

Analisis Jaringan Komunikasi Warganet Pada Debat Publik Calon Presiden-Wakil Presiden Pemilu 2024 di Media Sosial

Analysis of Netizen Communication Networks in the Public Debate of Presidential-Vice Presidential Candidates for the 2024 Election on Social Media

Christiany Juditha¹⁾, Josep J. Darmawan²⁾

¹Balai Besar Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian (BBPSDMP) Komunikasi dan Informatika Medan

²FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

¹Jl. Tombak No.31, Sidorejo Hilir, Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

²Jl. Babarsari No.6, Yogyakarta, Indonesia

chri005@kominfo.go.id, josepdarmawan@gmail.com

Diterima : 26 Januari 2024 || Direvisi : 17 April 2024 || Disetujui: 30 April 2024

Abstrak - Debat publik calon Presiden/Wakil dalam Pemilu 2024 adalah agenda kampanye dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk mendapat perhatian masyarakat. Debat disiarkan secara *live streaming* di kanal Youtube TVRI sehingga dapat memberi gambaran kepada pemilih untuk menentukan preferensinya dan memungkinkan berpartisipasi langsung. Partisipasi dalam kolom komentar dapat dikaji sebagai jaringan komunikasi sekaligus merupakan hal mendasar dalam pembangunan demokrasi. Tujuan penelitian ini untuk mendapatkan gambaran soal jaringan komunikasi warganet pada debat publik calon Presiden/Wakil Pemilu 2024 di media sosial. Metode penelitian ini adalah Analisis Media Sosial. Hasil menunjukkan bahwa jaringan komunikasi utuh yang terbentuk memiliki diameter yang relatif kecil, ikatan antar-partisipan dan sentralisasi yang rendah, tidak adanya komunikasi dua arah, adanya individu yang *isolated*, dan akun-akun partisipan yang tidak dapat dipastikan original/palsu. Namun modularitas cukup tinggi yang menunjukkan klaster-klaster dipisahkan oleh komunitas yang berbeda. Jaringan komunikasi pada debat calon Presiden umumnya diwarnai oleh komunitas pendukung pasangan nomor 3 yang menempati klaster 1, sementara pendukung pasangan nomor 1 menjadi komunitas yang menonjol pada debat Calon Wakil Presiden. Pada kedua jaringan komunikasi ini banyak bermuatan komentar yang menjatuhkan, perundungan, dan juga ujaran kebencian terhadap pasangan lawan. Jaringan komunikasi yang ditemukan dalam karakteristik semacam itu cenderung rapuh dan distortif untuk dipahami sebagai wujud pendidikan politik, ruang publik, ataupun pembangunan demokrasi yang konstruktif.

Kata Kunci: jaringan komunikasi, warganet, debat publik, media sosial, Pemilu 2024.

Abstract- *The public debate of the Presidential and Vice Presidential Candidates in the 2024 Election is a campaign agenda from the General Election Commission (KPU) to get public attention. The debate is broadcast through live streaming on TVRI's YouTube channel so that it can give voters an idea to determine their preferences and allow the public to participate directly. Participation in the comments section can be studied as a communication network and is also fundamental in developing democracy. The purpose of this study is to get an overview of the communication network of netizens in the public debate of the Presidential and Vice Presidential Candidates in 2024 Election on social media. This research method is Social Media Analysis. The results show that the complete communication network formed has a relatively small diameter, low inter-participant bonding and centralization, the absence of two-way communication, the presence of isolated individuals, and participant accounts that could not be ascertained to be genuine/fake. However, the modularity is quite high, which indicates that clusters are separated by different communities. The communication network in the presidential debate is generally characterized by the community supporting candidates number 3 which occupies cluster 1, while number 1 candidates' supporters are the prominent community in the vice presidential debate. Both of these communication networks contain a lot of derogatory comments, bullying, and also hate speech against opponents. Communication networks found in such characteristics tend to be fragile and distortive to be understood as forms of political education, public space, or constructive democratic development.*

Keywords: communication networks, netizens, public debate, social media, 2024 Election

PENDAHULUAN

Tahun 2024, Indonesia melaksanakan Pemilihan Umum (Pemilu) serentak, yang diantaranya adalah memilih Presiden dan Wakil Presiden untuk masa jabatan lima tahun 2024-2029. Pada 13 November 2023 Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan tiga pasangan Calon Presiden (Capres) dan Wakil Presiden (Cawapres), yaitu Anies Rasyid Baswedan-Muhaimin Iskandar, Ganjar Pranowo-Mahfud MD, serta Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka. Penetapan ketiga pasangan calon (paslon) ini, menurut KPU telah memenuhi syarat sebagai paslon presiden dan wakil presiden untuk Pemilu serentak 2024. Ketetapan tersebut dituangkan dalam Keputusan KPU RI Nomor 1632 Tahun 2023 (Antara, 2023).

Setelah resmi ditetapkan menjadi capres dan cawapres, ketiga paslon memiliki sejumlah kegiatan di antaranya menjalani masa kampanye dari tanggal 28 November 2023 sampai dengan 10 Februari 2024. Salah satu bentuk kampanye yang ditetapkan KPU untuk para paslon adalah 'Debat'. Debat pertama (untuk capres) dilaksanakan tanggal 12 Desember 2023, sedangkan debat kedua (untuk Cawapres) dilaksanakan 22 Desember 2023. Tema debat pertama adalah hukum, HAM, pemerintahan, pemberantasan korupsi, dan penguatan demokrasi. Sementara debat kedua adalah pertahanan, keamanan, geo-politik, dan hubungan internasional. Sedangkan debat ke 3, 4 dan 5 akan berlangsung pada bulan Januari dan Februari 2024. KPU juga telah menetapkan media yang berhak menyiarkan secara langsung acara debat perdana ini yaitu TVRI dan RRI.

Debat publik pasangan capres-cawapres dalam pemilihan umum adalah salah satu momen penting dalam kampanye politik. Debat dapat dipahami sebagai argumentasi terhadap suatu persoalan, sehingga dapat dilihat bagaimana sikap dan cara pandang pihak-pihak yang memperdebatkannya. Nurcahyo (dalam Witianti & Solihah, 2019) mengatakan bahwa tujuan perdebatan adalah untuk menggali alasan dibalik setiap sudut pandang yang ada dan untuk meyakinkan orang lain bahwa pendapat yang disampaikan lebih baik. Selain itu debat juga untuk mendengarkan pendapat orang lain mengenai suatu permasalahan dan mencari solusi terbaik. Pada konteks pemilu, debat antar-paslon diharapkan dapat memberikan manfaat preferensi kepada masyarakat sebagai pemilih dalam menentukan pilihannya. Sebagai salah satu metode kampanye, debat publik

antar-kandidat semakin mendapat perhatian dari masyarakat. Hal ini terlihat dari jajak pendapat Kompas 18-20 Desember 2023 yang menyimpulkan bahwa 78,8% responden mengaku tertarik menonton debat kedua (Kompas, 2023). Melalui acara debat, masing-masing paslon menguraikan lebih dalam dan luas setiap tema yang dibahas (Witianti & Solihah, 2019). Masyarakat diharapkan mendapatkan gambaran sebagai pemilih untuk menentukan preferensi mereka terhadap informasi yang diperoleh dari debat tersebut.

Debat publik pasangan capres-cawapres di Indonesia lazimnya disiarkan di berbagai media massa konvensional seperti TV dan Radio yang telah ditetapkan oleh KPU. Mengikuti perkembangan teknologi komunikasi, media-media tersebut juga menyiarkannya secara *live streaming* melalui akun media sosial seperti YouTube. Penggunaan media sosial tentu dimaksudkan selain untuk meluaskan diseminasi juga untuk memfasilitasi partisipasi masyarakat. Melalui akun YouTube tergambar secara langsung respons masyarakat terhadap masing-masing paslon di ruang komentar, baik yang diberikan oleh pendukung maupun bukan. Juditha (2019), yang mengkaji bagaimana warganet menggambarkan gaya komunikasi paslon, menyimpulkan bahwa media sosial sangat memungkinkan para pendukung kandidat untuk berpartisipasi aktif dalam kampanye termasuk dalam debat publik. Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa cara warganet menggambarkan gaya komunikasi para paslon umumnya dilakukan dengan netral, walaupun juga banyak yang menggambarkan paslon yang tidak mereka dukung dengan kalimat provokatif dan humoris. Dukungan sosial warganet untuk masing-masing paslon pun relatif seimbang meskipun kedua belah pihak terlibat sangat emosional dan militan dengan pilihan mereka.

