

Analisis Akun Berpengaruh pada Tagar #MencuriRadenSaleh di Twitter dengan *Social Network Analysis*

Gilang Agung Saputra ^{1*}, Evangs Mailoa ²

^{1,2} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Kota Salatiga, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

article info

Article history:

Received 30 November 2022

Received in revised form
12 March 2023

Accepted 1 May 2023

Available online July 2023

DOI:

<https://doi.org/10.35870/jtik.v7i3.848>

Keywords:

SNA; Twitter; Hashtag;
Centrality.

abstract

Twitter users come from various backgrounds and interests, ranging from just looking for entertainment, information, business needs, or discussion. Many discussion topics can be found on Twitter especially using Hashtags. A topic will form communication with other accounts, one of the hashtags is the hashtag #MencuriRadenSaleh, the hashtag comes from the title of the film Mencuri Raden Saleh which was released on August 25, 2022. This study analyzes the communication network formed by the hashtag #MencuriRadenSaleh using the Social method Network Analysis to find influential accounts in the communication network that is formed, the analysis uses the calculation of degree centrality, betweenness centrality, closeness centrality, and eigenvector centrality. The data is in the form of tweets containing the hashtag #MencuriRadenSaleh taken from 15 August 2022 to 25 August 2022 with a total of 9041 nodes and 6064 edges. The results of the research conducted show that the accounts @umayshhhhb, @iqbaal, and @mrs_film are influential accounts in the formation of communication networks and information dissemination with the hashtag #MencuriRadenSaleh, the accounts @umayshhhhb and @iqbaal is owned by the actor Mencuri Raden Saleh, and @mrs_film is the official account of the film.

abstract

Pengguna Twitter berasal dari berbagai latar belakang dan kepentingan yang berbeda, mulai dari sekedar mencari hiburan, informasi, keperluan bisnis, maupun diskusi. Banyak topik diskusi yang dapat ditemukan di Twitter apalagi menggunakan Hashtag. Sebuah topik akan membentuk komunikasi dengan akun-akun lain, salah satu hashtag tersebut adalah hashtag #MencuriRadenSaleh, hashtag tersebut berasal dari judul film Mencuri Raden Saleh yang dirilis pada 25 Agustus 2022. Penelitian ini menganalisis jaringan komunikasi yang terbentuk oleh hashtag #MencuriRadenSaleh menggunakan metode Social Network Analysis untuk menemukan akun berpengaruh dalam jaringan komunikasi yang terbentuk, analisis menggunakan perhitungan degree centrality, betweenness centrality, closeness centrality, dan eigenvector centrality. Data berupa tweet yang mengandung hashtag #MencuriRadenSaleh yang diambil pada 15 Agustus 2022 hingga 25 Agustus 2022 sebanyak 9041 nodes dan 6064 edge. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa akun @umayshhhhb, @iqbaal, dan @mrs_film merupakan akun yang berpengaruh dalam terbentuknya jaringan komunikasi dan penyebaran informasi dengan hashtag #MencuriRadenSaleh, akun @umayshhhhb dan @iqbaal dimiliki oleh pemain film Mencuri Raden Saleh, dan @mrs_film merupakan akun resmi dari film tersebut.

* Author. Email: 672019229@student.uksw.edu ^{1*}, evangs.mailoa@uksw.edu ².

© E-ISSN: 2580-1643.

Copyright © 2023. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISEI)

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Latar Belakang

Penyebaran informasi di era digital kini semakin mudah untuk dilakukan, kemudahan ini tidak lepas dari peran media sosial yang sering digunakan seperti Whatsapp, Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, dan media sosial lainnya [1]. Hasil dari survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2019 menyatakan terdapat 196 juta pengguna aktif internet di Indonesia dengan peningkatan sebesar 8,9% dari tahun sebelumnya [2]. Pada tahun 2019 terdapat 6,4 juta pengguna aktif media sosial Twitter di Indonesia dan terjadi peningkatan yang signifikan menjadi 18,45 juta pengguna aktif pada tahun 2022 dengan total 4,23% dari pengguna aktif Twitter di seluruh dunia, peningkatan tersebut menunjukkan semakin tinggi antusias masyarakat Indonesia untuk menggunakan media sosial Twitter serta semakin mudah untuk menyebarkan suatu Informasi [3].

