

ANALISIS JARINGAN SOSIAL DAN AKTOR PADA KOLOM KOMENTAR VIDEO “GANJAR PRANOWO BICARA GAGASAN” DI AKUN YOUTUBE NAJWA SHIHAB

Zerlinda Antyaputri^a, Nathania Alma Cintanya Lalisang^b, Dr. Gema Nusantara^c

^{a b c} Universitas Padjadjaran, Jawa Barat, Indonesia
E-mail: zerlinda22001@mail.unpad.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis jaringan sosial dan aktor pada media Youtube Najwa Shibab. Pemilu 2024 mendukung meningkatnya partisipasi masyarakat, terutama dalam politik digital. Salah satu bentuk kampanye Ganjar Pranowo sebagai bakal calon presiden dilakukan melalui hadir dalam acara Bicara Gagasan dalam unggahan video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan”. Video tersebut menjadi ruang interaktif antara figur politik dan warga secara digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode *Social Network Analysis* (SNA). Data dikumpulkan melalui komentar YouTube yang dianalisis melalui *software* Gephi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi bersifat satu arah, ditandai dengan nilai *density* jaringan sebesar 0.000. Meskipun demikian, ditemukan aktor sentral seperti @wongdermayu6387 dan @fadliali4626 yang berperan penting sebagai *opinion leader* dan pusat distribusi informasi. Temuan ini dikaji melalui teori *Computer Mediated Communication* (CMC) untuk memahami bagaimana interaksi digital membentuk pola komunikasi baru. Penelitian ini dibatasi pada satu video dan pendekatan kuantitatif semata. Disarankan agar penelitian selanjutnya mengadopsi pendekatan campuran dan memperluas objek studi ke platform digital lain untuk menggali makna komunikasi politik secara lebih mendalam.

Kata Kunci: Pemilu, Bicara Gagasan, Kampanye, YouTube, Jaringan Sosial.

ABSTRACT

The 2024 election increased public participation, especially in digital politics. As one form of Ganjar Pranowo's campaign as a presidential candidate, he attended the Bicara Gagasan event in the YouTube video upload "Ganjar Pranowo Bicara Gagasan". The video that is the object of the study is part of Ganjar Pranowo's campaign as a presidential candidate and is an interactive space between political figures and digital citizens. The method used is a quantitative approach with the Social Network Analysis (SNA) method, using data in the form of YouTube comments analyzed using Gephi software. The results of the study show that the communication that occurs is one-way, marked by a network density value of 0.000. However, central actors such as @wongdermayu6387 and @fadliali4626 were found to play an important role as opinion leaders and information distribution centers. These findings are examined through the theory of Computer Mediated Communication (CMC) to understand how digital interactions form new communication patterns. This study is limited to one video and a quantitative approach alone. It is recommended that further research adopt a mixed approach and expand the object of study to other digital platforms to explore the meaning of political communication in more depth.

Keywords: Election, Bicara Gagasan, Campaign, YouTube, Social Network.

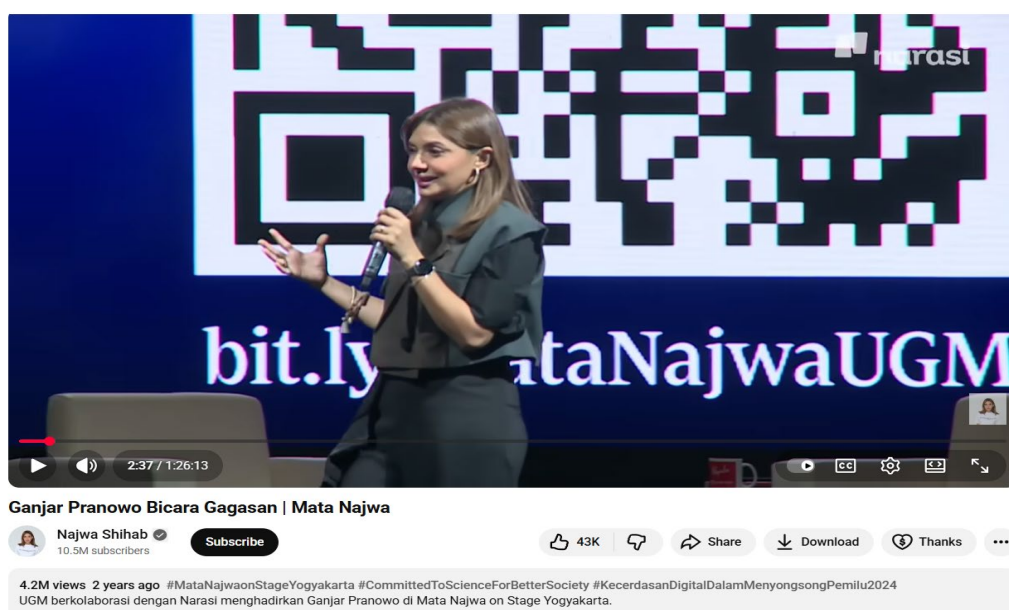
PENDAHULUAN

Pada 21 September 2023 diselenggarakan sebuah acara kolaborasi di salah satu universitas ternama di Indonesia yaitu Universitas Gadjah Mada (UGM). UGM berkolaborasi dengan Narasi, sebuah platform media yang diprakarsai oleh Najwa Shihab, untuk menghadirkan sejumlah aktor politik Indonesia dalam sesi wawancara. Para tokoh politik tersebut diundang untuk menyampaikan tanggapan serta memaparkan gagasan mereka terkait isu-isu kebangsaan dan masa depan Indonesia. Acara ini ditayangkan dalam format video melalui kanal YouTube Najwa Shihab dengan tajuk *Bicara Gagasan*.