Media sosial telah menjadi sangat strategis dan *platform* yang sangat penting dalam kampanye pemilu. Cobis & Rusadi (2023) menegaskan hal tersebut melalui simpulan penelitiannya bahwa media sosial meningkatkan partisipasi masyarakat secara signifikan dalam kegiatan politik. Media sosial telah menjadi salah satu wahana paling efektif untuk mencapai pemilih dan memengaruhi opini publik. Media sosial sangat memungkinkan para kandidat membagikan pesan-pesan kampanye, memperkenalkan diri, dan berkomunikasi langsung dengan pemilih. Mereka dapat menggunakan berbagai konten seperti gambar, video, dan teks untuk menyampaikan pesan dengan

cara yang paling menarik dan mudah diakses termasuk juga debat publik. Karena hal itu, bisa dikatakan bahwa salah satu faktor yang dapat memengaruhi elektabilitas pemilu di antaranya adalah penggunaan media sosial.

Karakteristik media sosial yang sangat terbuka memungkinkan terbentuknya jaringan komunikasi di dalamnya. Mengutip DeSanctis & Fulk, Juditha (2021) menyebutkan bahwa jaringan komunikasi cenderung berkembang pesat karena didukung oleh media sosial dan meningkatkan proses sosial, budaya, dan ekonomi dalam suatu sistem kolektif. Hal ini menyebabkan para aktor saling bergantung sehingga menciptakan ikatan di antara mereka melalui teknologi digital. Jaringan komunikasi bertujuan membangun saling pengertian yang mengarah pada tindakan kolektif (González-Bailón & Wang, 2016).

Jaringan komunikasi digital membuka terbentuknya 'ruang publik' untuk komunikasi opini-opini dan mendiskusikan tema-tema yang relevan di masyarakat. Komunikasi di dalam jejaring menurut Habermas (Hardiman, 1993) dapat dipahami sebagai tindakan komunikatif yang tumbuh dari hubungan intersubjektif. Melalui jaringan komunikasi ini publik menyuarakan perhatian untuk memengaruhi suatu wacana, tindakan, maupun pelaku politik. Maka jaringan komunikasi merupakan struktur mendasar dalam pembangunan demokrasi, yang di dalamnya dapat dipelajari pola produksi dan diseminasi informasi sebagai wujud respons maupun mengarahkan opini publik.

Pada debat publik capres dan cawapres di media sosial, jaringan komunikasi para warganet terbentuk baik yang pro maupun anti terhadap satu paslon. Pendukung paslon saling berdebat di media sosial. Perbedaan dukungan ini diekspresikan dalam caci maki, *bullying*, ujaran kebencian, dan penyebaran berita bohong. Penelitian tentang ujaran kebencian di media *online* pada kasus Pilkada DKI Jakarta 2017 lalu menunjukkan adanya komentar kebencian mengacu pada rasa benci yang dalam disertai unsur SARA yang disampaikan oleh warganet di media sosial terhadap paslon (Juditha, 2017).

Mengacu pada latar belakang masalah tersebut di atas, maka menarik untuk didalami soal bagaimana jaringan komunikasi warganet pada debat publik pasangan capres-cawapres Pemilu 2024 di media sosial. Tujuan artikel ini adalah untuk mendapatkan gambaran soal jaringan komunikasi warganet pada debat publik capres-cawapres Pemilu 2024 di media sosial. Hal ini untuk mengidentifikasi struktur

komunikasi dalam suatu sistem, dan untuk memahami gambaran umum interaksi warganet dalam suatu sistem sebagaimana pandangan Rogers & Kincaid (dalam Wadipalapa, 2017), serta memahami proses informasi sosial yang berlangsung.

Penelitian tentang jaringan komunikasi, debat publik pemilihan umum, maupun media sosial sebelumnya sudah pernah dilakukan. Satu di antaranya yang dilakukan oleh Witianti & Solihah (2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur, yang bertujuan melihat pentingnya debat publik dalam kontestasi pilpres, pengaruh debat publik terhadap preferensi politik masyarakat dalam pemilu presiden, serta faktor-faktor yang memengaruhi pilihan masyarakat (terkait debat publik) dalam pilpres.

Penelitian lain dilakukan oleh Cantú & Carreras (2023) yang bertujuan untuk mengevaluasi kembali dampak perdebatan terhadap preferensi pemilu dengan berfokus pada pemilu di Amerika Latin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa debat presiden membentuk preferensi pemilu di negara-negara dengan sistem kepartaian yang lemah dalam institusional.

Yue et al., (2023) juga melakukan penelitian yang mengeksplorasi jaringan komunikasi kebijakan kewirausahaan massal dan inovasi di media sosial, menggunakan analisis jaringan sosial. Tujuannya untuk menyelidiki hubungan yang dibangun sebagai hasil interaksi terkait kebijakan. Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh struktur jaringan terdiri dari kelompok interaktif yang relatif terkonsentrasi, beberapa subkelompok yang tersebar, dan simpul-simpul independen, dengan kelompok kebijakan yang memainkan peran integral dan penting. Temuan ini mempunyai implikasi terhadap komunikasi kebijakan yang efektif. Langkah-langkah harus diambil untuk menghindari atau meminimalkan dampak negatif dalam komunikasi kebijakan di media sosial.

Sementara penelitian lain yang dilakukan oleh Juditha (2019) bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi paslon dalam debat putaran pertama Pemilu 2019. Hasilnya menunjukkan bahwa Twitter memiliki agenda yang dibuat oleh warganet berdasarkan diskusi. Hal ini sangat memengaruhi agenda publik, terutama bagi aktor politik. Selain itu, para pendukung paslon menyadari bahwa penggunaan slogan dan tagar dalam setiap postingan linimasa memungkinkan paslon untuk menyampaikan visi dan misi mereka dengan lebih mudah dan menjadi topik

populer yang dapat mendulang suara untuk paslon tertentu.

Penelitian-penelitian sebelumnya ini lebih banyak menekankan soal pentingnya debat publik dalam kontestasi pilpres, pengaruh debat publik, jaringan komunikasi di media sosial, dan gaya komunikasi paslon dalam debat pemilu. Sementara penelitian ini adalah meneliti soal jaringan komunikasi yang terbentuk di media sosial dalam menanggapi debat publik capres dan cawapres. Ini merupakan hal baru (*novelty*) yang belum pernah diteliti sebelumnya. Sehingga studi ini dianggap penting untuk dilakukan.

Berbicara tentang komunikasi di media sosial tidak terlepas dari Teori Proses Informasi Sosial. Teori ini merupakan teori komunikasi interpersonal dan teori studi media yang dikembangkan oleh Joseph Walther (Walther, 1992). Teori ini menjelaskan tentang komunikasi interpersonal secara *online* dan bagaimana orang mengembangkan serta mengelola hubungan berdasarkan interaksi yang dimediasi oleh komputer. Walther berpendapat hubungan daring ini dapat membantu memfasilitasi interaksi yang tidak akan terjadi secara tatap muka karena faktor-faktor lain di antaranya geografis.

Ada tiga hal penting yang dikemukakan Walther dalam teori Proses Informasi Sosial yaitu *Interpersonal Information*, *Impression Formation* dan *Relation Development* (Griffin, 2009). *Interpersonal Information* adalah tahapan awal di mana kedua pihak saling berusaha untuk mengetahui informasi satu sama lain. *Impression formation* ialah tahapan membentuk kesan dan menciptakan gambaran tentang satu sama lain. *Relationship Development* merupakan tahapan di mana hubungan kedua pihak yang berinteraksi akan berkembang semakin dekat jika mereka menyukai gambaran yang saling dibentuk. Proses informasi sosial ini juga terjadi pada komunikasi di media sosial dalam menanggapi debat publik capres dan cawapres Pemilu 2024.