Pengguna media sosial Twitter berasal dari berbagai latar belakang dan juga kepentingan yang berbeda, ada pengguna yang memanfaatkan media sosial Twitter sebagai *platform* untuk mempromosikan produk, menjadi *customer service* sebuah perusahaan, mencari atau membagikan berita terkini, mencari hiburan di waktu senggang, maupun berdiskusi tentang suatu topik dengan pengguna lain [4][5].

Salah satu hal yang dapat membentuk diskusi terhadap suatu topik di Twitter adalah *hashtag*, *hashtag* atau tagar merupakan penanda kata kunci yang dapat memudahkan pengguna untuk menemukan topik tertentu [6][7]. Tak jarang sebuah *hashtag* menjadi trending di Twitter karena banyak yang menggunakan ataupun melakukan komunikasi dengan *hashtag* tersebut, salah satunya adalah diskusi dengan *hashtag* #MencuriRadenSaleh, *hashtag* tersebut berasal dari judul sebuah film yaitu Mencuri Raden Saleh yang disutradarai oleh Angga Dwimas Sasongko, film Mencuri Raden Saleh menceritakan tentang pencurian sebuah lukisan dengan harga fantastis yang berada di Istana Presiden, film tersebut diperankan oleh Umay Shahab, Iqbal Ramadhan, Ari Irham, Angga Yunanda, Rachel Amanda, Aghniny Haque, serta aktor dan aktris populer lainnya [8]. Film Mencuri Raden Saleh dirilis pada tanggal 25 Agustus 2022, *hashtag* #MencuriRadenSaleh cukup ramai dibahas oleh pengguna Twitter di Indonesia dan

sempat menjadi trending topik bahkan sebelum film tersebut dirilis [8].

Pada penelitian sebelumnya yang berjudul Gerakan Opini Digital #TrueBeauty pada Twitter untuk Pemeran Film Adaptasi Komik Webtoon oleh Tjahyana (2020), penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana opini digital tagar #TrueBeauty di Twitter terbentuk dengan jaringan komunikasi, akun dominan dilihat dengan *Degree Centrality* serta kata populer dalam jaringan yang terbentuk [5].

Penelitian yang berjudul Analisis Jaringan dan Aktor #BatalkanOmnibusLaw di Media Sosial Twitter menggunakan *Social Network Analysis*(SNA) oleh Utami dkk (2021) melakukan analisis jaringan komunikasi Twitter dengan pengolahan menggunakan Gephi dan Netlytic, metode yang digunakan adalah *degree centrality*, *closeness centrality*, *betweenness centrality*, dan *eigenvector centrality*, akun paling berpengaruh adalah @fraksirakyatid dan @walhinasional yang selalu mendapat nilai *centrality* tertinggi dibandingkan akun lain [9].

Selanjutnya penelitian yang berjudul Analisis *Node* dengan Centrality dan Follower Rank pada Twitter oleh Mailoa (2020) melakukan analisis akun berpengaruh pada tagar #4niesKingOfDrama di Twitter dengan metode *degree centrality*, *betweenness centrality*, *closeness centrality*, dan *follower rank*, hasil penelitian menunjukkan bahwa akun berpengaruh dengan *centrality* tinggi belum tentu akun populer dengan nilai *follower rank* yang tinggi [10].

Selain itu penelitian dengan judul Peran Pers Sebagai Aktor Gerakan Digital Tagar #SolidaritasUntukNNT di Twitter oleh Bakry dan Kusmayadi (2021) melakukan analisis akun berpengaruh dengan metode *centrality*, hasil yang didapatkan yaitu akun @vice_id mendapat *degree centrality* dan *eigenvector centrality* tertinggi, sedangkan nilai *closeness centrality* dan *betweenness centrality* tertinggi didapatkan oleh @idntimes dan @detikcom [11].

