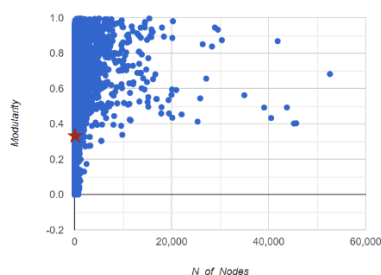
**Social Network Analysis Komunikasi Kesehatan Pengguna Twitter Dengan Tagar #vaksinuntukkita
Di Era Covid-19**

(Shafira Julia Riyanto¹, Nuke Farida²)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

memberitahukan bahwa nilai tersebut kurang dari angka 0.5 hal ini berarti di dalam jaringan tersebut saling berkumpul menjadi satu secara bertumpuk dan lebih dari 1 anggota yang menggunakan tagar tersebut. Modularity menentukan cluster-cluster yang ditemukan dalam tagar tersebut yang mewakili masyarakat yang berbeda dalam suatu jaringan. Nilai-nilai yang lebih tinggi menunjukkan perbedaan yang jelas antara masyarakat atau anggota yang diwakili oleh cluster di *netlytic*. Nilai-nilai rendah modularity biasanya kurang dari 0,5 ini berarti menunjukkan bahwa cluster ditemukan oleh *netlytic* akan berkumpul menyatu (bertumpuk) dan jaringan lebih cenderung terlihat dari suatu kelompok yang mendominasi.

Ada 5 kelompok (cluster) dalam satu jaringan, untuk cluster 1 ini jaringannya berkumpul menyatu dan saling menumpuk. Untuk cluster 1 sendiri terdiri dari beberapa akun namun hanya 5 akun yang mendominasi percakapan jaringan dalam tagar #VaksinUntukKita ini yaitu akun @vaksinbersama, @vaksin_update, @vaksin_kita, @ontynad, @mcfinkel.



Gambar 1 : Nilai Modularity #VaksinUntukKita

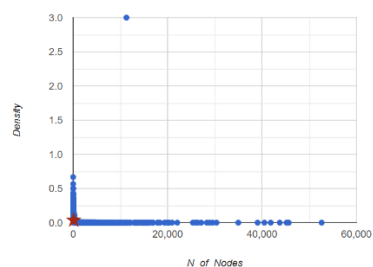
Sumber : netlytic.org

Nilai density yang didapatkan dalam tagar #VaksinUntukKita adalah 0.035630. Density (kepadatan) adalah perbandingan jumlah link (ties) yang ada dalam jaringan dengan jumlah link yang mungkin muncul. Jaringan dengan kepadatan tinggi adalah jaringan dimana anggotanya saling berinteraksi satu sama lain, ini mengartikan bahwa intensitas hubungan komunikasi antar aktor dalam tagar tersebut rendah tidak padat atau tidak ada percakapan banyak di antara anggota jaringan. Jika disimpulkan berarti intensitas interaksi yang terjadi dari setiap anggota minim atau tidak erat. Penyebaran informasi dalam tagar ini berjalan lambat, hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya beberapa masyarakat yang masih acuh terkait informasi dan pelaksanaan vaksin dan beberapa masyarakat juga masih takut dalam melakukan vaksin.

Social Network Analysis Komunikasi Kesehatan Pengguna Twitter Dengan Tagar #vaksinuntukkita
Di Era Covid-19

(Shafira Julia Riyanto¹, Nuke Farida²)

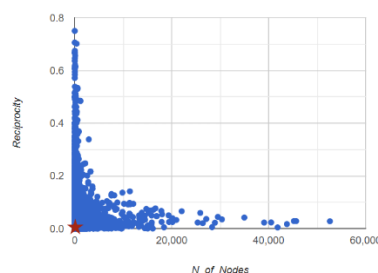
<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>



Gambar 2 : Nilai Density #VaksinUntukKita

Sumber : netlytic.org

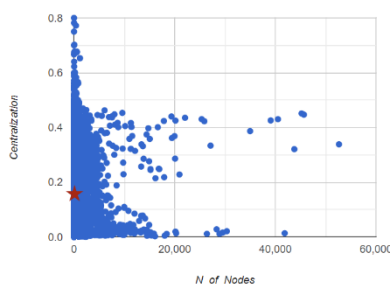
Pada gambar 3 dijelaskan bahwa nilai reciprocity dalam tagar #VaksinUntukKita yaitu 0.004556, hal ini menunjukkan bahwa relasi anggota jaringan yang dilakukan berlangsung secara satu arah, aktor dalam jaringan ini juga berinteraksi searah dengan intensitas yang rendah.