Acara tersebut diselenggarakan dalam konteks persiapan Pemilu Presiden 2024, yang merupakan pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam sistem demokrasi, dimana Pemilu memberikan kesempatan bagi warga negara untuk memilih pemimpin secara langsung setiap lima tahun. Tahapan kampanye seperti forum dialog publik menjadi penting untuk mengenalkan gagasan calon pemimpin kepada masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Dwi (2023), pemilu adalah proses demokratis yang krusial dalam menentukan arah kepemimpinan dan kebijakan negara. Komisi Pemilihan Umum (KPU) juga memiliki peran strategis dalam memastikan pelaksanaan pemilu berjalan adil, transparan, dan partisipatif agar aspirasi rakyat benar-benar terwujud (KPU, 2024).

Bicara Gagasan sendiri memiliki judul lengkap “3 Bacapres Bicara Gagasan” dan diunggah melalui akun YouTube resmi Najwa Shihab. Acara ini disiarkan secara langsung (*live*) dengan durasi lebih dari enam jam. Dalam program tersebut, Najwa Shihab mengundang tiga bakal calon presiden (Bacapres) 2024 untuk hadir secara bergiliran dalam sesi terpisah guna memaparkan gagasan, berdialog dengan civitas akademika, serta menjawab pertanyaan dari audiens Mata Najwa. Tiga bacapres yang hadir dalam acara ini adalah Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto. Dalam salah satu episodinya, Najwa Shihab mengundang Ganjar Pranowo sebagai bintang tamu. Ganjar Pranowo merupakan politisi yang pernah menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah selama dua periode, yakni periode tahun 2013 – 2023. (Wikipedia, 2025). Sebelumnya, ia menjabat sebagai anggota DPR RI dari Fraksi PDI Perjuangan (2004–2013), dan saat ini memimpin Keluarga Alumni Universitas Gadjah Mada (Kagama) serta Persatuan Radio TV Publik Daerah Seluruh Indonesia (Persada.id). Pada acara kolaborasi tersebut, Ganjar hadir sebagai bakal calon presiden (bacapres) 2024 yang telah diusung oleh PDI Perjuangan bersama Mahfud MD sebagai calon wakil presidennya.

Gambar 1. Tangkapan Layar Video Ganjar Pranowo Bicara Gagasan



Sumber: Youtube (2023)

Dalam video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan” di akun milik Najwa Shihab, Ganjar menyampaikan beberapa strategi kampanye yang ingin ia lakukan kelak jika dipercaya masyarakat untuk menjadi Presiden Indonesia pada tahun 2024. Beberapa hal yang disampaikan Ganjar dalam “Bicara Gagasan” ini antara lain bahwa ia menolak tuduhan mempolitisasi agama, tidak ingin dicap sebagai pelaku politik identitas, serta menegaskan bahwa keterlibatannya sebagai model dalam adzan maghrib hanya karena menerima undangan, bukan atas inisiatif pribadi (Santoso, 2024). Pernyataan-pernyataan tersebut disampaikan sebagai bentuk klarifikasi untuk menghindari tuduhan serta membantah klaim negatif yang diarahkan kepadanya.

Bakal calon presiden Ganjar Pranowo juga memaparkan secara langsung pandangan serta gagasan politiknya kepada publik. Video ini diunggah di kanal resmi Najwa Shihab dengan jumlah pelanggan (*subscriber*) yang telah melebihi 10 juta orang. Jumlah audiens yang besar ini memberikan jangkauan yang sangat luas terhadap pesan politik yang disampaikan Ganjar, menjadikan platform YouTube bukan hanya sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai medium kampanye yang strategis di era digital. Video ini tidak hanya menarik perhatian jutaan penonton, tetapi juga memicu beragam reaksi dan diskusi publik di kolom komentar. Media sosial kini berperan sebagai ruang publik modern yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap berbagai isu, termasuk isu-isu politik (Indrawan et al., 2020; Indrawan, 2017; Latif et al., 2024; Noorikhshan et al., 2023 dalam Pane et al., 2025)

Fenomena ini menunjukkan bahwa YouTube telah berkembang menjadi ruang komunikasi politik yang dinamis dan partisipatif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga ikut terlibat dalam percakapan politik (Heryanto, 2018; Noorikhshan, et al, 2023). Melalui media ini, komunikasi politik menjadi lebih terbuka, terdesentralisasi, dan menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas, khususnya generasi muda yang cenderung aktif di media sosial. Penampilan Ganjar dalam program tersebut memunculkan beragam reaksi dari masyarakat mulai dari dukungan, kritik, hingga perdebatan di antara pengguna YouTube. Kolom komentar pada video tersebut menjadi cerminan keterlibatan politik warga digital, di mana opini-opini politik tidak hanya tersebar, tetapi juga membentuk pola interaksi dan jejaring komunikasi tertentu. Fenomena ini sejalan dengan konsep *Computer-Mediated Communication* (CMC) yang dijelaskan oleh John December (1997), yaitu proses komunikasi antar manusia yang dimediasi oleh komputer untuk berbagai tujuan dalam konteks tertentu. Konsep ini menjelaskan bahwa komunikasi yang dimediasi komputer menciptakan ruang interaksi sosial baru yang memungkinkan pertukaran pesan tanpa batasan geografis (Khairuddin, 2025; Thaha & Qudarullah, 2025). CMC telah berkembang menjadi bagian penting dalam aktivitas informasi digital, termasuk dalam konteks diskusi politik (Pratiwi, 2014; Arnus, 2015).