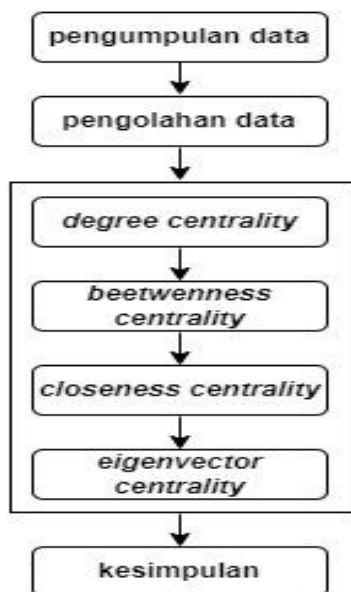
Dari penelitian-penelitian yang sebelumnya telah dilakukan, terdapat penelitian yang menggunakan *follower rank* untuk menemukan akun populer kemudian membandingkan dengan hasil *centrality*, terdapat penelitian yang menggunakan *degree centrality*,

betweenness centrality, *closeness centrality*, dan *eigenvector centrality* yang efektif untuk menemukan akun berpengaruh dalam jaringan komunikasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jaringan komunikasi yang terbentuk dari diskusi dengan *hashtag* #MencuriRadenSaleh di Twitter, mengetahui akun-akun yang berpengaruh pada jaringan komunikasi, serta mengidentifikasi apakah terdapat akun yang memiliki keterlibatan langsung dengan film Mencuri Raden Saleh menggunakan metode *Social Network Analysis*. Penelitian ini berperan serta dalam keilmuan khususnya analisis jaringan komunikasi menggunakan *hashtag* pada sosial media Twitter untuk mengidentifikasi akun-akun yang berpengaruh dalam terbentuknya suatu jaringan komunikasi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu pengumpulan data, pengolahan data, analisis dengan metode *centrality*, dan penarikan kesimpulan dari hasil analisis. Pada proses analisis dilakukan pencarian *node* atau akun paling berpengaruh dalam jaringan menggunakan hasil nilai *centrality* yang berdasarkan hasil *degree centrality*, *betweenness centrality*, *closeness centrality*, dan *eigenvector centrality*. Kesimpulan yang dihasilkan adalah akun-akun yang mendapatkan nilai *centrality* tinggi.



Gambar 1. Tahap Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Social Network Analysis*(SNA) yang bertujuan untuk menganalisis jaringan komunikasi yang terbentuk oleh *hashtag* #MencuriRadenSaleh serta mencari akun Twitter yang berpengaruh besar pada jaringan komunikasi menggunakan *degree centrality*, *betweenness centrality*, *closeness centrality*, dan *eigenvector centrality*[1][9][11][12].

Struktur jaringan sosial dibentuk oleh *node-node* yang merepresentasikan akun yang terlibat dalam jaringan komunikasi, *node* tersebut dihubungkan oleh *edge* yang merepresentasikan komunikasi yang terjadi antara *node* satu dengan *node* lain[1]. Untuk menemukan *node* pusat dalam jaringan komunikasi dapat dilihat dari nilai sentralitas tiap *node* dengan acuan yaitu:

Degree Centrality

Degree Centrality merupakan jumlah *edge* atau interaksi yang terjadi pada *node*, semakin tinggi nilai *degree centrality* yang dihasilkan artinya semakin tinggi juga pengaruh *node* tersebut terhadap jaringan komunikasi yang terbentuk, *degree centrality* merupakan total dari jumlah *node* lain yang terhubung pada satu *node* (*indegree*) dan jumlah satu *node* yang terhubung dengan *node* lain (*outdegree*), untuk mendapatkan nilai *Degree Centrality* dapat menggunakan persamaan (1) di bawah [1][9][13].

$$Cd(Ni) = d(Ni) = \sum_{j=1}^n X_{ij} \quad (i \neq j) \quad (1)$$

Dari persamaan (1) di atas, N_i merupakan jumlah hubungan menuju ke satu *node*, sedangkan X_{ij} adalah jumlah hubungan atau koneksi pada *node* N_i dengan *node* lainnya.

