

Analisis Jaringan Twitter pada Interaksi Penggemar K-pop Menggunakan Pendekatan *Social Network Analytic*

Fani Maharani¹, Sri wahyuning Astuti²

^{1,2}Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom Indonesia

Email: fanimhrn28@gmail.com

ABSTRAK

Korean Pop atau K-pop telah menjadi fenomena global dalam industri musik populer, terutama di Indonesia, dengan sejumlah besar penggemar yang membentuk komunitas melalui media sosial seperti Twitter. Penelitian ini menggunakan pendekatan Social Network Analysis (SNA) untuk menganalisis pola interaksi antara penggemar K-pop di Twitter dengan fokus pada tagar #K-Popers. Data dikumpulkan pada tanggal 30 Mei 2023, mencakup 2720 postingan terkait K-pop. Hasil analisis menunjukkan adanya dua pola jaringan, yaitu pola interaksi roda dan pola interaksi Y. Selain itu, aktor-aktor utama seperti @starfess, @tanyarlfe, dan @nangkagembok memiliki peran sentral dalam jaringan. Analisis ini memberikan wawasan tentang struktur komunitas penggemar K-pop di Twitter dan implikasinya terhadap interaksi dalam dunia media sosial.

Kata Kunci: K-pop, penggemar K-pop, Twitter, *Social Network Analysis*, komunikasi media sosial, jaringan sosial, budaya populer.

Twitter Network Analysis of Interactions among Korean Pop (K-pop) Fans Using Social Network Analytics Approach

ABSTRACT

Korean Pop or K-pop has become a global phenomenon in the popular music industry, especially in Indonesia, with a large number of fans forming communities through social media platforms such as Twitter. This research employs the Social Network Analysis (SNA) approach to examine interaction patterns among K-pop enthusiasts on Twitter, with a specific focus on the hashtag #K-Popers. Data was collected on May 30, 2023, encompassing 2720 K-pop-related posts. The analysis reveals two network patterns, namely the hub-and-spoke interaction pattern and the Y-shaped interaction pattern. Additionally, key actors such as @starfess, @tanyarlfe, and @nangkagembok play central roles within the network. This analysis provides insights into the community structure of K-pop fans on Twitter and its implications for interactions in the realm of social media. (Santiyuda, Purnawan, & Ni, Januari 2023)

Keywords: K-pop, K-pop fans, Twitter, Social Network Analysis, social media communication, social network, popular culture.

***Korespondensi :** Fani Maharani¹ dan Sri wahyuning Astuti². Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom. Jl. Telekomunikasi. Email : fanimhrn28@gmail.com

PENDAHULUAN

Korean pop atau K-pop telah menjadi fenomena global dalam industri musik populer saat ini. K-Pop atau Korean Pop merupakan jenis aliran atau tipe musik yang berasal dari Korea Selatan, Korean Pop berciri khas lagu-lagu ceria dengan tempo cepat dan lirik bahasa Korea dicampur sedikit bahasa Inggris dengan diiringi moderen *dance* (Yuanita, 2012). Salah satu hal yang membuat K-pop begitu populer di Indonesia adalah *branding* yang sangat menarik dengan menyebarkan informasi melalui platform digital, agar Idol K-pop tersebut mendapatkan dukungan yang besar dari para penggemar yang dikenal sebagai Kpopers. Meluasnya Korean pop atau K-pop didukung oleh jejaring internet yang mempermudah penggemar mendapatkan informasi mengenai idolanya (Kadewardana, 2018) yang membuat Kpopers menciptakan komunitas yang kuat di beberapa media sosial.

Pembahasan mengenai komunikasi media sosial ini perlu diteliti, karena setiap media sosial memiliki peran yang berbeda mengenai cara untuk berinteraksi dan menyampaikan pesan yang akan disampaikan. Penelitian ini dilakukan melalui twitter karena banyak nya penggemar K-pop menggunakan K-pop sebagai alat interaksi antar penggemar dengan Idol nya atau penggemar dengan penggemar lainnya. Penggunaan Twitter telah memungkinkan para penggemar K-pop untuk terlibat dalam diskusi, berbagi konten terkait K-pop, dan menyampaikan pendapat mereka tentang grup atau idola favorit mereka. Interaksi antara penggemar

K-pop di Twitter dapat mencakup berbagai aktivitas seperti mengomentari performa, membagikan berita, mengorganisir acara, atau saling mendukung.