Gambar 3 : Nilai Reciprocity #VaksinUntukKita

Sumber : netlytic.org

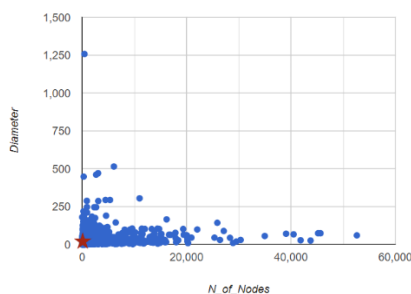
Nilai sentralisasi yang berhasil didapatkan yaitu senilai 0.156700. Sentralisasi sendiri fungsinya untuk mengukur tingkat sentralitas rata-rata semua node dalam sebuah jaringan. Nilai centralization dalam tagar #VaksinUntukKita berada pada nilai 0.156700, ini berarti nilai tersebut mendekati angka 0, struktur jaringan terdesentralisasi karena menandakan bahwa jaringan tersebut bersifat bebas mengalir mengarah ke banyak orang, dalam kata lain informasi yang disampaikan dalam lingkup tagar #VaksinUntukKita mengarah dan bersifat seperti sosialisasi.



Gambar 4 : Nilai Centralization #VaksinUntukKita

Sumber : netlytic.org

Diameter adalah jarak terjauh di antara dua aktor dalam suatu jaringan. Jaringan dengan diameter besar ditandai oleh persebaran aktor yang menyebar, sebaliknya jaringan dengan diameter yang kecil ditunjukkan oleh persebaran aktor yang mengumpul. Sementara jarak (distance) adalah berapa rata-rata langkah yang dibutuhkan oleh semua aktor untuk bisa saling berinteraksi. Dalam network properties tersebut dijelaskan bahwa tagar #VaksinUntukKita memiliki diameter dengan nilai 20, dalam jaringan ini berarti disimpulkan bahwa jarak yang dibutuhkan oleh aktor (node) satu untuk menuju aktor lainnya yang terpendek langkahnya maksimal 20 langkah.



Gambar 5 : Nilai Diameter #VaksinUntukKita

Sumber : netlytic.org

Hal ini juga didukung dari hasil pemrosesan data pada gephi, peneliti telah memasukkan data dari netlytic kedalam software gephi, peneliti mendapatkan hasil seputar jumlah hubungan suatu node dalam hubungan node yang lainnya pada suatu network (degree). Pada hasil yang ditemukan ada 5 aktor teratas yang memiliki pengaruh besar dalam tagar #VaksinUntukKita di media sosial twitter dan pusat terbesarnya adalah akun twitter @ontynad

Social Network Analysis Komunikasi Kesehatan Pengguna Twitter Dengan Tagar #vaksinuntukkita

Di Era Covid-19

(Shafira Julia Riyanto¹, Nuke Farida²)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

dengan jumlah nilai in-degree sebesar 42, namun sayangnya dalam percakapan jaringan ini masih kurangnya feedback atau interaksi antara satu aktor dengan yang lainnya, hal ini dibuktikan karena nilai pada aktor-aktor yang didapatkan dari out-degree melalui aplikasi gephi adalah 0.

Menurut December, CMC adalah proses komunikasi manusia melalui computer, melibatkan orang dan terlibat dalam proses untuk membentuk media dalam berbagai tujuan sedangkan dalam makna klasik, Herring sendiri memiliki pendapat lain tentang CMC sebagai media untuk bertukar pesan yang dilakukan oleh seseorang melalui media komputer yang berbeda. Hal yang dimaksud adalah bagaimana dua orang atau lebih bisa bertukar pesan antara pengguna computer dengan pengguna lain menggunakan media computer melalui aplikasi atau sarana dalam computer (Thurlow, 2005: 15).

Berkaitan dengan teori CMC ada beberapa karakteristik yang terpenuhi yaitu interaktif, dimana di social media twitter dapat saling berinteraksi, membalas mention, melakukan retweet sehingga hal ini dapat membuat pengguna satu dengan yang lainnya dapat mengetahui informasi yang menjadi perbincangan hangat di twitter, dalam kasus ini pengguna lainnya bisa mengetahui informasi terkait vaksin di tengah pandemi covid 19 ini. Karakteristik multimedia, kita dapat saling membagi link satu sama lain, gambar video, hal ini bisa menambah wawasan untuk masyarakat yang masih awam dan bisa menjadi bukti kuat dalam melakukan penyebaran informasi, karakteristik hypertextual bisa menyatukan kembali informasi yang kita dapatkan dengan data-data sebelumnya, contohnya seperti penyaluran informasi dalam tagar ini #VaksinUntukKita kemudian dibagikan atau dishare kembali sesuai dengan keinginan para pengguna twitter, hal ini tentunya memberikan dampak positif secara lebih karena penyaluran informasi dapat menyebar secara luas dan cepat.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian disimpulkan bahwa jaringan komunikasi tagar #VaksinUntukKita untuk tahap level system ini memiliki diameter senilai 20 yang memiliki arti bahwa dalam jaringan ini jarak dari satu aktor ke aktor lainnya berjarak sebanyak 20 langkah. Menggunakan aplikasi netlytic, terdapat 5 cluster dalam jaringan ini saling berkumpul dan bertumpuk ini menandakan lebih dari satu akun yang menggunakan tagar tersebut. Visualisasi jaringan dilakukan dengan menggunakan Yifan Hu Proportional dan terdapat 251