Betweenness Centrality

Betweenness Centrality merupakan nilai yang merepresentasikan besarnya sebuah *node* menjadi perantara komunikasi dalam jaringan, semakin sering sebuah *node* menjadi perantara komunikasi *node-node* lain dalam jaringan maka nilai *Betweenness Centrality* yang dihasilkan akan semakin tinggi, untuk mendapatkan nilai *Betweenness Centrality* dapat menggunakan persamaan (2) di bawah[1][14][15].

$$B_c(N_i) = \sum_{j < k} \frac{G_{jk}(N_i)}{G_{jk}} \quad (2)$$

Dari persamaan (2) di atas, nilai $G_{jk}(N_i)$ merupakan

jumlah hubungan dari *node* j ke *node* k yang diperantarai oleh *node* i , sedangkan nilai G_{jk} adalah jumlah hubungan atau jalur antara dua *node* pada jaringan, nilai *Betweenness Centrality* didapatkan dengan membagi $G_{jk}(N_i)$ dengan G_{jk} .

Closeness Centrality

Closeness Centrality merupakan nilai rata-rata kedekatan suatu *node* dengan *node* lain dalam jaringan, semakin sering *node* atau akun tersebut berinteraksi dengan *node* lain maka semakin pendek jarak dari *node* yang dihitung terhadap *node* lain dan akan menghasilkan nilai *Closeness Centrality* yang semakin tinggi, untuk mendapatkan nilai *Closeness Centrality* dapat menggunakan persamaan (3) di bawah [1][9][14].

$$C_c(N_i) = \frac{1}{\sum_{j=a}^n d(N_i, N_j)} \quad (i \neq j) \quad (3)$$

Dari persamaan (3) di atas, nilai $d(N_i, N_j)$ merupakan jumlah koneksi paling pendek yang menjadi penghubung *node* N_i dan *node* N_j , *Closeness Centrality* dihasilkan dengan cara membagi 1 dengan nilai $d(N_i, N_j)$.

Eigenvector Centrality

Eigenvector Centrality berfungsi untuk melihat *node* yang memiliki koneksi paling banyak dengan *node-node* lain yang juga memiliki nilai *centrality* tinggi, suatu *node* akan memiliki nilai *Eigenvector Centrality* yang lebih tinggi dibandingkan dengan *node* lain yang terhubung dengan nilai *centrality* tinggi, untuk mendapatkan nilai *Eigenvector Centrality* dapat menggunakan persamaan (4) di bawah [9][14].

$$C(\beta) = \sum (a + \beta_{ij}) A_{ji} \quad (4)$$

Dari persamaan (4) di atas, a merupakan konstanta atau skala *vector*, β adalah jumlah *node* dengan nilai *centrality* yang juga terhubung ke *node* lain dengan nilai *centrality* yang tinggi sedangkan A merupakan matriks *adjacency* yang merepresentasikan *node-node* dalam jaringan yang berdekatan.

Data yang digunakan pada penelitian merupakan data *tweet* pada media sosial Twitter dengan kata kunci berupa *hashtag* #MencuriRadenSaleh, data penelitian diambil pada tanggal 15 Agustus 2022 sampai dengan

25 Agustus 2022 menggunakan *tool online* netlytic.org serta proses visualisasi jaringan dan pengolahan lebih lanjut menggunakan *software* Gephi versi 0.9.2, data tersebut diambil saat *hashtag* #MencuriRadenSaleh mulai dibahas hingga tepat pada perilisan film yaitu pada tanggal 25 Agustus 2022, pengambilan data pada periode tersebut mendapatkan 9041 *nodes* dengan 6064 *edge* [8].