Twitter merupakan sebuah platform media sosial yang memiliki berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh idol korea untuk berkomunikasi dan terhubung dengan penggemarnya, begitupun sebaliknya (Gray, Sandyoss, & Harrington, 2007). Penggunaan Twitter sebagai sarana interaksi dan berbagi opini, seringkali menjadi konflik dan perdebatan di antara pengguna dengan pendapat yang berbeda mengenai K-Pop. Konflik yang terjadi melibatkan penggemar K-Pop di karenakan pada setiap berita atau trending yang terjadi di twitter banyak sekali penggemar K-Pop terlibat pada komentar atau *retweet* yang mereka lakukan sehingga banyak yang beranggapan bahwa penggemarm K-Pop sangat berisik dan terlalu ikut campur dalam semua berita Interaksi antar penggemar K-Pop di Twitter juga seringkali dipenuhi dengan komentar yang bersifat negatif sehingga membuat nama penggemar K-pop menjadi buruk dan masalah lain yang muncul dalam jaringan interaksi antar penggemar K-Pop di Twitter mencakup konflik opini yang intens dan partisipasi berlebihan dalam setiap berita atau tren. Penggemar K-Pop cenderung terlibat secara aktif dalam komentar dan *retweet*, menciptakan kegaduhan yang dapat mengaburkan dialog konstruktif. Keterlibatan berlebihan ini dapat merugikan citra penggemar K-Pop secara

keseluruhan, dengan persepsi bahwa mereka terlalu dominan dan terlalu vokal dalam setiap konteks. Selain itu, konfrontasi antar penggemar dengan pendapat yang berbeda dapat memicu perdebatan sengit, menciptakan lingkungan yang kurang kondusif untuk dialog yang bermakna. Akibatnya, nama penggemar K-Pop seringkali terkait dengan stereotip negatif sebagai kelompok yang berisik dan terlalu mengambil peran dalam setiap aspek berita di Twitter. Terdapat beberapa orang Indonesia juga banyak menganggap bahwa K-Pop hanya sekadar tren atau bahkan menganggapnya sebagai musik yang buruk, sementara ada juga netizen Indonesia yang sangat mendukung dan memuji industri K-Pop.

Jaringan sosial adalah sekumpulan simpul sosial yang terhubung oleh satu atau lebih relasi. Node atau anggota jaringan yang saling terhubung dapat dipelajari pola dan struktur jaringannya (Carrington, 2011). Dalam penelitian ini jaringan sosial twitter yang diteliti bertujuan untuk menyatukan jalur informasi yang berkaitan dengan penggemar K-pop di Indonesia. Dalam konteks ini, diperlukan pendekatan *Social Network Analysis* (SNA) yang dapat membantu untuk menggali dan menganalisis analisis jaringan antara penggemar K-pop di Twitter. SNA memberikan kerangka kerja yang kuat untuk mempelajari struktur jaringan sosial dan hubungan antara individu atau kelompok, *Social Network Analysis* (SNA) merupakan salah satu metode analisis dalam sebuah penelitian yang memiliki konsentrasi pada relationship reserach dan sering digunakan dalam

mengukur sebuah hubungan dan menggambarkan beberapa informasi secara individu (Duan, 2015). Dengan menerapkan *Social Network Analysis*, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok penggemar yang saling terhubung, dan analisis jaringan yang dominan di antara mereka dan bertujuan untuk menganalisis pola interaksi antara penggemar K-pop di Twitter menggunakan pendekatan *Social Network Analysis* (SNA). Beberapa ahli telah mengakui pentingnya menggunakan pendekatan SNA dalam memahami analisis jaringan dalam konteks media sosial dan budaya populer.

Dengan memahami analisis jaringan di antara penggemar K-pop di Twitter, dapat diperoleh wawasan yang berharga tentang bagaimana komunitas penggemar terbentuk, bagaimana informasi dan konten terkait K-pop tersebar, dan bagaimana pengaruh antara penggemar saling berinteraksi. Penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan pengetahuan tentang bagaimana kehadiran penggemar K-pop di media sosial dapat membentuk budaya populer dan memengaruhi industri musik Korea. Teori Interaksi Sosial adalah hubungan timbal balik antara perorangan maupun kelompok yang terjadi dalam beberapa bentuk. Gillin dan Gillin (1982), menjelaskan mengenai proses interaksi terbagi menjadi dua proses. Pertama, proses interaksi sosial asosiatif mengarah kepada hubungan bersifat positif, dibagi menjadi beberapa bentuk yaitu kerja sama, akomodasi, dan asimilasi. Kedua, proses

disosiatif mengarah kepada hubungan bersifat negatif (Soekanto, 2013).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai jaringan komunikasi dalam menganalisis Struktur Jaringan Twitter menggunakan hastag seperti penelitian dengan judul Analisis Struktur Jaringan Komunikasi #seagames2022 di Twitter Menggunakan Pendekatan *Social Network Analysis* (SNA), hasil dari penelitian tersebut adalah hasil dari penelitian menunjukkan bahwa jaringan komunikasi ini memiliki tipe relasi *two mode*, tiga jenis pola jaringan yaitu pola komunikasi roda, Y, dan rantai, serta relasi dari jaringan bersifat langsung dan memiliki arah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat aktor utama, yaitu @greyspolii dengan nilai *degree centrality* 6.08 serta hubungan antar aktor dalam jaringan komunikasi ini sangat dekat (M Aulia Akbar M. A., 2022). Selanjutnya terdapat jurnal dengan yang dilakukan oleh penelitian lain yang yaitu Utami, Sagitru dan Kuncoroyakti (2021), membahas mengenai *hashtag* #BatalkanOmnibuslaw yang memperlihatkan bahwa jaringan komunikasi pada *hashtag* tersebut terdapat aktor utama yang memiliki popularitas yang tinggi dalam menyebarkan sebuah topik. Aktor tersebut memiliki banyak relasi yang dapat mempengaruhi akun lain (Bratawisnu&Alamsyah, 2018). Selanjutnya terdapat penelitian oleh Lyonly Tomaso, Ade Iriani, Irwan Sembiring (2019), membahas