Debat publik capres dan cawapres termasuk dalam *subgenre* wacana politik karena karakteristik kontekstualnya. Sebagaimana dicatat oleh Chilton (2004), bahwa debat presiden mencakup referensi terhadap konteks politik dan sejarah politik masa lalu yang diidentifikasi oleh audiens. Debat capres dan cawapres diadakan dengan tujuan tertentu, pada dasarnya untuk menyampaikan pendapat para calon kepada masyarakat, yang tidak hanya memiliki format tanya jawab tertentu, namun juga merupakan debat terbuka yang saling serang secara verbal. Politisi dalam

kampanye berbicara tentang diri mereka sebagai kandidat, tentang pemilu, tentang suara mereka, dan tentang kebijakan yang mereka janjikan untuk didukung jika terpilih (Van Dijck, 2013). Mereka juga berbicara tentang lawan dan musuh politik mereka, serta kebijakan baik dan kebijakan buruk presiden, pemerintahan, dan kongres di masa lalu (Palacios, 2018).

Komentar dan tanggapan di media sosial terhadap debat tersebut secara langsung membentuk jaringan komunikasi antar-pengguna. Jaringan komunikasi berkembang pesat dan berubah cepat karena didukung oleh integrasi teknologi komputer dan komunikasi yang mendukung proses sosial, budaya, dan ekonomi dalam sistem kolektif. Bakti, Iriana & Priyatna (2015) menganggap jaringan komunikasi adalah komunikasi yang melibatkan pemimpin opini dan pengikut yang mempunyai hubungan komunikasi timbal balik mengenai isu-isu spesifik yang terjadi dalam sistem sosial tertentu.

Rogers dan Kincaid (1981) mengidentifikasi beberapa peran khusus individu dalam jaringan, seperti *opinion leader*, *liaisons*, *bridges*, atau *isolated*. Mereka juga menguraikan bahwa jaringan komunikasi interpersonal terdiri dari beberapa elemen, seperti *nodes* (individu, dua orang, subkelompok, atau kelompok) dan links (hubungan antara individu). Hal ini untuk mengidentifikasi indikator-indikator jaringan komunikasi interpersonal, seperti tingkat resiprositas (*reciprocity*), intensitas komunikasi, durasi, derajat sentralitas (*degree centrality*), tingkat kedekatan (*closeness*), dan tingkat kebersamaan (*betweenness*).

Jaringan komunikasi digital merupakan tulang punggung jaringan sosial. Teknologi jaringan secara digital memungkinkan jaringan-jaringan bersifat fleksibel dan adaptif berkat kapasitas mereka mendesentralisasikan performa jaringan komponen otonom dan pada saat yang sama mengoordinasikan semua aktivitas terdesentralisasi ini pada tujuan bersama mengenai pengambilan keputusan (Van Dijk, 2012). Merujuk Marsden, Eriyanto (2014) menyatakan bahwa analisis jaringan komunikasi dibagi menjadi dua, yakni jaringan utuh (*complete networks*) dan jaringan yang berpusat pada ego (*ego networks*). Perbedaan di antara dua jenis jaringan ini terletak pada analisis yang memusatkan perhatian hanya pada satu atau beberapa aktor (*node*), atau melihat dan memperhitungkan semua aktor. Pada jaringan utuh semua aktor dalam jaringan diamati dan dianalisis seperti sentralitas tingkatan, sentralitas kedekatan,

sentralitas keperantaraan, dan sentralitas *eigenvektor*. Sistem yang dianalisa adalah ukuran, kepadatan, resiprositas, diameter, dan jarak. Sementara jaringan yang berpusat pada ego hanya mengamati satu aktor atau beberapa saja. Pada kedua jenis jaringan komunikasi ini juga terlihat dari interaksi beragam tanggapan warganet pada debat paslon di media sosial.

Berdasarkan paparan teori dan konsep-konsep ilmiah di atas, kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

(Sumber: olahan peneliti, 2024)

Kerangka pemikiran ini dapat dijelaskan sebagai berikut, yaitu debat publik Capres dan Cawapres Pemilu 2024 disiarkan secara *live streaming* di YouTube. Selama debat berlangsung hingga selesai, ruang komentar di kanal YouTube terus dibanjiri oleh komentar dan tanggapan dari warganet baik para pendukung, bukan pendukung, baik yang pro, anti, maupun netral. Banyaknya komentar ini membentuk jaringan komunikasi baik secara utuh maupun secara mandiri (ego). Jaringan komunikasi ini untuk mengidentifikasi struktur komunikasi dalam suatu sistem, dan menyediakan pemahaman perihal gambaran umum interaksi warganet terutama para pendukung/bukan pendukung masing-masing paslon. Pada seluruh proses komunikasi yang berlangsung ini juga terjadi proses informasi sosial.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Media Sosial. Menurut Nanda & Kumar (2021) Analisis Media Sosial dapat didefinisikan sebagai proses pengumpulan data mentah dari berbagai jenis percakapan di *platform* media sosial. Data dapat diubah menjadi rincian berguna yang menghasilkan kesimpulan lebih tepat dan opini pengguna yang lebih baik terhadap sebuah merek. Definisi lain juga dideskripsikan oleh Nanda & Kumar yang mengutip dari Lovett dan Owyang, yaitu bahwa Analisis Media Sosial sebagai suatu disiplin ilmu memungkinkan untuk menilai, menganalisis, dan

mengklarifikasi keberhasilan inisiatif media sosial dalam kaitannya dengan tujuan bisnis tertentu. Guna mengukur jaringan komunikasi di media sosial, analisis media sosial dengan menggunakan *tools* pihak ketiga dimungkinkan untuk digunakan.

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah menggunakan *tools/aplikasi* pihak ketiga yaitu Netlytic yang dikenal sebagai penganalisis teks dan jaringan sosial berbasis *cloud* yang dapat secara otomatis merangkum data tekstual dan menemukan jaringan komunikasi dari postingan media sosial yang dapat diakses publik (Netlytic, 2024). Adapun jaringan komunikasi yang dikaji berasal dari hasil *crawling* seluruh komentar warganet pada tayangan debat capres dan cawapres. Sementara media sosial yang dikaji adalah akun YouTube TVRI sebagai salah satu media resmi yang ditunjuk KPU untuk menyiarkan acara debat publik pertama dan kedua. Melalui kanal YouTube-nya, TVRI menyiarkan secara *live streaming* acara debat capres pada tanggal 12 Desember 2023 pada [link: https://www.youtube.com/watch?v=P09ID1aZfM4](https://www.youtube.com/watch?v=P09ID1aZfM4) dan tanggal 22 Desember 2023 untuk debat Cawapres pada [link: https://www.youtube.com/watch?v=v4QozZi997g](https://www.youtube.com/watch?v=v4QozZi997g). Waktu pengumpulan data pada *tool* Netlytic mulai dari tanggal 22 Desember 2023-4 Januari 2024.

Pada perhelatan Pemilu 2024, KPU menetapkan 5 (lima) kali debat publik. Tiga kali untuk capres dan dua kali untuk cawapres secara selang-seling berurutan dimulai dari capres. Pemilihan debat perdana dan kedua untuk capres dan cawapres dalam penelitian ini dengan pertimbangan antusiasme masyarakat yang cukup tinggi. Sesuai jajak pendapat Kompas 7-9 Desember 2023 dengan 511 responden di 38 provinsi di Indonesia diketahui separuh responden mengaku tidak tahu soal debat capres tetapi tetap tertarik untuk menonton, sedangkan sepertiga lebih responden lainnya mengaku tahu dan tertarik menonton (Kompas, 2023).

Hasil *crawling* data yang terkumpul dari seluruh komentar warganet di akun YouTube TVRI kemudian disajikan dalam bentuk gambar jaringan komunikasi, grafik, maupun teks. Data ini kemudian dikelompokkan sesuai kebutuhan riset untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data selanjutnya dianalisis secara deskriptif dengan menghubungkan hasil temuan-temuan penelitian dengan teori, konsep, penelitian lain, serta berbagai referensi ilmiah.