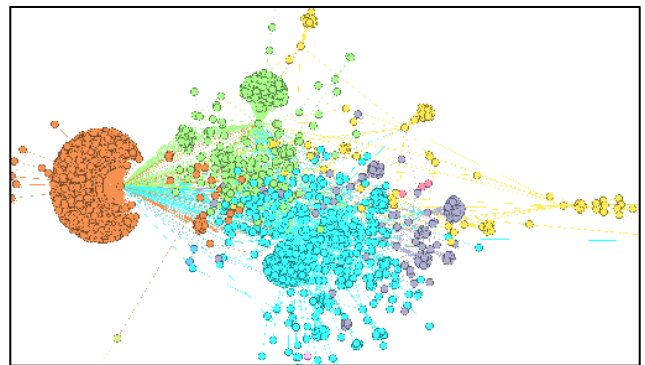
3. Hasil dan Pembahasan

Hasil pengambilan data *tweet* dengan *hashtag* #MencuriRadenSaleh menggunakan *online tool* netlytic.org dan pengolahan dengan Gephi 0.9.7 ditampilkan pada Tabel 1 di bawah.

Tabel 1. Hasil Pengumpulan Data

Node	Edge	Tweet	Akun
9041	6064	1547	3248

Data diambil pada tanggal 15 Agustus 2022 sampai dengan 25 Agustus 2022, data yang didapatkan selama periode tersebut sebanyak 9041 *node*, 6064 *edge*, 1547 *tweet*, dan 3248 *akun*, jumlah *node* tersebut terdiri dari *original tweet*, *quote*, *reply*, dan *retweet*.



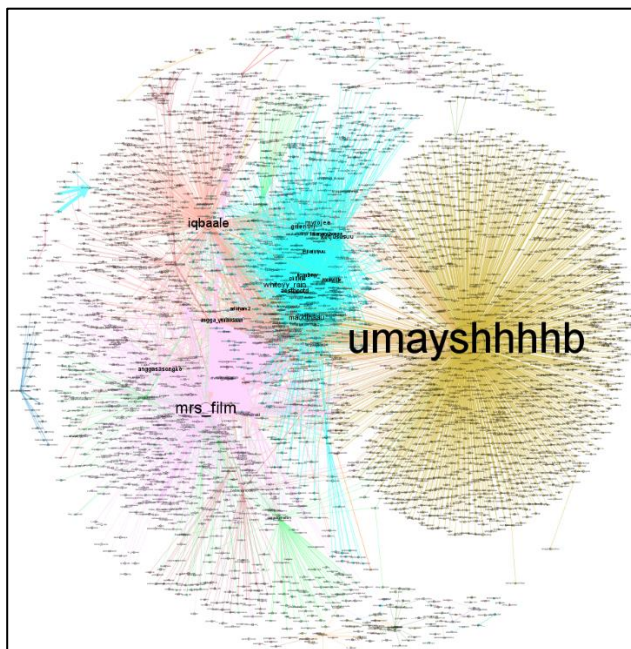
Gambar 2. Jaringan Komunikasi Awal *Hashtag* #MencuriRadenSaleh

Gambar 2 di atas menunjukkan jaringan komunikasi dari *hashtag* #MencuriRadenSaleh, terlihat beberapa komunitas sudah terbentuk, namun diperlukan pemrosesan lebih lanjut agar visualisasi dari jaringan komunikasi lebih mudah untuk dipahami. Dari proses pembentukan jaringan komunikasi didapatkan informasi jaringan yang ditunjukkan pada tabel 2 di bawah.

Tabel 2. *Overview Jaringan*

Average Degree	Network Diameter	Graph Density	Modularity
1,867	9	0,001	0,665

Informasi dari Tabel 2 menunjukkan bahwa jaringan yang terbentuk memiliki nilai *average degree* sebesar 1,867 yang artinya kebanyakan sebuah *node* hanya berhubungan dengan satu *node* lain. *Network diameter* mendapatkan nilai 9 yang artinya jarak paling jauh dari *node* satu ke *node* lain adalah 9 *node*. *Graph density* atau kepadatan jaringan mendapatkan nilai sebesar 0,001 yang artinya kepadatan jaringan yang terbentuk tidak padat jika dalam skala nilai 0 hingga 1. Jaringan komunikasi dengan jenis Fruchterman Reingold berdasarkan *modularity* membentuk 4 komunitas terbesar, ukuran *node* berdasarkan nilai *degree centrality* divisualisasikan pada gambar 3 di bawah.