mengenai ekstraksi knowledge tentang penyebaran #ratnamiliki siapa pada jejaring sosial (twitter) menggunakan *social network analysis* (sna). Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya 3 aktor kunci (creator & influencers) yang berasal dari 5 aktor utama penyebaran tweet #RatnaMilikSiapa dengan mengidentifikasi adanya pertukaran berita yang dilakukan oleh para aktor utama dan didukung dengan perhitungan nilai sentralitas keberantaraan atau *betweenness Centrality* (BC). Kemudian juga ditemukannya 32 aktor boundary spanner yang merupakan dampak dari aktivitas pertukaran berita atau information exchange yang dilakukan oleh aktor kunci pada jaringan komunikasi dalam jejaring sosial twitter.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan mengenai jaringan komunikasi di Twitter. Perbedaan yang mencolok dalam penelitian-penelitian mengenai jaringan komunikasi di Twitter terletak pada fokus dan konteks analisis yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian pertama oleh M Aulia Akbar M. A. (2022) tentang Struktur Jaringan Komunikasi #seagames2022 berfokus pada analisis jaringan komunikasi selama perhelatan Sea Games 2022 dengan menggunakan pendekatan Social Network Analysis (SNA). Hasilnya menunjukkan tipe relasi *two mode* dan pola jaringan tertentu. Penelitian kedua oleh Utami, Sagitru, dan Kuncoroyakti (2021) membahas *hashtag* #BatalkanOmnibuslaw dengan menekankan pada aktor utama dan popularitas mereka dalam menyebarkan topik

tertentu, yang lebih terkait dengan isu kebijakan pemerintah. Sementara penelitian ketiga oleh Lyonly Tomaso, Ade Iriani, Irwan Sembiring (2019) mengenai #ratnamiliki siapa berfokus pada ekstraksi pengetahuan tentang penyebaran hashtag tersebut, menemukan aktor kunci dan boundary spanner yang mempengaruhi pertukaran informasi. Penelitian mengenai entertainment khususnya penggemar K-pop sangat menarik perhatian pasalnya walaupun tidak terjadi trending topic di twitter tetapi penggemar K-pop akan muncul dimana pun pada postingan mana pun, sehingga analisis jaringan Twitter pada penggemar K-pop menjadi hal yang menarik untuk di bahas. Dengan demikian, penelitian-penelitian tersebut memberikan wawasan tentang struktur dan pola komunikasi dalam jaringan Twitter menggunakan hashtag tertentu, serta mengidentifikasi aktor-aktor kunci dan hubungan antar mereka dalam jaringan komunikasi tersebut.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang Analisis pola interaksi antar penggemar K-pop melalui jaringan twitter dengan menggunakan pendekatan SNA, serta mengungkapkan aspek-aspek yang relevan dalam membentuk dan mempertahankan komunitas penggemar. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan kepada praktisi industri musik Korea untuk memahami peran penting media sosial dan pengaruh penggemar dalam mempromosikan dan mengembangkan K-pop di platform Twitter.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan metode penelitian *Social Network Analysis* (SNA). SNA adalah pendekatan yang digunakan untuk menggali dan menganalisis analisis jaringan antara individu atau kelompok dalam sebuah jaringan sosial. Dalam konteks penelitian ini, SNA digunakan untuk mempelajari dan memahami analisis jaringan antara penggemar K-pop di Twitter.

Dalam penelitian menggunakan *Social Network Analysis* (SNA), yang menjadi fokus analisis adalah pola interaksi yang dilakukan oleh penggemar K-pop di Twitter, data yang diperlukan berupa *tweets*, *retweets*, *reply* atau *quotes* dari penggemar K-Pop di twitter terkait K-popers. Data tersebut nantinya dilakukan proses *preprocessing* data untuk menyaring data yang dibutuhkan, seperti *nodes* untuk mengetahui anggota yang saling terhubung dan *edges* untuk menunjukkan hubungan antara penggemar K-Pop. Selanjutnya, hasil *preprocessing* data digunakan untuk melakukan analisis penggemar K-pop. Analisis menggunakan *Social Network Analytic* yang digunakan sebagai teknik untuk fokus mempelajari pola interaksi pada manusia yang tidak terlihat secara eksplisit dengan bantuan aplikasi *Netlytic.org* dan *Gephi 0.10.1* untuk mengetahui tipe relasi dan pola struktur jaringan yang terbentuk dari postingan Penggemar K-pop di twitter.