Tujuannya untuk memperkuat pembahasan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Debat capres yang dilaksanakan tanggal 12 Desember 2023 ditonton (*view*) oleh 613 ribu, disukai (*like*) sebanyak 6,1 ribu dan sebanyak 2.139 yang memberikan komentar. Sementara Debat cawapres dilaksanakan tanggal 22 Desember 2023, memperoleh *viewer* sebanyak 2 juta, disukai sebanyak 16 ribu, dan ditanggapi sebanyak 6.065 komentar (Gambar 2). Hasil *crawling* data menggunakan Netlytic untuk debat capres diperoleh sebanyak 2.013 komentar dan untuk debat cawapres sebanyak 5.379 komentar.



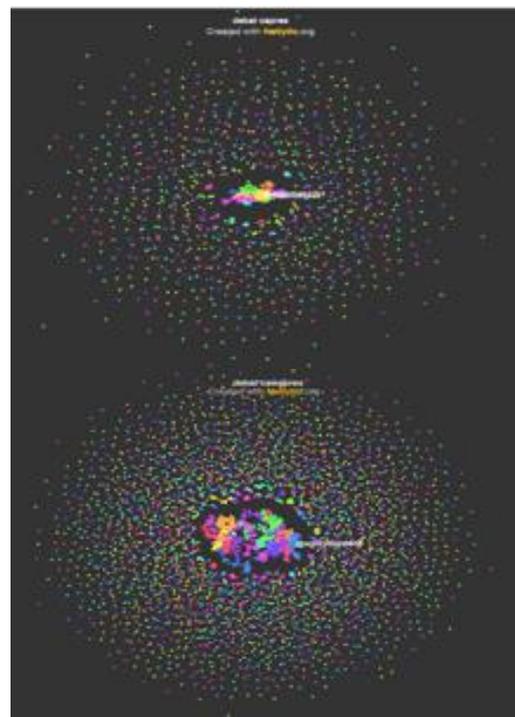
Gambar 2 Akun YouTube TVRI yang Menyiarkan Debat Capres dan Cawapres Pemilu 2024 (Sumber: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=P09ID1aZfM4>; <https://www.youtube.com/watch?v=v4QozZi997g>)

Hasil filter 100 kata dari Netlytic, kata ‘AMIN’ (Gambar 3 atas) mendominasi penyebutan di ruang komentar baik pada tayangan debat capres maupun cawapres. Sedangkan kata ‘Gibran’ dan ‘gibran’ menjadi kata terbanyak dalam komentar debat cawapres (Gambar 3 bawah).



Gambar 3 Kata yang Terbanyak Digunakan dalam Komentar di Akun YouTube TVRI pada Tayangan Debat Capres dan Cawapres Pemilu 2024

(Sumber: diolah dari Netlytic)



Gambar 4 Jaringan Komunikasi Warganet yang Terbentuk Melalui Komentar di Akun YouTube TVRI pada Tayangan Debat Capres dan Cawapres Pemilu 2024 (Sumber: diolah dari Netlytic)

Kumpulan komentar pada masing-masing tayangan debat tersebut membentuk jaringan komunikasi baik secara utuh maupun secara mandiri (*ego*). Adapun berdasarkan jumlah komentar terlihat bahwa debat kedua (cawapres) memiliki respons yang lebih banyak daripada debat capres (Gambar 4). Ini terlihat dari bentuk jaringan yang lebih besar dan luas pada jaringan komunikasi debat cawapres dibandingkan pada debat capres.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan utuh (*complete networks*) terbentuk dari tayangan debat capres dan cawapres. Berdasarkan konsepnya, jaringan utuh dalam jaringan komunikasi adalah sebuah jaringan di mana setiap simpul atau *node* terhubung langsung dengan setiap simpul lainnya. Pada jaringan semacam ini, tidak ada simpul yang terisolasi atau tidak terhubung. Setiap simpul memiliki jalur komunikasi langsung dengan semua simpul lainnya, sehingga memungkinkan pertukaran data dan informasi secara efisien dan cepat di antara semua simpul dalam jaringan. Selain jaringan utuh, terbentuk juga kluster lainnya yang terdiri dari akun-akun yang berdiri sendiri dan tidak berhubungan sama sekali dengan akun yang lain.

Gambar 5 memperlihatkan bahwa jaringan utuh pada debat capres dan cawapres memperlihatkan pola yang mirip. Nilai diameter pada debat capres menunjukkan angka 3 dan angka 6 pada debat cawapres. Ini mengindikasikan bahwa jaringan komunikasi yang terbentuk pada debat cawapres memiliki ukuran lebih lebar/jauh yang melibatkan jumlah *node*/akun yang lebih banyak dibandingkan jaringan komunikasi pada debat capres. Meski demikian, angka diameter ini menunjukkan luasan jaringan yang relatif kecil, dan jaringan komunikasi pada debat capres lebih kecil daripada jaringan komunikasi pada debat cawapres.

Network Properties:	Network Properties:
Diameter: 3	Diameter: 6
Density: 0.001087	Density: 0.000332
Reciprocity: 0.000000	Reciprocity: 0.000000
Centralization: 0.006346	Centralization: 0.003742
Modularity: 0.976500	Modularity: 0.977400

Gambar 5 *Network Properties* Tayangan Debat Capres dan Cawapres Pemilu 2024 di Akun YouTube TVRI (Sumber: diolah dari Netlytic)

Nilai kepadatan jaringan pada debat capres adalah 0,001087 sedangkan pada debat cawapres sebesar 0,000332. Ini menunjukkan bahwa ikatan komunitas melalui percakapan antar-warganet di kedua tayangan sama-sama tidak erat karena jauh dari nilai 1 (satu) meskipun nilai kepadatan pada debat capres tampak lebih tinggi daripada di debat cawapres. Sementara itu, *reciprocity* atau timbal balik dalam jaringan untuk kedua tayangan debat semuanya memiliki nilai 0 (nol). Ini menunjukkan bahwa pada masing-masing jaringan komunikasi tidak terwujud adanya proses komunikasi yang timbal balik (komunikasi dua arah).

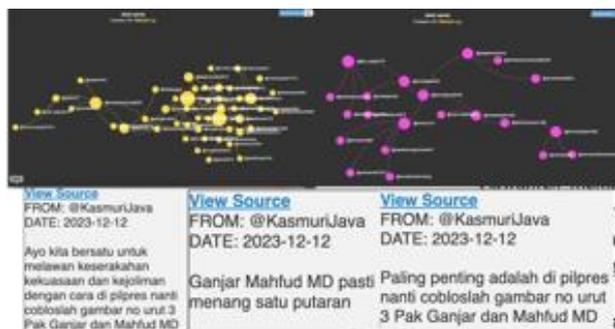
Nilai sentralisasi yang diperoleh pada dua jaringan komunikasi menunjukkan angka yang rendah (jauh dari 1). Nilai sentralisasi pada debat capres adalah 0,006346 sedangkan pada debat cawapres sebesar 0,003742. Nilai sentralisasi ini menunjukkan bahwa di kedua acara debat tersebut pada dasarnya terdapat partisipan yang berperan sentral atau mendominasi arus informasi. Namun ketika nilai sentralisasi ini sekaligus dapat mengindikasikan bagaimana desentralisasi informasi tercipta maka meski sama-sama bernilai rendah, namun daya memusat lebih besar yang terbentuk di debat capres, sekaligus menunjukkan bahwa daya desentralisasinya lebih rendah daripada di debat cawapres. Artinya, pada debat capres yang tercipta adalah cenderung pemusatan informasi sedangkan pada debat cawapres yang tercipta adalah desentralisasi informasi. Pada debat cawapres informasi mengalir lebih bebas di antara banyak partisipan.

Sementara itu, nilai modularitas yang diperoleh dari kedua tayangan debat capres dan cawapres tersebut terhitung cukup tinggi (diatas 0,5), masing-masing 0,976500 untuk debat capres dan 0,977400 untuk debat cawapres. Ini menunjukkan bahwa ada sekelompok *node* yang terhubung erat dan lebih mungkin untuk berkomunikasi satu sama lain dalam satu kluster dibandingkan dengan *node* di luar kluster. Nilai kategori tinggi dalam sebuah jaringan ini menunjukkan pembagian yang jelas antar-komunitas seperti yang diwakili oleh kluster. Seluruh kluster dipisahkan oleh komunitas yang berbeda satu dengan lainnya.