Gambar 3. Visualisasi Komunitas dengan Fruchterman Reingold

Dari perhitungan nilai *degree centrality* didapatkan 10 akun dengan nilai *degree centrality* tertinggi yang tertampil pada tabel 3.

Tabel 3. Akun dengan *Degree Centrality* Tertinggi

No	ID Akun	In Degree	Out Degree	Degree Centrality
1.	@umayshhhhb	1418	1	1419
2.	@mrs_film	380	127	507
3.	@iqbaale	382	3	385

4.	@whiteyy_rain	181	1	182
5.	@maudinaau	176	4	180
6.	@myrojee	166	1	167
7.	@ketjususuu	152	9	161
8.	@grienthi	153	1	154
9.	@anggasasongko	104	31	135
10.	@aesthootd	119	15	134

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *degree centrality* pada 10 akun terpilih (terlihat pada tabel 3), akun dengan nilai *degree centrality* tertinggi adalah @umayshhhhb dengan nilai *degree centrality* sebanyak 1419, akun @umayshhhhb memiliki nilai *indegree* 1418 dan *outdegree* 1, hal tersebut menunjukkan bahwa akun @umayshhhhb lebih sering mendapat balasan dari *tweet* yang dibuat, akun tersebut menjadi pusat dan memiliki pengaruh terbesar pada jaringan komunikasi dengan *hashtag* #MencuriRadenSaleh[8]. Akun @mrs_film mendapatkan nilai *degree centrality* terbesar kedua setelah @umayshhhhb namun justru memiliki nilai *outdegree* paling tinggi dengan nilai 127, nilai *outdegree* yang tinggi menunjukkan bahwa akun tersebut kerap membalas *tweet* dari akun-akun lain. Langkah selanjutnya adalah menghitung nilai *betweenness centrality*, *closeness centrality*, serta *eigenvector centrality* berdasarkan 10 akun utama pada jaringan dengan nilai *degree centrality* tertinggi.

Tabel 4. Hasil Perhitungan *Betweenness Centrality*

No	Username	Betweenness Centrality
1.	@iqbaale	26155
2.	@mrs_film	26084
3.	@umayshhhhb	21303
4.	@anggasasongko	2933
5.	@aesthootd	122
6.	@maudinaau	88
7.	@ketjususuu	12
8.	@whiteyy_rain	0
9.	@myrojee	0
10.	@grienthi	0

Dari hasil perhitungan *betweenness centrality* (terlihat pada tabel 4), akun @iqbaale mendapatkan nilai *betweenness centrality* terbesar dengan nilai 26155, nilai tersebut menunjukkan bahwa akun @iqbaale menjadi akun yang paling sering menjadi perantara komunikasi akun-akun lain[1]. Selain itu terdapat dua akun lain dengan nilai *betweenness centrality* tinggi yaitu @mrs_film dengan nilai 26084 dan @umayshhhhb dengan nilai 21303. Perhitungan selanjutnya adalah *closeness centrality* untuk mencari akun yang memiliki

kedekatan tertinggi dengan akun atau *node-node* lain dalam jaringan.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Nilai *Closeness Centrality*

No	Username	Closeness Centrality
1.	@aesthootd	0,641026
2.	@mrs_film	0,639576
3.	@ketjususu	0,520833
4.	@anggasasongko	0,49589
5.	@maudinaau	0,431034
6.	@iqbaale	0,334566
7.	@umayshhhhb	0,25104
8.	@whiteyy_rain	0
9.	@myrojee	0
10.	@grienthi	0

Hasil perhitungan *closeness centrality* (terlihat pada tabel 5) menunjukkan bahwa akun @aesthootd memiliki nilai *closeness centrality* paling tinggi yaitu 0,641026, nilai tersebut menunjukkan bahwa akun @aesthootd merupakan akun yang paling dekat dengan akun-akun lain dalam jaringan sehingga *tweet* dengan *hashtag* #MencuriRadenSaleh yang dibuat oleh @aesthootd akan lebih cepat untuk menyebar, akun lain dengan nilai *closeness centrality* tinggi adalah @mrs_film dengan nilai 0,639576 dan akun @ketjususu dengan nilai 0,520833. Perhitungan selanjutnya adalah *eigenvector centrality* yang berfungsi untuk mencari akun berpengaruh dengan koneksi paling banyak terhadap akun berpengaruh lain dengan nilai *centrality* yang tinggi [8][9].