Pertama yang dilakukan untuk melakukan penelitian ini adalah pengumpulan data, pengumpulan data dilakukan pada tanggal 30 Mei

ANALISIS JARINGAN TWITTER PADA INTERAKSI PENGGEMAR K-POP MENGGUNAKAN PENDEKATAN *SOCIAL NETWORK ANALYTIC*

(FANI MAHARANI, SRI WAHYUNING ASTUTI)

2023, yang dimana data tersebut diperoleh dari postingan penggemar K-pop merupakan postingan dan interaksi *user* di Twitter menggunakan kata K-pop atau K-popers terhadap pembahasan mengenai K-pop yang dijadikan sampel. Data yang didapatkan merupakan postingan yang relevan dengan kata kunci "K-Popers" data yang diperoleh 2720 data yang berupa *tweet*, *retweet*, *reply* atau *quotes*. Kemudian peneliti menggunakan teknik web crawling menggunakan software atau bantuan robot. *Web crawling* adalah perangkat lunak yang digunakan untuk menjelajah serta mengumpulkan halaman-halaman web yang selanjutnya diindeks oleh mesin pencari (Emil Gatial, 2005). Table 1 menunjukkan beberapa hasil crawling datang dengan kata kunci "K-poper".

Tabel 1. Data Hasil *Crawling*

Twitter Name	Tweet Text	App	tweet_type
@ivanillatte -	@starfess Temenku gaada yg kpopers...	Twitter for Android	Reply dari postingan @starfess
@Juyforda mi	Orang orang kek gini tuh tipe bocah yang gapernah ketemu atau kumpul bareng kpopers di real life ga si? Yg Kerjaan	Twitter for Android	Original Posting

Twitter Name	Tweet Text	App	tweet_type
	diem dikamar mantau TL terus spill negatifnya orang doang, unfaedah bgt idup lo, coba deh ngumpul keluar bareng kpopers, rasain dunia asli 😏 RnB lockey !!!		
@ningievlo g	enak banget ya jadi kpopers	Twitter for Android	Original Posting
@secaesaa	(mereka yang koar koar ngatain kpopers tolol)	Twitter for Android	Quote dari @txtdrkeylie
@ fairyminions	ini banyakan mana dah kpopers ina sama kpopers ph?? di akun sbleah dikit bner ktemu kpopers ina	Twitter for Android	Original Posting
@nanahana 0208	Baca komen di IG seru2 mendadak kpopers jd penggiat pencinta lingkungan 👊	Twitter for Android	Original Posting

Twitter Name	Tweet Text	App	tweet_type
@pearlneoc hampal	Meanwhile me an wibu and kpopers 🙄 dear jodoh, tolong terima saja paket lengkap ini		Quotes dari @arunayara

Processing data, dalam penelitian ini dilakukan processing data dengan mengumpulkan data seperti *tweet*, *retweet*, *mention*, *reply* di twitter yang relevan dengan postingan penggemar K-pop yaitu K-Pop atau K-Popers. Selanjutnya peneliti melakukan analisis data, dengan menggunakan aplikasi berbasis web yaitu Netlytic.org untuk menganalisis teks dan jangian sosial yang secara otomatis dapat meringkas data teks dan menemukan jaringan komunikasi dari postingan di Twitter melalui aktor atau user yang memposting cuitan.

Langkah terakhir adalah, proses analisa data yang dilakukan dengan menggunakan Social Network Analytic, SNA digunakan sebagai teknik yang fokus mempelajari pola interaksi pada manusia yang tidak terlihat secara eksplisit. Analisis dengan bantuan aplikasi Netlytic.org untuk mengetahui tipe relasi dan pola struktur jaringan yang terbentuk dari postingan Penggemar K-pop di twitter. Pada metode SNA, individu sebagai *nodes* atau titik, sedangkan relasi yang terjadi antar individu disebut dengan *edges* atau

links. Pada dasarnya sebuah jaringan sosial bisa dikatakan sebagai sebuah peta yang terdiri atas banyak orang dimana di dalamnya terdapat relasi antar individunya (Budi Susanto, 2012). *Network* atau jaringan memiliki atribut yang dapat dihitung dan dianalisis, yang dimana dapat digunakan untuk menentukan nilai dari sebuah jaringan dalam menggunakan metode SNA. Atribut tersebut disebut dengan properti jaringan (*property of network*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