Dalam mempelajari pola interaksi di media sosial, *Social Network Analysis* (SNA) digunakan untuk memetakan hubungan antar pengguna berdasarkan Teori Graf yang diperkenalkan Euler pada 1736 (Diestel, 2017). Dalam jejaring sosial, pengguna direpresentasikan sebagai *nodes*, dan hubungan atau interaksi direpresentasikan sebagai *edges* (Newman, 2018). Representasi graf ini memudahkan peneliti untuk memahami struktur hubungan, posisi aktor, serta pola keterhubungan. Dengan demikian, komentar, balasan, dan *mention* antar akun di YouTube dapat dipetakan sebagai *directed graph* yang mencerminkan arah interaksi dalam jaringan. Melihat fenomena ini, penelitian ini bertujuan untuk memetakan struktur jaringan komunikasi, mengidentifikasi aktor sentral, serta mengamati pola hubungan dan kluster opini dalam komentar YouTube. Pendekatan Social Network Analysis (SNA) yang dikombinasikan dengan teori Computer-Mediated Communication (CMC) memberikan perspektif komprehensif untuk memahami dinamika diskusi politik masyarakat di era digital.

Meskipun diskusi politik pada media sosial semakin masif, kajian mengenai pemetaan struktur jaringan komunikasi pada kolom komentar video politik di Indonesia masih terbatas. Sebagian besar penelitian cenderung menyoro analisis isi atau sentimen, tetapi belum banyak mengadopsi pendekatan Social Network Analysis (SNA) untuk memahami pola keterhubungan aktor dan pembentukan opini publik. Selain itu, belum ada penelitian yang memetakan jaringan

komentar pada video “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan”, padahal video ini merupakan salah satu konten politik paling berpengaruh menjelang Pemilu 2024.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah belum adanya pemetaan komprehensif mengenai struktur jaringan komunikasi dalam kolom komentar video politik di YouTube, khususnya terkait diskusi publik mengenai bakal calon presiden. Kekosongan kajian ini menyulitkan pemahaman tentang bagaimana opini publik terbentuk, aktor mana yang berperan sentral, serta bagaimana interaksi pengguna mencerminkan karakteristik komunikasi digital dalam konteks CMC. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan *Social Network Analysis* (SNA) untuk menganalisis pola jaringan komunikasi yang terbentuk di kolom komentar video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan”. Pendekatan ini memungkinkan pemetaan aktor-aktor kunci serta hubungan dan interaksi yang membentuk opini publik di ruang digital. Selain itu, penerapan teori *Computer-Mediated Communication* (CMC) dalam kolom komentar fenomena ini juga menjadi bagian dari kebaruan penelitian ini. Kombinasi antara analisis jaringan dan teori komunikasi digital ini memberikan sudut pandang yang komprehensif dalam memahami dinamika diskusi politik masyarakat di era digital.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini pendekatan positivistik yang berkaitan dengan kuantitatif dan menekankan pada objektivitas digunakan. Umumnya, pendekatan positivistik ini dipandang sebagai sebuah perkembangan empirisme yang berkaitan dengan eksperimen dan penelitian kuantitatif (Ryan, 2018). Pendekatan positivistik dikenalkan pertama kali oleh Auguste Comte, seorang tokoh yang lahir pada 1798. Positivistik memandang dunia berdasarkan ilmu sains yang didukung dengan bukti rasional yang objektif.

Pendekatan kuantitatif-deskriptif akan digunakan pada penelitian ini untuk menjelaskan posisi dan hubungan antar aktor berdasarkan data yang diperoleh dan dianalisis, seperti perhitungan *degree centrality* (sentralitas tingkatan), *eigenvector centrality*, *betweenness centrality*, dan *density* (kepadatan). Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik penelitian yang lebih menekankan pada pengukuran objektif terhadap fenomena komunikasi dalam ruang digital, serta pemanfaatan statistik deskriptif untuk memahami hubungan sosial di dalamnya (Neuman, 2013). Selain itu, pendekatan deskriptif membantu peneliti untuk menyajikan hasil berupa visualisasi jaringan dan interpretasi posisi aktor dalam ruang diskusi digital secara sistematis dan objektif.