Berdasarkan olahan Netlytic, dari tayangan debat capres dan cawapres secara umum terbentuk 5 (lima) kluster yang di dalamnya terdiri dari akun-akun warganet yang pro maupun kontra terhadap suatu paslon. Kluster 1 dan 2 adalah kluster yang menjadi pusat jaringan komunikasi disusul dengan kluster-kluster selanjutnya. Pada debat capres menunjukkan bahwa kluster pertama dan kedua mayoritas dipenuhi dengan komentar-komentar warganet yang mendukung paslon nomor 3 Ganjar Pranowo-Mahfud MD (Gambar 6). Seperti akun @KasmuriJava memberikan komentar: “*Ayo kita bersatu untuk melawan keserakahan kekuasaan dan kejoliman dengan cara di pilpres nanti cobloslah gambar no urut 3 Pak Ganjar dan Mahfud MD*”. Kluster 3 umumnya berisi komentar yang tidak mendukung paslon 1 dan 2. Sementara pada kluster 4 dan 5 jaringan komunikasi yang terbentuk cenderung menilai semua capres secara netral.

Salah satu akun yang sentral dalam klaster 1 adalah @KasmuriJava yang terhubung dengan beberapa akun lainnya. Akun ini menjadi sentral karena dihubungkan oleh penjemputan ke akun-akun lainnya. Tercatat ada beberapa akun seperti @quruchan100, @bayupradana6669, @ffpsmile, dan @murlismarpaung6826 yang menjembatannya. Nilai *total degree* pada klaster 1, atau jumlah hubungan yang dimiliki oleh salah satu akun sentral dengan akun-akun lainnya, adalah 16 yang terdiri dari nilai 1 untuk *in-degree* dan 15 untuk *out-degree*. Ini merujuk pada jumlah koneksi yang tercipta di mana hanya 1 akun yang mengikuti/berteman dengan akun-akun pada klaster 1 dan 15 akun yang merupakan hubungan ke luar dari *node*. Sementara pada klaster 2 ada akun @anisa_ij7vn yang menjadi sentral dengan *total degree* 7, *in-degree* sebanyak 6 dan *out-degree* sebanyak 1. Pada klaster 3, ada akun @bagusyanto dengan *total degree* 8, *in-degree* 1 dan *out-degree* 7. Akun @barubiru5141 menjadi sentral di klaster 5 dengan *total degree* 8, *in-degree* 3 dan *out-degree* 5 serta akun @blackwife_dg9hq dengan *total degree* 6, *in-degree* 1 dan *out-degree*-nya sebesar 5. Pada hubungan antar-klaster, ditemukan bahwa hubungan antara klaster 1 dan 2 ditandai oleh keaktifan sebuah akun di klaster 1 yang mendekatkan jaringan klaster 2 (@KasmuriJava-klaster 1 ke akun @bhumipalapa7984-klaster 2).

Hasil penelusuran komentar di YouTube ditemukan bahwa akun @KasmuriJava me-reply komentar akun @bhumipalapa7984 yang menyatakan dukungannya terhadap Amin. Akun @KasmuriJava memiliki 8 *subscribers* dan mulai aktif di YouTube tanggal 15 Mei 2023 tetapi tidak memiliki aktivitas apapun di akunnya. Berdasarkan sejumlah komentarnya, @Kasmuri-Java terkesan merupakan pendukung keras paslon nomor 3 Ganjar-Mahfud.

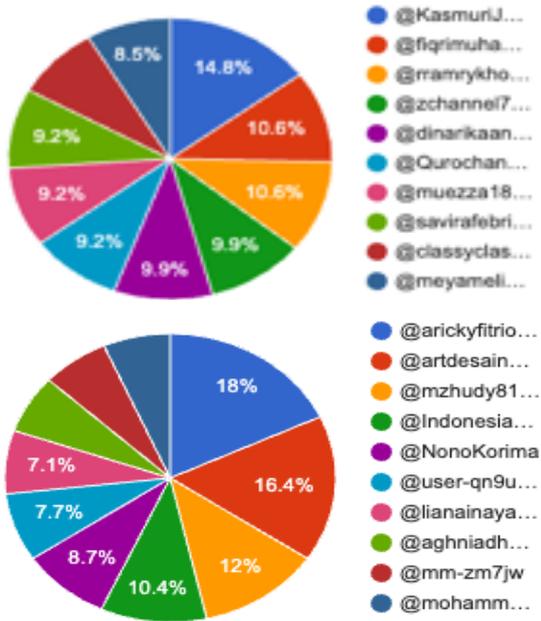


Gambar 6 Jaringan Komunikasi Warganet pada Debat Capres (Sumber: diolah dari Netlytic)

Akun ini juga kerap hadir dan me-reply komentar-komentar dari akun yang mendukung paslon nomor 1 (Amin) dengan menyatakan bahwa paslon 3 lah yang terbaik. Setelah ditelusuri, akun @bhumipalapa7984 di sisi lain juga hanya memiliki 5 *subscribers* yang bergabung di Youtube sejak 29 November 2016 dan tidak memiliki aktivitas apapun di akunnya. Kedua akun ini memiliki afiliasi dukungan paslon yang berbeda tetapi terkesan membangun konektivitas pewacanaan politik dalam acara debat capres untuk menguatkan arus opini publik terhadap paslon-paslon yang diperjuangkan.

Sementara itu pada debat cawapres, klaster 1 umumnya pro terhadap paslon nomor 1 (Amin), seperti komentar dari akun @nebiaimun5676: “*Tetap amin 01*”, sedangkan klaster 2 pro dan kontra terhadap Gibran (@iwanbudiman2132: “*MAJU TERUS PRABOWO. GIBRAN TAK USAH PAKEK REM. JEBURLAH*”). Klaster 3 umumnya pro terhadap Gibran, seperti komentar akun @riskygulo1941: “*Mas Gibran ini sekali tampil lawannya mati kamuss.*” Sedangkan klaster 4 dan 5 cenderung menilai baik pro maupun kontra semua cawapres secara umum (Gambar 7).

Akun yang menjadi sentral dalam klaster 1 adalah @user-qn9uy3fb8r yang terhubung dengan beberapa akun lainnya. Sementara yang menjadi penghubung (jembatan) ke kelompok lainnya ada beberapa akun di antaranya @muhammadismat123, @luthfiniam9901, @user-um1zz7oi9s dan @chaidarivaldy7967. *Total degree* pada klaster 1 jumlahnya sama dengan pada debat capres yaitu 16 akun dengan akun *in-degree* berjumlah 1 (satu) atau hanya 1 orang orang yang mengikuti atau berteman dengan akun-akun pada klaster 1, dan ada 15 akun yang masuk kategori *out-degree* atau merujuk pada jumlah koneksi yang keluar dari suatu node atau titik. Klaster 2 ada akun @user_hr8qm6cx51 dengan *total degree* 8, *in-degree* 6 dan *out-degree* 2. Klaster 3 memiliki sentral akun @indonesiastandswithpalestina dengan *total degree* 16, *in-degree* 1 serta *out-degree* 15. Akun @ajhniadanisaa6907 menjadi akun sentral pada klaster 4 dengan *total degree* 13, *in-degree* 1 dan *out-degree* 12. Sedang klaster 5 ada akun @totorachmad10 dengan *total degree* 8, *in-degree* 1 dan *out-degree* 7.



Gambar 7 Jaringan Komunikasi Warganet pada Debat Cawapres (Sumber: diolah dari Netlytic)

Berbeda dengan debat capres, pada debat cawapres menunjukkan bahwa antara kluster 1 dan 2 tidak memiliki hubungan langsung. Akun sentral pada kluster pertama @user-qn9uy3fb8r hanya terhubung dengan akun-akun lainnya yang ada di dalam kluster tidak di luar kluster, begitupun dengan kluster 2. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa akun @user-qn9uy3fb8r dengan nama Tuminy Tuminy ini mulai bergabung di YouTube 18 Juni 2023 dan tidak memiliki aktivitas apapun di akunnya serta merupakan pendukung paslon nomor urut 1 (Amin). Akun ini beberapa kali melakukan negasi terhadap komentar yang pro paslon 2 dan 3. Pada kluster 2, akun sentralnya adalah @user_ht8qm6cx5l ardi ardi yang bergabung di Youtube pada tanggal 23 Desember 2023 dan tidak memiliki aktivitas apapun di akunnya.