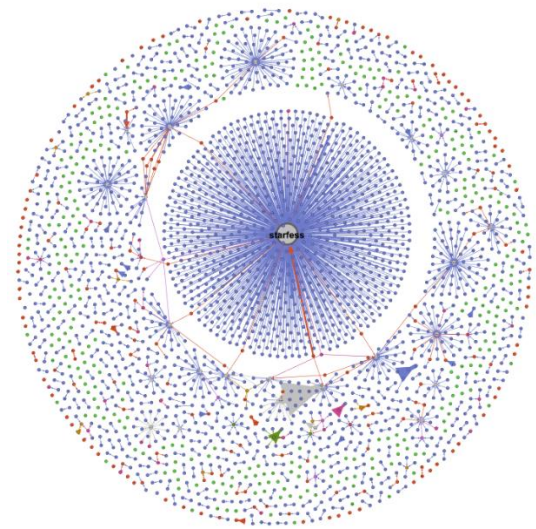
HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data dari Twitter yang diambil pada tanggal 30 Mei 2023 sebagai dataset. Data yang dikumpulkan meliputi akun pengguna, *tweet*, *retweet*, *mention*, dan *reply*, serta informasi tanggal dan waktu postingan. Data tersebut dikumpulkan dengan menggunakan kata kunci "K-Popers". Melalui proses crawling data di Twitter, diperoleh sebanyak 2720 data postingan yang terkait dengan kata kunci tersebut. Dalam penelitian ini, setiap akun pembuat postingan akan menjadi *node* dalam analisis jaringan sosial, sedangkan setiap *tweet* akan menjadi relasi yang menghubungkan *node-node* tersebut. Penelitian ini berfokus pada aktivitas interaksi yang dilakukan oleh penggemar K-Pop maupun pengguna non K-Pop yang menggunakan kata kunci "K-Popers" dalam penyebaran atau pertukaran informasi di media sosial Twitter.

Kata kunci "K-Popers" yang diteliti merupakan cuitan yang muncul secara signifikan dan konsisten

di Twitter, sehingga menimbulkan banyak pemikiran dan reaksi, baik negatif maupun positif, dari para pengguna Twitter. Penggemar K-pop atau pengguna yang menggunakan kata kunci "K-Popers" sering muncul dalam berbagai cuitan yang terjadi di platform tersebut. Dengan menggunakan pendekatan analisis jaringan sosial, penelitian ini bertujuan untuk memahami pola interaksi antara penggemar K-Pop dan pengguna lainnya yang terlibat dalam penggunaan kata kunci "K-Popers" di Twitter. Melalui analisis jaringan sosial, dapat diidentifikasi pengguna yang memiliki peran sentral dalam jaringan, kelompok atau komunitas penggemar yang terkait, serta pola interaksi yang terjadi antara pengguna-pengguna tersebut. Informasi ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang fenomena penggemar K-Pop dan dampaknya dalam konteks media sosial.

Berdasarkan data yang didapatkan menggunakan aplikasi *netlytic.org*, berikut merupakan Visualisasi Jaringan Komunikasi #K-Popers, yang divisualisasikan menggunakan aplikasi *software gephi 0.10.1* dengan layout Fructerman Reingold.



Gambar 1. Pola Jaringan dalam "K-Popers" dengan *software gephi 0.10.1*

Berdasarkan Gambar di atas, terbentuk dua pola jaringan, yaitu pola interaksi roda dan pola interaksi Y. Pola interaksi roda (*radial personal network*) di atas menunjukkan bahwa ada aktor atau node yang menjadi pusat informasi dalam jaringan interaksi tersebut.

Kohesivitas pola interaksi roda rendah karena setiap individu di dalam komponen tersebut tidak saling mengenal satu sama lain. Mereka terhubung melalui satu individu pusat, yaitu @starfess, yang berperan sebagai sumber informasi utama. Meskipun pola komunikasi roda ini menunjukkan karakteristik pengguna media sosial yang terhubung melalui jaringan internet yang sama, hal itu tidak berarti mereka memiliki hubungan sosial yang sama.

Pola Interaksi #K-Popers dapat dilihat melalui struktur jaringan, seperti yang ditunjukkan pada table dibawah ini:

Tabel 2. Pola Interaksi dengan *software* gephi
0.10.1

Analisis	Data
Nodes	2720
Edges	2067
Diameter	9
Density	0.000358
Reciprocity	0.018260
Centralization	0.173300
Modularity	0.829700

Dilakukan analisis ukuran, dengan jumlah data *nodes* sebanyak 2720, dan *edges* sebanyak 2067. *Nodes* mewakili posisi aktor dalam jaringan, sementara *edges* menunjukkan hubungan antara mereka. Artinya, terdapat 2720 aktor atau akun yang terlibat dalam interaksi yang membahas #K-Popers sebanyak 2067 kali di dalam jaringan #K-Popers.

Struktur jaringan kedua adalah diameter. Diameter adalah jarak maksimum antara *nodes*. Semakin kecil diameter, semakin cepat informasi akan tersebar di dalam jaringan sosial tersebut. Dalam tabel di atas, terlihat bahwa diameter memiliki nilai 9, yang berarti informasi dapat dikatakan tersebar cukup cepat dalam jaringan dengan 2720 nodes..