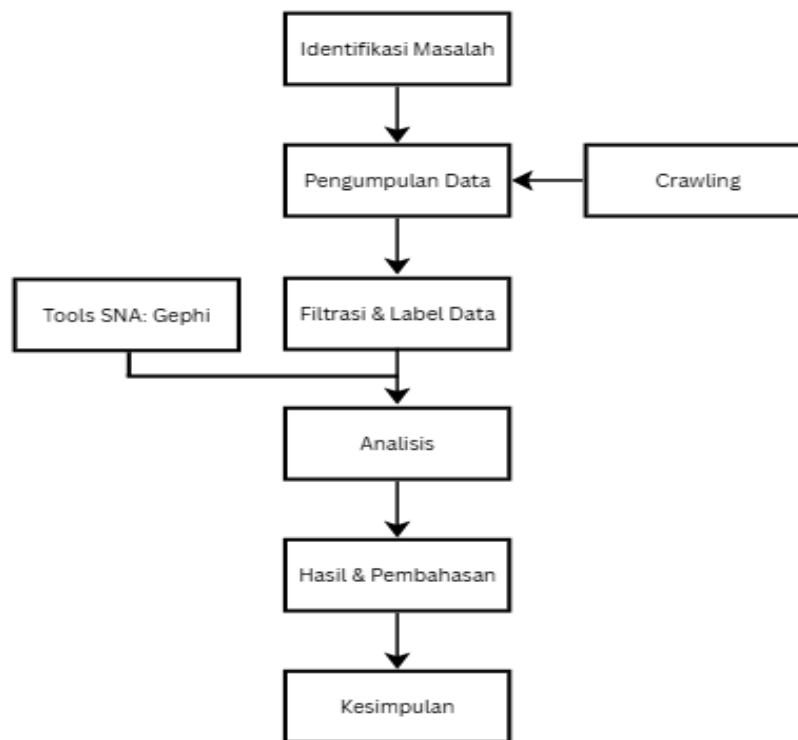
Pemetaan aktor-aktor yang berperan untuk mempengaruhi opini publik ketika mereka membahas video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan”, metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan digital yaitu *social network analysis*. Metode ini dipilih karena efektif untuk memahami dinamika komunikasi yang terjadi di ruang digital, termasuk posisi aktor dan pengaruhnya di dalam jaringan tersebut (Borgatti et al., 2018). *Social Network Analysis* (SNA) adalah metode yang digunakan untuk memodelkan pengguna dengan cara menggambarkan mereka sebagai titik-titik (*nodes*). Hubungan atau interaksi antara pengguna tersebut kemudian diwakili oleh garis-garis penghubung (*edges*). Teknik ini membantu kita memahami bagaimana individu atau kelompok masyarakat berinteraksi satu sama lain dalam pola sosial yang terbentuk (Bratawisnu & Alamsyah, 2018). Dengan menggunakan metode SNA, peneliti dapat memetakan interaksi antar akun pengguna yang terjadi di kolom komentar video YouTube sehingga bisa memberikan gambaran bagaimana diskursus politik terbentuk di platform media sosial terutama YouTube.

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder berbasis digital yang diperoleh melalui kolom komentar dan interaksi akun pengguna pada video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan” yang diunggah oleh Najwa Shihab. Data nantinya akan dikumpulkan dengan menggunakan teknik *web scraping* untuk mengambil akun pengguna, komentar, *reply*, serta interaksi lain yang terjadi setelah video diunggah. Selanjutnya data akan dibersihkan dari komentar *spam* atau bot serta akun yang tidak relevan untuk selanjutnya diproses dan dianalisis lebih lanjut. Jaringan yang terbentuk dibangun berdasarkan hubungan komunikasi

antar akun yang terjadi, misalnya dengan membalas atau menyebut akun pengguna lain dalam komentar mereka.

Pengambilan data dilakukan secara digital dengan menggunakan *data mining* (penambangan data) melalui komentar ada video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan”. *Data mining* twitter dikumpulkan dengan menggunakan bantuan web pendukung YouTube Data Tools dan penggambaran grafik dari data yang diambil dengan menggunakan *software* Gephi. Kedua tools tersebut membantu dalam pengolahan dan penggambaran data yang diambil dari komentar pada video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan”. Data yang diambil menggunakan YouTube Data Tools sebanyak 1.000 data *top level comment* dari total 18.500 komentar yang terhitung sejak 20 Juni 2025. Selanjutnya kumpulan komentar diexport ke dalam format file CSV untuk selanjutnya bisa dilakukan langkah sistematis dalam pengolahan data dengan metode analisis jaringan sosial. Analisis data yang dilakukan akan berfokus pada *degree centrality* (sentralitas tingkatan), *eigenvector centrality*, *betweenness centrality*, dan *density* (kepadatan) untuk melihat aktor-aktor dan pola jaringan yang terbentuk.

Gambar 2. Tahapan Penelitian



Sumber : Data Peneliti, 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis terkait jaringan (*edges*) dan aktor (*nodes*) dalam YouTube *Ganjar Pranowo Bicara Gagasan* pada akun Najwa Shihab didapatkan setelah melakukan pengambilan data melalui aplikasi atau software Google Colab yang telah dilakukan pada tanggal 19 Juni 2025. Data yang terkumpul melalui software tersebut sebanyak 14.451 komentar yang telah diposting pada video YouTube *Ganjar Pranowo Bicara Gagasan* tersebut. Data mentah yang berhasil didapatkan oleh peneliti berupa file .xlsx. Dalam file tersebut terdapat beberapa bagian atau kolom tabel seperti *id*, *author*, *description*, *to*, *like count*, *link*, *publication date*, *reply count*, *title*, dan *author channel URL*. Persiapan data terdiri dari empat langkah utama, yaitu pengumpulan data, pembersihan data, reduksi data, dan konversi data, yang masing-masing menangani tantangan berbeda dari data mentah (Wang, 2014).