Tabel 6. Hasil Perhitungan Nilai *Eigenvector Centrality*

No	Username	Eigenvector Centrality
1.	@umayshhhhb	1.0
2.	@iqbaale	0.360477
3.	@mrs_film	0.321570
4.	@whiteyy_rain	0.190448
5.	@maudinaau	0.182899
6.	@grienthi	0.167050
7.	@myrojee	0.162122
8.	@ketjususu	0.150846
9.	@anggasasongko	0.132652
10.	@rockviille	0.117873

Hasil perhitungan *eigenvector centrality* (terlihat pada tabel 6) menunjukkan bahwa akun @umayshhhhb mendapatkan nilai *eigenvector centrality* tertinggi yaitu 1, jika dalam skala 0-1 maka akun @umayshhhhb memiliki nilai *eigenvector centrality* maksimal [8]. Nilai

tersebut menunjukkan akun @umayshhhhb merupakan akun yang paling banyak memiliki relasi dengan akun-akun lain yang juga memiliki nilai *centrality* tinggi dalam jaringan komunikasi.

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan metode *degree centrality*, *betweenness centrality*, *closeness centrality*, dan *eigenvector centrality* dapat digunakan untuk menemukan akun berpengaruh pada jaringan komunikasi yang terbentuk, dari keempat metode *centrality* yang digunakan didapatkan beberapa akun yang memiliki pengaruh tinggi terhadap penyebaran informasi yang menggunakan *hashtag* #MencuriRadenSaleh.

Akun @umayshhhhb merupakan akun dengan nilai *degree centrality* tertinggi, nilai *indegree* yang jauh lebih banyak dibandingkan *outdegree* menunjukkan bahwa akun tersebut merupakan akun yang berpengaruh dalam jaringan komunikasi dan menjadi pusat komunitas yang besar (dilihat dari gambar 1), @umayshhhhb dimiliki oleh pemain film Mencuri Raden Saleh yaitu Umay Shahab. Akun @iqbaal memiliki nilai *betweenness centrality* tertinggi, sehingga akun @iqbaal merupakan akun yang paling sering menjadi perantara komunikasi pada jaringan, akun @iqbaal dimiliki oleh pemain film Mencuri Raden Saleh yaitu Iqbaal Ramadhan. Akun @aesthootd memiliki nilai *closeness centrality* tertinggi sehingga akun tersebut merupakan akun yang paling dekat dengan akun-akun lain dalam jaringan komunikasi, akun tersebut merupakan akun afiliasi produk *online*. Akun dengan nilai *eigenvector centrality* tertinggi adalah @umayshhhhb, sehingga akun @umayshhhhb memiliki relasi yang paling banyak dengan akun-akun lain yang juga memiliki nilai *centrality* tinggi.

Dari seluruh proses perhitungan *centrality* yang digunakan, akun yang selalu menjadi salah satu dari tiga akun dengan nilai tertinggi adalah @mrs_film, akun tersebut selalu berada di urutan kedua terbesar pada hasil *degree centrality*, *betweenness centrality*, dan *closeness centrality*, serta berada di urutan ketiga pada hasil *eigenvector centrality*. Akun-akun yang memiliki pengaruh tinggi terhadap jaringan komunikasi dan penyebaran informasi dengan *hashtag*

#MencuriRadenSaleh adalah akun yang terlibat langsung dengan film Mencuri Raden Saleh, akun @umayshhhhb dan @iqbaal merupakan aktor dari film tersebut, sedangkan @mrs_film merupakan akun resmi dari film Mencuri Raden Saleh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun yang memiliki keterlibatan langsung terhadap topik diskusi dapat membuat topik tersebut lebih ramai dibicarakan serta informasi dapat lebih cepat menyebar. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan metode *Follower Rank* untuk menemukan akun populer, Analisis Sentimen, maupun metode-metode lain yang dapat mendukung proses analisis jaringan sosial.