Struktur jaringan berikutnya meliputi *density* dan *reciprocity*. *Density* mengacu pada tingkat kepadatan relasi yang menunjukkan intensitas interaksi antara nodes dalam jaringan. Semakin tinggi nilainya, semakin padat interaksi di dalam

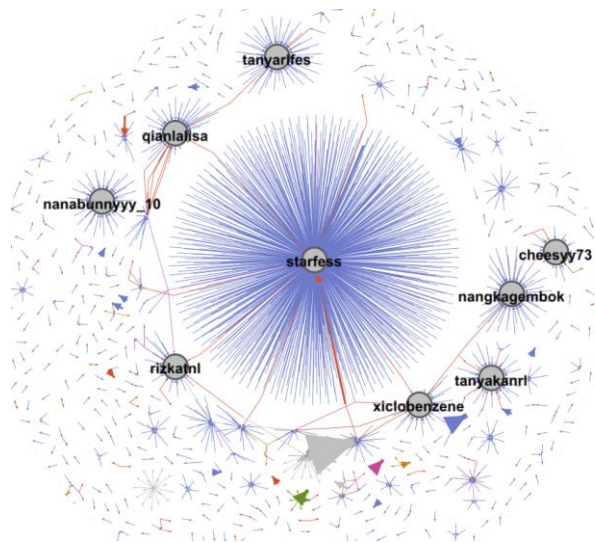
jaringan. *Reciprocity* menggambarkan apakah interaksi antara aktor dalam jaringan bersifat satu arah atau dua arah. Pada jaringan dengan tagar #K-Popers, *density* memiliki nilai 0.000358, sementara *reciprocity* memiliki nilai 0.040820. Nilai tersebut menunjukkan bahwa interaksi di dalam jaringan tersebut memiliki kepadatan yang rendah. Interaksi yang terjadi sangat sedikit dan tidak merata. Selain itu, interaksi cenderung bersifat satu arah, karena nilai *reciprocity* jauh lebih kecil dari 1.

Selanjutnya, terdapat *centralization* yang mengukur tingkat sentralisasi atau seberapa terpusatnya suatu jaringan. Untuk jaringan dengan tagar #K-Popers, nilai *centralization*-nya adalah 0.173300, yang dapat dikategorikan cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi dengan tagar #K-Popers lebih terpusat pada beberapa aktor. Aktor-aktor ini menjadi pusat dominan dalam jaringan komunikasi.

Selanjutnya, struktur jaringan yang penting adalah *modularity*, yang mengindikasikan pembagian aktor menjadi kelompok-kelompok di dalam jaringan. Nilai *modularity* pada jaringan #K-Popers adalah 0.829700, yang menunjukkan adanya pembentukan kelompok-kelompok atau cluster-cluster dengan aktor-aktor dominan di dalamnya. Nilai *modularity* yang tinggi menggambarkan kelompok-kelompok yang terbentuk dalam jaringan tersebut memiliki batasan yang jelas.

Aktor yang Berpengaruh dalam Pola Interaksi #K-Popers

Dalam jaringan komunikasi, terdapat aktor-aktor yang dapat dianggap sebagai aktor utama dengan tingkat popularitas yang tinggi dalam menyebarkan suatu topik. Aktor-aktor ini memainkan peran penting dalam pembentukan kelompok-kelompok dalam jaringan #K-Popers. Popularitas aktor dapat dilihat melalui degree centrality dalam pola interaksi tagar #K-Popers. Semakin tinggi nilai degree centrality, semakin banyak relasi yang dimiliki aktor tersebut yang dapat mempengaruhi akun lain.



Gambar 2. Indikator Aktor Berpengaruh dengan *software* gephi 0.10.1

Indikator untuk mengidentifikasi aktor yang berpengaruh adalah melalui perbandingan jumlah *indegree* yang lebih besar daripada nilai *outdegree*. *Nodes* atau aktor yang memiliki nilai *indegree centrality* yang tinggi menunjukkan bahwa aktor tersebut sering disebut, di-*retweet*, atau di-*reply* oleh pengguna lain. Di sisi lain, nilai

outdegree centrality pada *nodes* atau aktor menunjukkan bahwa aktor tersebut sering melakukan *mention*, *retweet*, atau *reply* pada unggahan *tweet* pengguna lain. Aktor-aktor dengan nilai *outdegree centrality* yang tinggi adalah pengguna aktif di media sosial Twitter, meskipun tidak berarti mereka selalu mengunggah *tweet*-nya sendiri. Berikut tabel indikator aktor berpengaruh berdasarkan *degree*, *indegree* dan *outdegree*.