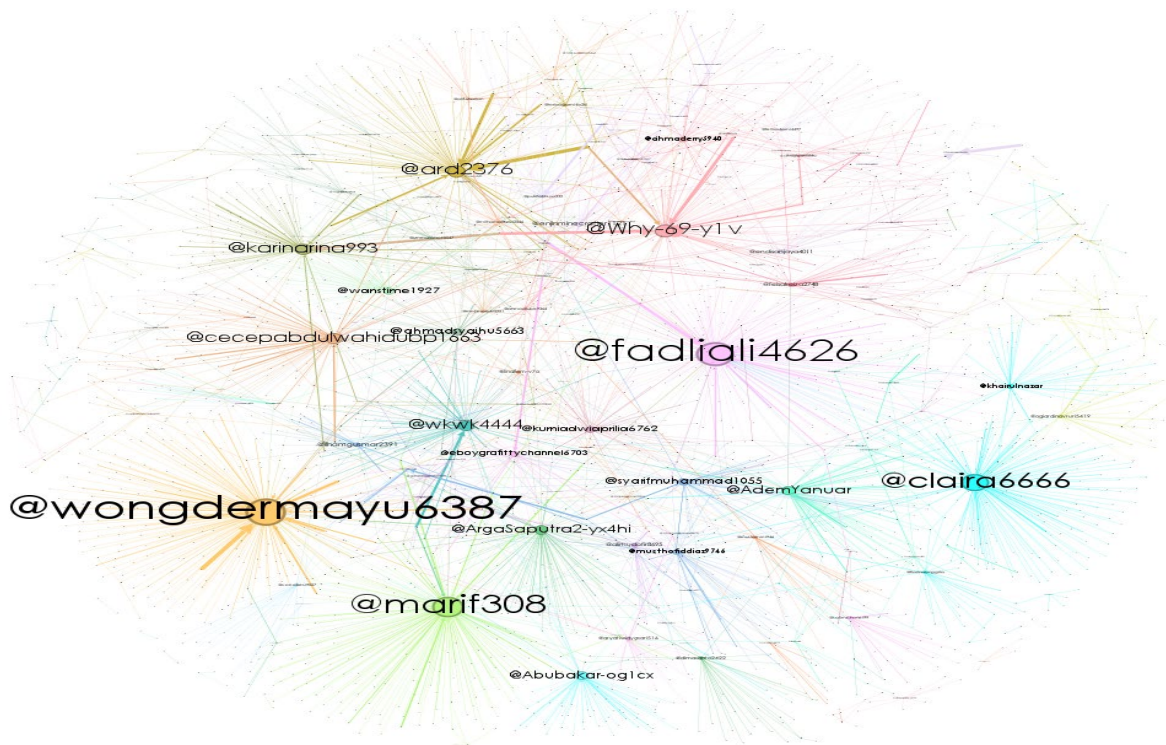
Untuk dapat dianalisis menggunakan *Social Network Analysis* (SNA), data komentar perlu ditransformasikan terlebih dahulu menjadi struktur graf yang terdiri dari *nodes* dan *edges*. Dalam penelitian ini, setiap akun pengguna YouTube direpresentasikan sebagai *nodes*, sedangkan hubungan balas-membalas komentar direpresentasikan sebagai *edges* yang bersifat terarah (*directed edges*). Pendekatan ini mengikuti model pemetaan jaringan sosial menurut (Newman, 2018) dan prinsip *Graph Theory* oleh Diestel (2017), yang menjelaskan bahwa relasi digital dapat dipetakan sebagai hubungan terarah antar aktor. Karena itu, kolom *author* ditetapkan sebagai *source* dan kolom *to* ditetapkan sebagai *target*, sehingga setiap balasan komentar membentuk sebuah hubungan terarah yang menggambarkan siapa berinteraksi dengan siapa.

Proses pembersihan data (*data cleaning*) dilakukan dengan menghapus kolom yang tidak berkontribusi pada pembentukan jaringan, seperti *id*, *description*, *guid*, *like count*, *link*, *pub date*, *title*, dan *author channel URL*. Proses ini mengikuti panduan pembersihan data digital oleh Wang (2014), yang menekankan pentingnya menghilangkan variabel yang tidak relevan untuk menghindari bias. Setelah pembersihan, *data reduction* dilakukan dengan hanya mempertahankan kolom *author* dan *to* yang merupakan pembentuk relasi sosial utama. Selanjutnya, file diubah ke format CSV agar kompatibel dengan software visualisasi SNA seperti Gephi.

Penggunaan metrik analisis jaringan juga didasarkan pada literatur SNA. *Degree centrality* mengukur jumlah hubungan langsung yang dimiliki aktor dan sering digunakan untuk mengidentifikasi popularitas atau tingkat aktivitas (Freeman, 1979). *Betweenness centrality* mengukur seberapa jauh aktor berperan sebagai penghubung atau jembatan informasi antar kelompok. *Eigenvector centrality* menilai pengaruh seorang aktor bukan hanya berdasarkan jumlah koneksinya, tetapi juga kualitas koneksi tersebut, yaitu apakah ia terhubung dengan aktor berpengaruh lainnya. Sementara itu, *density* mengukur tingkat keterhubungan jaringan secara keseluruhan.

Ketika memulai proyek baru, pengaturan yang dipakai pada saat membuka aplikasi Gephi adalah dengan menggunakan separator semicolon, *import as edges table*, serta menggunakan tipe *charset UTF-8*. Selanjutnya, tipe grafik yang diambil adalah *directed* karena kita akan melihat siapa saja akun yang paling banyak mendapatkan balasan komentar dari orang lain. Penggunaan *directed graph* sesuai dengan konsep Wasserman & Faust (1994) yang menyatakan bahwa ketika hubungan antar aktor tidak bersifat simetris seperti dalam kolom komentar YouTube, maka jaringan harus dimodelkan sebagai *directed graph*. Hal ini penting karena komentar dan balasan memiliki arah komunikasi yang spesifik.