Jaringan selanjutnya yang dikaji adalah jaringan ego. Jaringan ini mengacu pada analisis hubungan antara individu (ego) dengan orang-orang di sekitarnya dalam konteks jaringan komunikasi. Pada analisis jaringan ego, fokus utama adalah pada individu sebagai pusat jaringan dan individu tersebut terhubung dengan orang lain dalam jaringan komunikasi (Eriyanto, 2014).



Gambar 8 Top Ten Posters dalam Tayangan Debat Capres dan Cawapres di Akun Youtube TVRI (Sumber: diolah dari Netlytic)

Hasil penelitian menemukan terdapat 10 teratas akun yang paling banyak memberikan komentar pada tayangan debat capres, yaitu @KasmuriJava (14,8%), @fiqrimuhamad (10,6%), @rramrykho (10,6%), @zchannel7 (9,9%), @dinarikaan (9,9%), @Qurochan (9,2%), @muezza18 (9,2%), @savirafebri (9,2%), @classiclass (9,2%), dan @meiamelia. Sedangkan untuk 10 teratas akun yang paling banyak memberikan komentar pada tayangan debat cawapres adalah @arickyfitrio (18%), @artdesain (16,4%), @mzhudy81 (12%), @indonesia (10,4%), @NonoKorima (8,7%), @user-qn9u (7,7%), @lianainaya (7,1%), @aghiadh, @mm-zm7jw, dan @mohammad.

Pada debat capres, akun @Kasmurijava merupakan salah satu akun sentral dalam kluster 1. Akun ini terhubung langsung dengan 13 akun lainnya. Kasmurijava memberikan komentar: “*Ganjarlah capres yang terbaik dan teruji kualitasnya*”. Komentar ini kemudian di *reply* oleh akun lain seperti @qurochan1001 dan @marcelbayu. Kedua akun tersebut me-*reply* dengan tambahan komentar, @qurochan1001: “*Ayo kita Bersatu untuk melawan keserakahan kekuasaan dan kejoliman dengan cara di pilpres nanti cobloslah gambar no urut 3 Pak Ganjar dan Mahfud MD*” dan @marcelbayu: “*Paling penting adalah di pilpres nanti coblosnya gambar no urut 3 Pak Ganjar dan Mahfud MD*”. Akun-akun lainnya juga memberikan komentar yang umumnya memberikan dukungan yang sama kepada paslon nomor urut 3.

Pada debat cawapres, salah satu akun sentral adalah @nebiaimun5676 yang terhubung dengan 9 akun lainnya. Akun @nebiaimun5676 berkomentar: “*Anis r Baswedan 01*”. Komentar lainnya dari akun

@apaajalah4171: “01♥”, @hendrisamalo4113: “*Tetap amin 01♥*”, @tisnaarya789: “*insyaallah amin 01♥*”, dan akun lainnya yang juga umumnya memberikan dukungan kepada paslon nomor urut 1. Sementara itu, komentar-komentar negatif terhadap paslon dalam ruang komentar tidak dapat dihindari. Para pendukung yang militan terhadap suatu paslon umumnya memberikan komentar yang menjatuhkan paslon lain. Hal ini mendapat balasan atau pembelaan (*replying*) dari paslon pendukung lain dalam komentar-komentar.

Berdasarkan data-data di atas dapat dikerucutkan bahwa jaringan komunikasi utuh yang terbentuk baik dalam debat capres maupun cawapres relatif sama, yaitu menunjukkan ikatan percakapan antar-partisipan tidak erat, komunikasi dua arah tidak terbentuk, sentralisasi antar-partisipan juga rendah. Namun modularitas jaringan cukup tinggi di mana ada sekelompok *node* yang terhubung erat dalam satu klaster dibandingkan dengan *node* di luar klaster. Sementara untuk jaringan ego, beberapa akun menjadi sentral interaksi. Mereka terhubung dengan akun-akun lainnya yang menjadi jembatan, penghubung. Perannya dalam pertukaran pesan dan informasi cukup penting untuk meluaskan jaringan komunikasi dan menghasilkan tautan antar-partisipan meski hanya sebatas saat debat ditayangkan.

Tautan-tautan ini mengarahkan aliran informasi, dukungan sosial, dan interaksi antara individu terutama yang memiliki persepsi dukungan yang sama terhadap salah satu paslon. Meski demikian, ada juga individu yang tidak terhubung sama sekali dengan individu lainnya (*isolated*). Umumnya hanya sedikit dari mereka yang saling berteman dan lebih banyak terkoneksi yang keluar dari suatu *node*. Tetapi di sisi lain, akun-akun yang terlibat sebagai partisipan, khususnya yang menonjol, tidak dapat lah dipastikan sebagai akun original atau akun palsu. Namun beberapa akun sentral pada klaster 1 dan 2 adalah akun yang relatif baru bergabung di YouTube dekat dengan penyelenggaraan acara debat, atau persisnya pada masa kampanye Pemilu 2024. hanya memiliki sedikit *subscribers*, dan tidak memiliki aktivitas apapun di akun mereka.

Pada debat capres terbentuk klaster 1 dan 2 yang menjadi pusat jaringan komunikasi di mana mayoritas dipenuhi dengan komentar-komentar partisipan yang mendukung paslon nomor 3. Sementara pada debat cawapres, klaster 1 umumnya pro terhadap paslon nomor 1. Para partisipan terkesan bertemu secara spontan dan mengemukakan tanggapan yang

umumnya saling mendukung satu sama lain dan sebaliknya, yang menandakan adanya pertukaran pesan dan informasi. Selain itu ditemukan juga bahwa komentar-komentar negatif terhadap capres maupun cawapres juga tidak dapat dihindari dalam interaksi komunikasi yang umumnya dengan saling menjatuhkan, merunding, dan juga membela antar-warganet.

Pada konteks komunikasi, konsep jaringan utuh mengacu pada jaringan sosial di mana setiap anggota atau individu dalam jaringan memiliki hubungan langsung satu dengan yang lainnya. Informasi dapat dengan mudah dan cepat tersebar ke seluruh anggota jaringan. Tidak ada hambatan atau jarak komunikasi yang signifikan antar-anggota, sehingga memungkinkan pertukaran informasi yang efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap anggota memiliki akses langsung ke semua anggota lainnya. Hal ini terlihat dari keinginan untuk membalas komen, mengomentari, maupun terlibat berpartisipasi. Informasi, ide, dan dukungan terhadap paslon tertentu juga dapat dengan mudah dibagikan dan ditanggapi di antara anggota. Ini menunjukkan rasa kepercayaan dan solidaritas antar-para pendukung paslon saling menguat. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Battaglini & Patacchini (dalam Rahmat & Rafi, 2022) yang menyebutkan bahwa hubungan sosial melalui jaringan media sosial dapat memengaruhi pengambil kebijakan untuk melakukan gerakan bersama.

Pada analisis jaringan ego dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada individu-individu yang menjadi sentral yang diidentikkan sebagai *opinion leader* dalam interaksi percakapan di ruang komentar baik pada tayangan debat capres maupun cawapres. *Opinion leader* merupakan salah satu peran penting dalam jaringan komunikasi interpersonal. Mereka adalah individu yang memiliki daya untuk memengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku orang lain di dalam jaringan komunikasi. Peran *opinion leader* ini dapat memengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan orang lain dalam berbagai hal, seperti memilih produk, mengadopsi inovasi, atau mengubah sikap terhadap suatu isu (Park, 2013).