Tabel 3. Indikator Aktor dengan *software* gephi 0.10.1

N o	Aktor	Degr ee	Indegr ee	Outdegr ee
1	Starfess	833	833	0
2	tanyarlfe	65	65	0
3	nangkagembo k	60	60	0
4	qianlalisa	48	48	0
5	nanabunnyy _10	44	44	0
6	tanyakanrl	40	40	0
7	xiclobenzene	33	32	1
8	rizkatnl	27	26	1
9	bojojaehyun	25	3	22
10	cheesy73	22	22	0

Berdasarkan tabel 3, terdapat 10 aktor yang menunjukkan nilai *indegree centrality* tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa aktor-aktor tersebut sering disebut, *directweet*, atau di-*reply* oleh penggemar K-Pop. Aktor-aktor dengan nilai

outdegree centrality yang tinggi menunjukkan bahwa aktor-aktor tersebut aktif dalam memberikan *mention*, *retweet*, atau *reply* pada unggahan *tweet* dengan kata kunci "K-Popers" atau "K-Pop".

PEMBAHASAN

Pada penelitian analisis jaringan dengan kata kunci "K-Popers" menggunakan indikator untuk mengidentifikasi aktor yang berpengaruh dalam interaksi di media sosial Twitter. Indikator tersebut meliputi perbandingan antara jumlah *indegree* yang lebih besar daripada nilai *outdegree*. *Indegree* mengacu pada jumlah interaksi yang diterima oleh aktor, sedangkan *outdegree* mengacu pada jumlah interaksi yang dilakukan oleh aktor terhadap penggemar K-Pop.

Hasil penelitian menggunakan software *gephi* 0.10.0 didapatkan bahwa aktor "Starfeiss" menunjukkan nilai *degree*, *indegree*, dan *outdegree* yang tinggi, yaitu 833. Ini menunjukkan bahwa aktor tersebut merupakan pengguna aktif di media sosial Twitter yang menerima banyak interaksi dari penggemar K-Pop. Aktor lain seperti "tanyarlfeis," "nangkageimboik," "qianlalisa," dan "nanabunnyy_10" juga menunjukkan nilai *indegree* yang tinggi, menunjukkan bahwa mereka memiliki pengaruh yang signifikan dalam interaksi terkait K-Pop di twitter. Selain itu, terdapat juga beberapa aktor dengan nilai *outdegree* yang tinggi, seperti "boijoiiaeihyun" dengan nilai *outdegree* sebesar 22.

Dengan menggunakan perangkat lunak *Gephi*, terlihat dan ter-analisa pola interaksi penggemar K-Pop antara aktor-aktor tersebut dengan lebih rinci. Analisis jaringan sosial seperti memahami bagaimana penggemar K-Pop dan pengguna lain menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan bertukar informasi mengenai topik K-Pop.

Ditemukan nya kohesivitas dalam jaringan dalam pola interaksi roda yang rendah, karena individu di dalam komponen tidak saling mengenal satu sama lain untuk meimbangun hubungan lebih lanjut antara individu-individu. Mendorong interaksi dua arah seperti pola interaksi dalam jaringan #K-Popers cenderung bersifat satu arah, penting untuk mendorong interaksi dua arah antara pengguna. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi dalam jaringan dan mengidentifikasi aktor yang berpengaruh berdasarkan analisis *degree centrality*, aktoir-aktoir seperti @starfeiss, @tanyarlfeis, @nangkageimboik, dan lainnya memiliki tingkat popularitas yang tinggi dalam menyebarkan topik #K-Popers. Hasil dari identifikasi aktor-aktor ini dapat membantu dalam memahami dan mengelola jaringan komunikasi dengan lebih efektif.

Analisis jaringan sosial melalui *Gephi* memperlihatkan pola interaksi penggemar K-Pop, dan penting untuk dicatat bahwa ditemukan kohesivitas dalam jaringan dengan pola interaksi roda yang rendah. Hal ini dapat dijelaskan dengan rendahnya interaksi antar individu di dalam komponen, mungkin karena kurangnya saling

mengenal satu sama lain. Mendorong interaksi dua arah menjadi penting, dan temuan ini sejalan dengan teori media sosial yang menekankan pentingnya keterlibatan dan partisipasi dalam membangun jaringan komunikasi yang efektif.

Argumentasi penelitian didukung oleh temuan-temuan data, seperti nilai tinggi pada degree, indegree, dan outdegree, serta pola interaksi yang teramati. Teori-teori media sosial, seperti teori keterlibatan dan partisipasi, mendukung interpretasi bahwa interaksi dua arah dapat meningkatkan kohesivitas dalam jaringan dan mengidentifikasi aktor yang berpengaruh. Dengan demikian, hasil identifikasi aktor-aktor tersebut dapat memberikan wawasan dalam memahami dan mengelola jaringan komunikasi di dunia maya yang dipengaruhi oleh topik K-Pop.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana komunitas penggemar terbentuk, bagaimana informasi dan konten terkait K-pop tersebar, dan bagaimana pengaruh antara penggemar saling berinteraksi. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa penggemar K-pop di Twitter membentuk komunitas yang kuat dan aktif dalam berinteraksi, seperti mengomentari performa, membagikan berita, mengorganisir acara, dan saling mendukung.