Dari langkah tersebut dapat diketahui bahwa *number of nodes* sebanyak 2.883 dan *number of edges* sebanyak 3.452. Untuk menggambarkan struktur jaringan ini secara visual, format tata letak grafis yang paling tepat digunakan adalah *Fruchterman Reingold layout*. Layout ini merupakan salah satu metode visualisasi berbasis gaya (*force-directed layout*) yang dirancang untuk menyusun dan menampilkan jaringan secara lebih rapi, simetris, dan mudah dipahami. Algoritma ini bekerja dengan menggunakan konsep gaya tarik dan tolak antar simpul dalam jaringan, sehingga tercipta susunan graf yang seimbang dan tidak tumpang tindih. Visualisasi dengan algoritma ini membantu pembaca dalam memahami pola interaksi antar aktor secara lebih intuitif. Adapun contoh visualisasinya dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 3. Layout Fruchterman Reingold

Sumber: Data Peneliti, 2025

Gambar 4. Data Laboratory Gephi

Id	Label	Interval	In-Degree	Out-Degree	Degree ▾
@wongderm...	@wongderm...		235	2	237
@fadiiali4626	@fadiiali4626		214	1	215
@marif308	@marif308		186	0	186
@claira6666	@claira6666		157	0	157
@Why-69-y1v	@Why-69-y1v		111	2	113
@ard2376	@ard2376		106	1	107
@karinarina9...	@karinarina9...		96	1	97
@cecepabdu...	@cecepabdu...		96	0	96
@wkwk4444	@wkwk4444		90	0	90
@ArgaSaputr...	@ArgaSaputr...		82	0	82
@AdemYanu...	@AdemYanu...		80	0	80

Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan Gephi terlihat bahwa akun dengan *username* @wongdermayu6387 memiliki tingkat degree tertinggi yaitu 237. Hal ini menunjukkan bahwa komentar oleh akun @wongdermayu6387 memiliki total jaringan dengan 237 komentar yang lain. Dalam tabel dapat dilihat bahwa total *in-degree* terhadap akun tersebut sebanyak 235 yang berarti akun @wongdermayu6387 mendapatkan 235 komentar lain yang membalasnya. Sedangkan untuk *out-degree*-nya berjumlah 2, dimana ini berarti akun ini melakukan 2 komentar terhadap akun lain. Berdasarkan hasil tersebut bisa dikatakan bahwa akun @wongdermayu6387 merupakan aktor terpopuler sekaligus *opinion leader* karena orang-orang memberikan balasan terhadap akun tersebut.

Gambar 5. Data Eigenvector Centrality

Id	Label	Interval	In-Degree	Out-Degree	Degree	Eigenvector Centrality \checkmark
@fadliali4626	@fadliali4626		214	1	215	1.0
@wongdermayu6...	@wongdermayu6...		235	2	237	0.933246
@marif308	@marif308		186	0	186	0.514289
@Why-69-y1v	@Why-69-y1v		111	2	113	0.457112
@claira6666	@claira6666		157	0	157	0.431716
@ard2376	@ard2376		106	1	107	0.413882
@karinarina993	@karinarina993		96	1	97	0.375155
@ilhamgusmar23...	@ilhamgusmar23...		35	2	37	0.363749
@wanstime1927	@wanstime1927		58	1	59	0.311559
@syarifmuhamm...	@syarifmuhamm...		63	1	64	0.299588

Sumber: Data Peneliti, 2025

Hasil statistik pada bagian *eigenvector centrality* digunakan untuk mengetahui “nilai tertinggi” pada jaringan tersebut, artinya akun yang memiliki nilai *eigenvector centrality* paling tinggi bukan hanya populer namun juga terhubung dengan banyak akun penting dan diakui oleh kelompok elit jaringan. Pengukuran pada bagian ini lebih menekankan pada “Siapa yang Anda kenal” alih-alih “Berapa banyak orang yang Anda kenal”. Pada tabel tersebut terlihat bahwa akun @fadliali4626 memiliki nilai *eigenvector centrality* sebesar 1.0 yang merupakan nilai tertinggi sekaligus menempatkan akun tersebut sebagai aktor yang paling berpengaruh dalam jaringan komentar video “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan”. Dalam konteks komunikasi politik digital, akun @fadliali4626 bisa diasumsikan sebagai pusat distribusi opini atau titik yang menentukan arah diskusi.

Gambar 6. Data Betweenness Centrality

Id	Label	Interval	Betweenness Centrality \checkmark
@wongdermayu6...	@wongdermayu6...		741.0
@ilhamgusmar23...	@ilhamgusmar23...		561.0
@Why-69-y1v	@Why-69-y1v		128.0
@khairulnazar	@khairulnazar		42.0
@musthofiddiaz9...	@musthofiddiaz9...		37.0
@enjinminecraft...	@enjinminecraft...		36.0
@abahgaul2430	@abahgaul2430		35.0
@feisalreiza2748	@feisalreiza2748		34.0
@orgbiasa1301	@orgbiasa1301		32.0
@rismagayatri42...	@rismagayatri42...		30.0

Sumber: Data Peneliti, 2025

Dalam analisis jaringan sosial, *betweenness centrality* berguna untuk mengidentifikasi aktor yang memiliki peran strategis sebagai penghubung antar kelompok atau dalam hal ini dalam jaringan komentar video YouTube. *Betweenness centrality* merupakan ukuran yang digunakan untuk menentukan nodes yang menjadi perantara informasi penting dalam jaringan sosial (Susanto et al., 2012). *Betweenness centrality* akan menghitung seberapa sering akun tersebut muncul di antara dua (atau lebih) aktor lain. Semakin tinggi nilainya maka akan semakin penting peran aktor tersebut sebagai jembatan penghubung. Pada tabel di atas terlihat bahwa akun @wongdermayu6387 memiliki nilai *betweenness centrality* sebesar 741 yang menempatkannya sebagai aktor paling strategis dalam jaringan komentar video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan”. Akun tersebut sebagai jalur penghubung utama antar kelompok yang berbeda memainkan peran penting untuk menyambungkan berbagai aktor yang tidak terhubung secara langsung satu sama lain.