5. Daftar Pustaka

- [1] Mailoa, E., 2020. Analisis Node dengan Centrality dan Follower Rank pada Twitter. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 4(5), pp.937-942. DOI: <https://doi.org/10.29207/resti.v4i5.2398>.
- [2] Sihombing, D.Y. and Nataliani, Y., 2021. Analisis Interaksi Pengguna Twitter pada Strategi Pengadaan Barang Menggunakan Social Network Analysis. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 10(2), pp.434-444. DOI: <https://doi.org/10.32520/stmsi.v10i2.1289>.
- [3] Monavia Ayu Rizaty, 2022. Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 Juta pada 2022, *dataindonesia.id*, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022> (accessed Nov. 08, 2022).
- [4] Tinages, R., Triayudi, A. and Sholihati, I.D., 2020. Analisis Sentimen Terhadap Layanan Indihome Berdasarkan Twitter Dengan Metode Klasifikasi Support Vector Machine (SVM). *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4(3), pp.650-658. DOI: <https://doi.org/10.30865/mib.v4i3.2181>.
- [5] L. J. Tjahyana, 2020. Gerakan Opini Digital #Truebeauty Pada Twitter Untuk Pemeran Film Adaptasi Komik Webtoon, *SOURCE J. Ilmu Komun.*, 6(1), pp. 36, 2020. DOI: <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1759>.
- [6] Fatoni, A. and Anestha, P., 2020. Analisis Jaringan Komunikasi Percakapan#tetapdukungsbb di Twitter pada Penerapan PSBB Kedua DKI Jakarta. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(2), pp.177-200. DOI: <https://doi.org/10.37826/spektrum.v8i2.115>.
- [7] Yogatama, A., Sugiarto, I. and Gumelar, A.B., 2022, May. Social Network Analysis of Citizen Initiated Vaccination Campaigns on Twitter. In *International Conference on Community Empowerment and Engagement (ICCEE 2021)* (pp. 122-132). Atlantis Press. DOI: <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220501.014>.
- [8] Alfiansyah, 2021. Sinopsis Singkat Film Mencuri Raden Saleh: Aksi Perampokan Lukisan di Istana Presiden, *infosemarangraya.pikiran-rakyat.com*. <https://infosemarangraya.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-1603033184/sinopsis-singkat-film-mencuri-raden-saleh-aksi-perampokan-lukisan-di-istana-presiden> (accessed Nov. 08, 2022).
- [9] Utami, S.R., Safitri, R.N. and 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), pp.135-148.
- [10] Mailoa, E., 2020. Analisis Node dengan Centrality dan Follower Rank pada Twitter. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 4(5), pp.937-942. DOI: <https://doi.org/10.29207/resti.v4i5.2398>.
- [11] Bakry, G.N. and Kusmayadi, I.M., 2021. Peran pers sebagai aktor gerakan digital tagar#solidaritasuntukntt di Twitter. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 5(1), pp.98-114. DOI: <https://doi.org/10.24198/jkj.v5i1.33458>.

- [12] Monaci, S. and Persico, S., 2022. The COVID-19 Vaccination Campaign and Disinformation on Twitter: The Role of Opinion Leaders and Political Social Media Influencers in the Italian Debate on Green Pass. *International Journal of Communication*, 16.
- [13] Milani, E., Weitkamp, E. and Webb, P., 2020. The visual vaccine debate on Twitter: A social network analysis. *Media and Communication*, 8(2), pp.364-375. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2847>.
- [14] Kartino, A. and Anam, M.K., 2021. Analisis Akun Twitter Berpengaruh terkait Covid-19 menggunakan Social Network Analysis. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 5(4), pp.697-704. DOI: <https://doi.org/10.29207/resti.v5i4.3160>.
- [15] Ahmed, W., Vidal-Alaball, J., Downing, J. and Seguí, F.L., 2020. COVID-19 and the 5G conspiracy theory: social network analysis of Twitter data. *Journal of medical internet research*, 22(5), p.e19458. DOI: <https://doi.org/10.2196/19458>.