nodes yaitu aktor atau pengguna twitter yang menggunakan tagar #VaksinUntukKita dan 443 edges dalam tagar tersebut. Menggunakan gephi, dalam jaringan komunikasi ini terdapat 5 aktor yang berperan penting dalam menyampaikan pesan dan informasi yang terhubung dengan tagar tersebut namun untuk aktor pusatnya sendiri dipegang oleh akun twitter @ontynad dengan jumlah in-degree sebanyak 42 namun komunikasi jaringan dalam tagar ini penyebaran informasinya berjalan lambat, hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti masih kurangnya tingkat kesadaran diri dari masyarakat, acuh terhadap informasi yang diberikan, takut akan terjadi sesuatu yang tidak diharapkan dari pelaksanaan vaksin tersebut dan kurangnya interaksi dua arah atau timbal balik antara aktor-aktor lainnya.

Peneliti berharap pada penelitian berikutnya untuk dapat lebih mengkaji secara dalam, diukur variable keefektifan isi konten secara kuantitatif dalam akun twitter @VaksinUntukKita serta diukur secara level aktor dan sub-kelompok. Diharapkan akun twitter @VaksinUntukKita bisa menggunakan tagar yang lebih universal dan menunjukkan ke manfaat dari vaksin tersebut contohnya seperti #VaksinUntukSehat agar masyarakat bisa lebih mengikuti dan mudah menangkap maksud dari sosialisasi akun tersebut dan tentunya bisa mengikuti apa yang sudah diupayakan oleh pemerintah terkait pelaksanaan vaksin. Untuk pengikut (*followers*) akun twitter @VaksinUntukKita diharapkan kedepannya dapat memberikan komentar atau *feedback* terkait unggahan dari akun twitter tersebut agar tercapainya interaksi yang baik dan komunikasi timbal balik atau dua arah.

REFERENSI

- Anggreni, L. S., Nugroho, R. A., Luthfi, H. S., Kresna, I. M., & Santoso, T. B. (2019). Penggunaan kata umpatan di Twitter berdasarkan gender di pilkada Sumatera Utara 2018. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 121-132.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia." *Jurnal Publiciana* 9.1 (2016): 140-157.
- Darmawan, Dadan. (2020). "Hasil pemberdayaan masyarakat oleh Koperasi Simpan Pinjam sebagai upaya mewujudkan kesejahteraan ekonomi di Koperasi Serba Usaha Mandiri Kasemen, Kota Serang." *Jurnal Eksistensi Pendidikan Luar Sekolah (E-Plus)* 5.2.
- Eriyanto. 2014. *Analisis Jaringan Komunikasi : Strategi Baru dalam penelitian ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta. Prenamedia Group.
- Kadushin, C., 2012, *Understanding Social Network : Theories, Concept, and Findings*, Oxford University Press, New York
- Komunikasi Kesehatan: Sebuah Pengantar Komprehensif Edisi Pertama : 2018 : Fajar Junaedi, Filosa Gita Sukmono, Penerbit Prenadamedia Group.

- Marwick, Alice & Danah Boyd. 2011. *To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter*. USA: Sage Publication.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pakpahan, Roida. (2017). Analisis Fenomena Hoax di Berbagai Media Sosial dan Cara Menanggulangi Hoax. Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST).
- Paramita, S., & Irena, L. (2020). Retorika Digital dan Social Network Analysis Generasi Milenial Tionghoa melalui Youtube. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 137-156.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach*. Deepublish.
- Samatan, N., Fatoni, A., & Murtiasih, S. (2020). Disaster Communication Patterns and Behaviors On Social Media: A Study Social Network #Banjir2020 On Twitter. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 29.
- Saptaning Wilujeng, S.Gz.,MPH. Tatag Handaka, S.Sos., M.Si. (2017). “Komunikasi Kesehatan : Sebuah Pengantar”. UB Press. Malang.
- Scot, J., 2013, *Social Network Analysis 3rd Edition*, Sage, London, UK.

INTERNET :

<https://www.hootsuite.com/ja/research/social-trends>

(Diakses pada hari Rabu, tanggal 2 Juni pukul 21.00)

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210112211001-20-592885/jokowi-terima-suntikan-dosis-pertama-vaksin-covid-19-sinovac>

(Diakses pada hari Minggu, tanggal 6 Juni pukul 19.00)

<https://covid19.go.id/>

(Diakses pada hari Selasa, tanggal 27 Juli pukul 20.30)

<https://vaksinuntukkita.id/>

(Diakses pada hari Selasa, tanggal 15 Juni pukul 15.00)