Gambar 7. Density Report

Graph Density Report

Parameters:

Network Interpretation: directed

Results:

Density: 0.000

Sumber: Data Peneliti, 2025

Nilai density dalam penelitian analisis jaringan komunikasi memiliki makna yang spesifik untuk mengungkap hal menarik mengenai pola komunikasi dalam sebuah jaringan. Nilai Density mengukur tingkat keterhubungan dalam jaringan, yaitu rasio antara jumlah edges yang ada dengan jumlah edges yang mungkin terjadi dalam jaringan (BPJIID, 2024). Berdasarkan hasil perhitungan, ditemukan bahwa nilai *density* menunjukkan angka 0.000 yang berarti nilai ini mengindikasikan bahwa hampir tidak ada hubungan antar node dalam jaringan komunikasi komentar video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan”. Parameter ini menunjukkan bahwa jaringan komunikasi yang terbentuk bisa dikategorikan sebagai sangat lemah. Hal ini bisa disebabkan karena komentar pada video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan” bersifat satu arah, di mana masing-masing akun pengguna menyampaikan opini tanpa adanya diskusi lanjutan atau tanggapan dari akun lain. *Density* yang rendah juga menunjukkan bahwa jaringan tidak membentuk percakapan timbal balik, melainkan lebih berupa kumpulan pernyataan individual. Temuan ini penting karena struktur jaringan yang sangat renggang memengaruhi bagaimana opinion leader bekerja: mereka bukan penggerak diskusi dua arah, tetapi titik yang kebetulan menjadi pusat atensi dalam ruang yang terfragmentasi.

Hasil temuan dalam penelitian analisis jaringan komunikasi pada komentar video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan” menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi di ruang digital, terutama media sosial YouTube, secara dominan terjadi satu arah dan terfragmentasi. Hal ini sejalan dengan teori *Computer-Mediated Communication* (CMC) yang menjelaskan bagaimana media digital mengubah dinamika komunikasi baik secara individu maupun publik. Penelitian ini memperlihatkan interaksi dalam kolom komentar YouTube sesuai dengan karakteristik CMC, yaitu komunikasi yang tidak serempak, berbasis teks, dan tanpa adanya isyarat non-verbal secara langsung (Baym, 2015).

Terlihat pada hasil analisis data, misalnya pada perhitungan terkait *density* di mana hasil 0.000 menandakan minimnya hubungan antar pengguna dalam jaringan komentar, ini berarti komunikasi pada ruang digital seringkali bersifat monologis. Menurut teori CMC, hal ini ciri komunikasi digital yang memiliki kemudahan akses namun seringkali tidak diiringi dengan keterlibatan mendalam oleh partisipan (Walther, 2015). Terlihat bahwa kolom komentar pada media sosial YouTube cenderung menjadi ruang ekspresi opini pribadi dibanding diskusi aktif dengan timbal balik. Selain itu, pada perhitungan *degree centrality* dan *betweenness centrality* menunjukkan bahwa ada satu akun, yaitu @wongdermayu6387 yang memiliki nilai tertinggi. Ini membuktikan bahwa meskipun interaksi umum masih bersifat lemah namun tetap terdapat aktor tertentu yang berperan sebagai penghubung atau titik pusat pada jaringan ini. Sejalan dengan teori CMC, hal ini menandakan pengguna tertentu bisa membangun persepsi kuat dan pengaruh besar melalui identitas digital yang terbentuk secara selektif (Walther et al., 2015). Dalam konteks ini, *opinion leader* terbentuk karena persepsi dan respon yang ditimbulkan dari interaksi.

Selanjutnya bisa kita lihat pada perhitungan *eigenvector centrality* dengan akun @fadliali4626 dengan nilai tertinggi yang menggambarkan dirinya tidak hanya sebagai aktor populer namun juga terhubung dengan akun-akun penting di dalam jaringan. Dalam CMC, ini menandakan adanya struktur sosial digital yang berkembang melalui mekanisme kredibilitas serta

pengaruh dalam ruang digital. Dengan demikian, jaringan komentar pada video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan” tidak hanya berfokus pada pertukaran pesan pada ruang digital namun juga menciptakan bentuk baru terkait struktur sosial dan dinamika partisipasi publik pada media digital. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa ruang komentar video politik di YouTube tidak hanya menjadi tempat pertukaran pesan, tetapi juga membentuk struktur kekuasaan mikro, di mana aktor tertentu menempati posisi strategis meskipun tidak terjadi dialog secara intens. Ini menunjukkan bahwa pola interaksi digital dapat menciptakan hierarki sosial baru yang tidak bergantung pada interaksi langsung, melainkan pada bagaimana pengguna lain merespons dan memberi perhatian pada aktor tertentu.