Jika ditilik lebih mendalam, akun-akun sentral ini memiliki latar belakang sebagai pendukung salah satu paslon. Akun-akun ini terhubung dan berinteraksi satu sama lainnya. Meski hubungan itu terjadi secara interpersonal namun belum tentu di antara mereka adalah teman, keluarga, ataupun kerabat. Mereka

bertemu secara spontan dan mengemukakan tanggapan yang umumnya saling mendukung satu sama lain dan sebaliknya yang mengindikasikan adanya pertukaran pesan dan informasi. Kekuatan tautan yang terjadi dalam interaksi ini terlihat cukup intim, saling percaya, dan intens meski ukuran ini hanya sebatas saat debat ditayangkan. Kekuatan tautan ini memengaruhi aliran informasi, dukungan sosial, dan interaksi antara individu terutama yang memiliki persepsi dukungan yang sama terhadap salah satu paslon. Selain *opinion leader*, Rogers dan Kincaid mengidentifikasi beberapa peran khusus individu dalam jaringan, seperti penghubung, jembatan, atau ada juga individu yang terisolasi atau tidak berhubungan sama sekali dengan individu lainnya (*isolated*). Mereka terdiri dari individu, dua orang, subkelompok, atau kelompok, dan *links* (hubungan antara individu) (Rogers & Kincaid, 1981). Namun demikian *isolated* dalam konteks ini tentu perlu ditafsirkan sesuai dengan era penggunaan teknologinya. Jumlah yang '*isolated*' tampak banyak, tetapi bukan berarti mereka tidak mendapatkan informasi sama sekali. Sejak konten debat bisa diakses di manapun, *isolated* di sini patut dipertimbangkan sebagai sekelompok orang yang tidak terlibat dalam percakapan lanjutan di kolom komentar.

Informasi yang disebarluaskan juga cukup menimbulkan pergerakan pada jaringan dalam hal memengaruhi pendapat dan interaksi individu lainnya untuk memberikan komentar yang mendukung atau sebaliknya. Ini terlihat dari komentar-komentar yang saling menimpali. Termasuk membantu pembentukan komunitas yang kuat meski sifatnya sementara. Komunitas yang dimaksud adalah komunitas berbagi minat yang sama dan saling mendukung terhadap paslon tertentu. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Battaglini (dalam Rahmat & Rafi, 2022) yaitu melalui jejaring media sosial mampu mengambil keputusan dari sebuah gerakan kolektif (gerakan bersama) yang diusung. Termasuk menjadi ruang mobilisasi peleburan dinamis gerakan masyarakat (Harmatiy et al., 2021).

Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media sosial YouTube menjadi media terbentuknya jaringan komunikasi secara daring salah satunya melalui ruang komentar. Media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan dalam masyarakat jaringan di antaranya memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan mudah dan cepat, tanpa batas (Juditha et al., 2021). Di samping itu media sosial memainkan peran penting dalam

penyebaran informasi serta memengaruhi dunia politik dengan memberikan *platform* bagi individu untuk menyuarakan pendapat mereka, memobilisasi dukungan, mengorganisir gerakan sosial, serta memungkinkan partisipasi politik yang lebih luas.

Meski debat capres dan cawapres ditayangkan melalui televisi, namun masyarakat terkesan lebih memilih menonton acara tersebut melalui *streaming* di YouTube. Hal ini terlihat dari jumlah *viewers* tayangan ini yang pada debat cawapres, misalnya, melejit mencapai 2 juta *viewers*. Kenyataan ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Setiawan dkk (2020), yang menyimpulkan bahwa responden lebih suka menonton YouTube dibandingkan televisi. Beberapa alasannya karena perubahan budaya menonton, disamping itu YouTube juga sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang hampir 24 jam tidak pernah lepas dari *smartphone*. Alasan lainnya karena masyarakat bisa langsung melakukan umpan balik (*feedback*) atas apa yang ditayangkan melalui YouTube. Hal ini dapat dikonfirmasi dari interaksi yang terjadi di ruang komentar tayangan debat.

Melihat interaksi yang terbangun antar-warganet pada tayangan debat capres dan cawapres tidak terlepas dari peran teori Proses Informasi Sosial. Proses informasi sosial ini terjadi pada komunikasi di media sosial dalam menanggapi debat publik. Hal ini juga mengadopsi tiga hal penting dari sebuah tahapan pertukaran informasi yaitu tahapan di mana warganet pendukung maupun non-pendukung saling berusaha untuk mengetahui informasi satu sama lain hingga sampai pada membentuk kesan. Pada tahapan ketiga akhirnya berujung pada terbentuknya hubungan dalam berinteraksi di media sosial.

Berkumpulnya warganet di ruang komentar YouTube tidak terlepas dari keingintahuan mereka terhadap visi misi setiap paslon dalam debat. Seperti yang diungkapkan oleh Benoit (dalam Witianti & Solihah, 2019) bahwa perdebatan dalam proses kampanye politik memberikan akses kepada masyarakat untuk dapat membandingkan masing-masing pihak yang bertarung dalam kontestasi. Hal ini terlihat dari komentar-komentar warganet yang membandingkan antara pilihan paslon mereka dengan yang lain. Bersamaan dengan itu diselingi pula komentar yang menjatuhkan, melakukan perundungan, dan juga ujaran kebencian terhadap paslon lain. Namun ada juga yang memberi komentar yang secara umum bersifat netral terhadap ketiga paslon. Ini tidak terlepas

dari pendapat yang menyebutkan bahwa debat calon presiden memiliki dampak yang lebih kuat terhadap preferensi pemilu dibandingkan kampanye lainnya. Perdebatan memungkinkan pemilih untuk mempelajari dan membandingkan kepribadian kandidat dan posisi isu secara bersamaan (Martel dalam Cantú & Carreras, 2023).

Ajang debat capres dan cawapres nyatanya juga melahirkan perdebatan sendiri di antara para pendukungnya di ruang komentar media sosial. Khatami & Kurnia (2022) menyebutkan bahwa hal ini wajar terjadi di era *e-democracy* seperti saat ini karena pertukaran pendapat antara warganet saat pemilu atau pilkada sudah sering dilakukan. Demokratisasi mendorong segala jenis isu publik menjadi perhatian untuk dibicarakan di media sosial. Bahkan dengan banyaknya akun yang terlibat membuat perdebatan terjadi tidak terkontrol dan menjadi lebih besar (Juditha & Darmawan, 2023). Namun dari sanalah dapat dilihat proses jaringan komunikasi terbentuk untuk mengidentifikasi struktur komunikasi dalam suatu sistem, dan untuk memahami gambaran umum interaksi warganet dalam suatu sistem terutama para pendukung/non paslon. Pada seluruh proses komunikasi yang berlangsung di dalam jaringan komunikasi itu terjadi proses informasi sosial.

Hadirnya warganet di kolom komentar yang menyikapi debat publik para paslon dan ramainya pernyataan-pernyataan yang dilontarkan dalam acara tersebut dapat dikatakan mencerminkan terbentuknya ruang publik. Sebagai medan artikulasi publik, wahana ini penting dan strategis untuk menganggap bahwa pembangunan demokrasi tetap berjalan dengan baik ditengah tudingan penurunan kualitas demokrasi pada Pemilu 2024 yang dilontarkan sementara pihak. Hal ini tentu melegakan, karena demokratisasi sedang dipraktikkan untuk menegasikan tudingan tersebut. Namun demikian, data dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa asumsi tersebut perlu ditempatkan secara berhati-hati oleh karena kecenderungan yang kurang mengesankan dari jaringan komunikasi yang ditemukan.

Data jaringan utuh (Gambar 5) dan uraian tentang jaringan ego memperlihatkan bahwa diskusi politik dan ruang publik yang tercipta cenderung bersifat semu atau hampir *meaningless*. Keriuhan di dalam kolom komentar seolah lebih mengesankan sebagai upaya dominatif para pendukung 'garis keras' yang bekerja untuk menguasai percakapan versi paslon yang didukungnya untuk meminggirkan sembari

mendestruksi ungkapan-ungkapan dari pendukung paslon lain. Bobot argumentatif dalam debat nyaris tidak ditemukan dalam ungkapan-ungkapan yang menjadi respons atas yang sedang terjadi dalam acara debat atau yang disampaikan oleh suatu pihak sebagai komentar. Karenanya menjadi sulit menemukan nalar diskusi di antara para aktor dan relasi-relasinya dalam jaringan komunikasi yang ditemukan. Jaringan komunikasi yang terbentuk itu secara umum pada akhirnya lebih mengesankan sebagai jaringan yang rapuh dan distortif karena tidak mengafirmasi pendidikan politik, ruang publik, ataupun pembangunan demokrasi yang konstruktif.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengamati bagaimana jaringan komunikasi yang terbentuk dalam acara perdana debat capres dan cawapres pada Pemilu 2024. Hasil menunjukkan bahwa jaringan komunikasi utuh antara debat capres dan cawapres memiliki struktur yang mirip: diameter yang kecil, tidak ada komunikasi dua arah, keeratan antar-partisipan dan sentralisasi yang rendah. Meski demikian modularitas cukup tinggi dimana terdapat sekelompok *node* yang terhubung erat dalam satu klaster dibandingkan dengan *node* di luar klaster. Sementara untuk jaringan ego, beberapa akun sentral terhubung dengan akun-akun lain yang kemudian menjadi jembatan dan penghubung ke akun lainnya lagi sehingga meluaskan jaringan komunikasi. Terdapat juga individu yang *isolated*. Akun-akun yang terlibat sebagai partisipan tidak dapat dipastikan sebagai akun original atau akun palsu.