Memberikan pemahaman tentang bagaimana kehadiran penggemar K-pop di media sosial, khususnya Twitter, dapat membentuk budaya populer dan memengaruhi industri musik Korea. Melalui analisis jaringan, penelitian ini mengidentifikasi kelompok-kelompok penggemar yang saling terhubung dan menganalisis jaringan yang dominan di antara penggemar K-Pop.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Twitter sebagai platform media sosial memberikan sarana interaksi dan berbagi pendapat bagi penggemar K-pop. Namun, interaksi antara penggemar K-pop di Twitter juga seringkali dipenuhi dengan komentar negatif dan konflik antara pengguna dengan pendapat yang berbeda mengenai K-pop. Hal ini menunjukkan kompleksitas dalam analisis jaringan dan memengaruhi citra penggemar K-pop.

Social Network Analysis (SNA) merupakan sebagai metode untuk mengukur struktur jaringan sosial dan hubungan antara individu atau kelompok dalam konteks media sosial dan budaya populer. Dengan menerapkan SNA, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pola interaksi, hubungan antara penggemar, dan pengaruh mereka dalam komunitas penggemar K-pop di Twitter.

Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi praktisi industri musik Korea dan pengambil keputusan dalam memahami peran media sosial dan pengaruh penggemar dalam mempromosikan dan membangun citra K-pop.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakry, G. N. (2020). STRUKTUR JARINGAN PENGGUNA TWITTER DENGAN TAGAR #BANDUNGLAWANCOVID19. *Jurnal Komunikasi Global*, 2614-218X.
- Barnes, E. K. (2017). Key players in conservation diffusion: Using social network analysis to identify critical injection points. *Journal Biological Conservation*, 210, 222-232.
- Budi Susanto, H. L. (2012). Penerapan Social Network Analysis dalam Penentuan Centrality Studi Kasus Social Network Twitter. *Jurnal Informatika*.
- Carrington, J. S. (2011). Analyzing Affiliation Networks. In *The SAGE. London: SAGE Publications*, 417.
- Duan, Y. W. (den 03 January 2015). Social network analysis of international scientific collaboration on psychiatry research. *International Journal of Mental Health System*, Vol. 9 No. 1.
- Emil Gatial, Z. B. (2005). Focused Web Crawling Mechanism based on Page Relevance. *Institute of Informatics Slovak Academy of Science*.
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi (Pertama)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Gray, J., Sandyoss, C., & Harrington, C. L. (2007). *Fandom: Identities And Communities In A Mediated World*. New York: New York University Press.
- Kadewardana, A. S. (2018). Hubungan Parasosial di Media Sosial: Studi Pada Fandom Army di Twitter. *Journal of Strategic Communication*, 8 No 1, 45-48.
- Lyonly Tomaso, A. I. (2018). EKSTRAKSI KNOWLEDGE TENTANG PENYEBARAN #RATNAMILIKSIAPA PADA JEJARING SOSIAL (TWITTER) MENGGUNAKAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS (SNA) . *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 677-686.
- M Aulia Akbar, M. A. (2022). ANALISIS STRUKTUR JARINGAN KOMUNIKASI #SEAGAMES2022 DI TWITTER MENGGUNAKAN PENDEKATAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS (SNA) . *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, Vol. 26 No. 1 (Januari – Juni 2022) Hal : 1 - 16.
- M Aulia Akbar, M. A. (2022). NALISIS STRUKTUR JARINGAN KOMUNIKASI #SEAGAMES2022 DI TWITTER MENGGUNAKAN PENDEKATAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS (SNA). *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, Vol. 26 No. 1 (Januari – Juni 2022) Hal : 1 - 16.
- Santiyuda, P. C., Purnawan, N. R., & N. M. (Januari 2023). Kampanye #Berkaingembira Dalam Membangun Kesadaran Generasi Z Akan Budaya Berkain. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 12*, 1-12.
- Soekanto, S. (2013). *Sosiologi Suatu Pengantar*.
- Tuhana, V. E., Daga, L. L., Aslam, M., Lada, H., & Edon, J. (July 2023). Strategi Digital Public

ANALISIS JARINGAN TWITTER PADA INTERAKSI PENGGEMAR K-POP MENGGUNAKAN PENDEKATAN *SOCIAL NETWORK ANALYTIC*

(FANI MAHARANI, SRI WAHYUNING ASTUTI)

Relations Pemerintah Kota Kupang Melalui
Media Sosial . *Strategi Digital Public Relations
Pemerintah Kota Kupang Melalui Media Sosial*
, 297-315.

Yuanita, S. (2012). *Korean Wave: Dari K-Pop Hingga
Tampil Gaya Ala Korea*. Yogyakarta: IdeaTerra
Media Pustaka. .