KESIMPULAN

Analisis struktur jaringan komunikasi dalam kolom komentar video YouTube “Ganjar Pranowo Bicara Gagasan” pada kanal Najwa Shihab dilakukan menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA) dengan YouTube Data Tools dan Gephi. Dari 1.000 top level comments yang dianalisis, jaringan menunjukkan tingkat *density* sangat rendah (0.000), menandakan bahwa komentar bersifat satu arah dan kurang menunjukkan keterhubungan antar pengguna. Dalam jaringan ini ditemukan beberapa aktor sentral, yaitu akun @wongdermayu6387 sebagai aktor terpopuler sekaligus penghubung antar kelompok (*degree dan betweenness centrality*), serta akun @fadliaali4626 yang memiliki keterhubungan dengan aktor-aktor penting berdasarkan *eigenvector centrality*. Temuan ini memperkuat teori *Computer Mediated Communication* (CMC), di mana dalam ruang digital, pengaruh dan posisi terbentuk secara selektif melalui interaksi berbasis teks dan persepsi pada lingkungan komunikasi non-verbal dan tanpa interaksi langsung.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti fokus pada satu video dalam rentang waktu tertentu sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi, serta penggunaan pendekatan kuantitatif-deskriptif yang belum mendalami makna isi komentar secara kontekstual. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan *mixed-methods* untuk menggali dinamika komunikasi secara lebih mendalam, serta membandingkan pola jaringan di platform lain seperti X atau TikTok agar analisis tidak hanya berhenti pada visualisasi struktur, tetapi juga memperkaya pemahaman tentang bagaimana wacana publik terbentuk dan tersebar di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A. R. (2024). *Analisis Sentimen Terhadap Film Dirty Vote Berdasarkan Opini Pengguna X (Twitter) Menggunakan Metode Convolutional Neural Network* [Doctoral, Universitas Negeri Jakarta]. <http://repository.unj.ac.id/46272/>
- Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication (Cmc), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 2, 275–289. <https://doi.org/10.31332/am.v8i2.744>
- Baym, N. K. (2015). *Personal Connections in the Digital Age (2nd edition)* (2nd ed.). Polity.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Johnson, J. C. (2018). *Analyzing Social Networks*. SAGE.
- BPJIID. (2024, August 15). Analisis Jejaring Sosial (Social Network Analysis): Pengantar dan Penerapannya. *Biro Publikasi, Jurnal Ilmiah & Informasi Digital*. <https://bpjiid.uma.ac.id/2024/08/15/analisis-jejaring-sosial-social-network-analysis-pengantar-dan-penerapannya/>
- Bratawisnu, M. K., & Alamsyah, A. (2018). Social Network Analysis Untuk Analisa Interaksi User Dimedia Sosial Mengenai Bisnis E-Commerce (Studi Kasus: Lazada, Tokopedia Dan Elevenia). *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.36555/almana.v2i2.143>
- Diestel, R. (2017). *Graph Theory* (5th ed.). Springer Publishing Company, Incorporated.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media komunikasi politik*. IRCiSoD.
- Khairuddin, K. (2025). Partisipasi Politik Anak Muda: Kajian Sosiologis terhadap Aktifisme Digital. *Nusantara: Jurnal Sosial dan Sains*, 1(1), 22-32.
- Neuman, W. L. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.

- Newman, M. (2018). *Networks: An Introduction*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198805090.001.0001>
- Noorikhshan, F. F., Ramdhani, H., Sirait, B. C., & Khoerunisa, N. (2023). Dinamika Internet, Media Sosial, dan Politik di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat. *Journal of Political Issues*, 5(1), 95-109.
- Pane, R. K., Hasrullah, & Farid, M. (2025). Membaca Reaksi Publik: Analisis Komentar Pada Video “Kroni Prabowo” di YoutubeTempo.co. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 74–104. <https://doi.org/10.21009/COMM.034.06>
- Pratiwi, F. D. (2014). Computer Mediated Communication (CMC) Dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya (Tinjauan Pada Soompi Discussion Forum Empress Ki TaNyang Shipper). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 7(1), Article 1. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1113>
- Ryan, G. (2018). Introduction to positivism, interpretivism and critical theory. *Nurse Researcher*, 25(4), 14–20. <https://doi.org/10.7748/nr.2018.e1466>
- Susanto, B., Herlina, & Chrismanto, A. R. (2012). Penerapan Social Network Analysis dalam Penentuan Centrality Studi Kasus Social Network Twitter. *Jurnal Informatika*, 8(1), 1–13.
- Thaha, A. N., & Qudratullah, Q. (2025). Menelaah Dinamika Komunikasi Politik dalam Masyarakat Modern. *Kajian Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 270-285.
- Walther, J. B. (2015). Social Information Processing Theory (CMC). In *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (pp. 1–13). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic192>
- Walther, J. B., Heide, B. V. D., Ramirez, A., & Burgoon, J. (2015). Interpersonal and hyperpersonal dimensions of computer-mediated communication. *SAGE Publication*. https://www.researchgate.net/publication/303150934_Interpersonal_and_hyperpersonal_dimensions_of_computer-mediated_communication
- Wang, Y. (2014). *Data Preparation for Social Network Mining and Analysis* [PhD Dissertation, Singapore Management University]. https://ink.library.smu.edu.sg/etd_coll/101
- Wikipedia. (2025). Ganjar Pranowo. In *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*. https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Ganjar_Pranowo&oldid=27370539
https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Ganjar_Pranowo&oldid=27370539