Jaringan komunikasi pada debat capres ditopang oleh aspirasi yang mengarahkan dukungan kepada paslon nomor 3, sedangkan pada debat cawapres jaringan komunikasi didominasi oleh dukungan kepada paslon nomor 1, di mana hal itu seolah mengesankan adanya diskusi yang konstruktif-argumentatif. Namun, jaringan komunikasi yang ditemukan pada kedua acara debat capres dan cawapres memperlihatkan kelemahan karakteristik mendasar yang menonjolkan tampilan rapuh dan distortif. Jaringan komunikasi cenderung digunakan sebagai mekanisme untuk mengaburkan esensi dan substansi pembangunan demokrasi secara konstruktif, kecuali hanya untuk mewacanakan saja 'yel-yel' paslon dukungannya dan keburukan paslon lawan. Akibatnya, sulit mengandaikan jaringan komunikasi tersebut merupakan wujud semestinya dari gagasan pendidikan demokrasi atau ruang publik yang ideal.

Studi ini merekomendasikan beberapa hal di antaranya, kita perlu membangun budaya mendiskusikan isu politik secara lebih komprehensif, argumentatif, dan substantif. Selain itu masyarakat umum pengguna media sosial tetap perlu mengedepankan literasi digital dan etika-etiket dalam berinteraksi di media sosial termasuk dalam memberikan komentar-komentar. Terakhir, pihak YouTube atau pemilik akun sebagai pengunggah konten perlu mendeteksi konten dalam ruang komentar yang dianggap melanggar aturan main dan syarat yang berlaku di media sosial agar ditindak seperti komentar yang mengandung kebencian, perundungan, dan ancaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih untuk semua pihak yang sudah membantu baik dalam penyediaan data, penyediaan sarana serta ruang diskusi, sehingga karya tulis ilmiah ini dapat selesai dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. (2023). KPU Tetapkan Tiga Pasangan Capres-Cawapres Pemilu 2024. <https://www.antaraneews.com/berita/3820713/kpu-tetapkan-tiga-pasangan-capres-cawapres-pemilu-2024>
- Bakti, Iriana, Centurion C. Priyatna, Evie Novianti, dan Hem Ryanto Budiana. (2015). Peran Jejaring Komunikasi dalam Membangun Kohesivitas Kelompok Tani Tanaman Obat Di Jawa Barat. *Jurnal Teknologi Pendidikan Edutech*, 1 (3).
- Cantú, F., & M. Carreras. (2023). Presidential Debates and Electoral Preferences in Weakly Institutionalised Democracies: Evidence From 32 Latin American Elections. *Journal of Politics in Latin America*, 15(3). <https://doi.org/10.1177/1866802x231213668>
- Chilton, P. (2004). *Analysing Political Discourse: Theory and practice*. London: Routledge.
- Cobis, M. Y., & Udi Rusadi. (2023). Sosial Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 1196-1208. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i4.3314>
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- González-Bailón, S., & N. Wang. (2016). Networked Discontent: The Anatomy of Protest Campaigns in Social Media. *Social Networks*, 44, 95-104. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2015.07.003>
- Griffin, E. (2009). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Hardiman, F. Budi. (1993). *Menuju Masyarakat Komunikatif: Ilmu, Masyarakat, Politik & Postmodernisme Menurut Jurgen Habermas*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Harmatiy, Olha V., Mykhailo M. Basarab, Bekzhigit K. Serdali, Altyn B. Akynbekova, & Aliya T. Beldibekova. (2021). Potential of Social Networks' Use in the Protest Movements. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 17(3), 1341-1354. <https://doi.org/10.52462/jlls.96>
- Juditha, C. (2017). Hatespeech di Media Online: Kasus Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(2).
- Juditha, C. (2019). Dukungan Sosial Warganet di Twitter Terhadap Gaya Komunikasi Pasangan Calon Presiden pada Debat Pemilu 2019. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 87. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1982>
- Juditha, C. (2021). The Communication Network of Online Prostitution in Twitter. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1),13. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.826>
- Juditha, C., & J.J. Darmawan. (2023). *Tren Stitch Tiktok Sebagai Fitur Penegasian Warganet dalam Komunikasi di Media Sosial*. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 242-258. <https://doi.org/10.24912/jk.v15i2.23323>
- Juditha, C., E. Maryani, A. Abdullah, & R. Setiawati. (2021). Online Prostitution Network in Twitter and Automatic Identification System of The Government. *Review of International Geographical Education Online*, 11(5), 79-92. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11/5/8>
- Khatami, M. I., & Novi Kurnia. (2022). E-Demokrasi pada Perdebatan Publik di Twitter: Analisis Konten Polemik Pemecatan Pegawai Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 51-69. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.449>
- Kompas. (2023). Antusiasme Menyambut Debat Perdana. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/12/10/antusiasme-menyambut-debat-perdana>. Accessed 4 Januari 2024.
- Nanda, P., & V. Kumar. (2021). Social Media Analytics: Tools, Techniques and Present Day Practices. *International Journal of Services Operations and*

- Informatics*, 11(4), 422-436. <https://doi.org/10.1504/ijsoi.2021.10039351>
- Netlytic. (2024). Definition Network Properties. <https://netlytic.org/network/sna/snachart.php>. Accessed, 20 Januari 2024.
- Palacios, Lucia Maria Ramos. (2018). *The 2016 U.S. Presidential Debates: A Discourse Analysis Approach*. Cadiz, Spanyol: Universidad de Cádiz.
- Park, Chang Sup. (2013). Does Twitter Motivate Involvement in Politics? Tweeting, opinion, leadership, and political engagement. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1641-1648. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.044>
- Rahmat, A. F., & M. Rafi. (2022). Social Media Network Analysis on Twitter Users Network to the Pension Plan Policy. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 9(1), 62-76. <https://doi.org/10.37535/101009120225>
- Rogers, E. M. and Lawrence D. Kincaid. (1981). *Communication Network: Toward A New Paradigm for Research*. Illinois: Free Press.
- Setiawan, H., Pawito & Andrik Purwasito. (2020). Youtube Social Media Trends Reduce Television Watching Interest. Dalam *Proceedings of the 6th International Conference on Social and Political Sciences (ICOSAPS 2020)*, 510, 125-132. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201219.019>
- Van Dijk, J. (2012). *The Network Society (3rd Edition)*. London: Sage Publications.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- Wadipalapa, R. P. (2017). Dari Desentralisasi Jaringan ke [De]sentralisasi Kuasa: Dinamika, Kekuatan dan Pukulan Balik. Dalam *Jurnal ASPIKOM*, 1(6), 465-476. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i6.52>
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal Effects in Computer-mediated Interaction: A Relational Perspective. Dalam *Communication Research*, 19(1), 52-90. <https://doi.org/doi:10.1177/009365092019001003>
- Witianti, S., & R. Solihah. (2019). The Influence of Public Debate on the Political Preference of Communities in the Presidential Election in 2019. Dalam *Central European Journal of International and Security Studies*, 13(4), 368-380.
- Yue, Zenglei, Guang Yu, Jing Shan, Guangwu Liu, Lie Chen, Donghui Yang. (2023). Communication Network Characteristics of the Mass Entrepreneurship and Innovation Policy on Social Media: A Social Network Analysis. Dalam *International Journal of Communication*, 17, 6250-6268. <http://ijoc.org>.