

JARINGAN KOMUNIKASI CYBER PUBLIC RELATION DALAM MENINGKATKAN CITRA POLISI REPUBLIK INDONESIA (POLRI) MELALUI TAGAR #PROFESIUNTUKMENGABDI DI TWITTER

¹ Chaerunisa Veyliza, ² Siti Zulzilah
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
¹ichaichaveyliza@gmail.com, ²zulzilahs@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat aktor yang menjadi pemeran kunci dalam penyebaran informasi tagar #ProfesiUntukMengabdi pada Twitter dan juga untuk mengetahui jumlah serta luas jaringan komunikasi pengguna Twitter dalam tagar tersebut. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik Social Network Analysis (SNA). Penelitian ini berdasarkan analisis terhadap 2500 cuitan Twitter yang menggunakan tagar #ProfesiUntukMengabdi pada periode 19 Oktober 2022 hingga 24 Oktober 2022. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Jaringan Komunikasi untuk memperlihatkan posisi suatu aktor dan pengaruhnya dalam struktur sosial terhadap citra POLRI. Hasil penelitian menunjukkan aktor yang paling sering dihubungi lainnya dalam jaringan ialah @resngawi, dan @piyuanker12, @prInceofwolves. Akun @prInceofwolves adalah aktor sentralitas keperantaraan yang berperan sebagai penghubung komunikasi di antara cluster jaringan yang berbeda. Aktor yang berperan penting sebagai pemeran kunci di dalam jaringan adalah @resngawi karena aktor ini memiliki tingkat kepopuleran paling tinggi dan juga paling sering dihubungi atau di mention oleh pola jaringan yang terbentuk dari tagar #ProfesiUntukMengabdi. Akun @resngawi adalah salah satu akun twitter institusi Polres Ngawi yang sengaja mempopulerkan #ProfesiUntukMengabdi sebagai salah satu upaya untuk menaikkan citra POLRI melalui media sosial. Dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi media sosial Twitter untuk menyebarkan informasi terkait #ProfesiUntukMengabdi adalah efektif.

Kata Kunci: Social Network Analysis, Cyber Public Relation, Citra POLRI, #ProfesiUntukMengabdi

Abstract

This research aims to look at the actors who are key players in disseminating information about the hashtag #ProfessionToServe on Twitter social media and also to find out the number and extent of Twitter users' communication networks in this hashtag. This research method uses a quantitative approach using Social Network Analysis (SNA) techniques. This research is based on an analysis of 2500 Twitter tweets using the hashtag #ProfessionToServe in the period 19 October 2022 to 24 October 2022. The theory used in this research is Communication Network theory to display the position of an actor and its influence in the social structure on the image of the POLRI. The results of the study show that the other actors most frequently contacted in the network are @resngawi, and @piyuanker12, @prInceofwolves. The @prInceofwolves account is an intermediary centrality actor that acts as a communication link between different network clusters. The actor who plays an important role as a key actor in the network is @resngawi because this actor has the highest level of popularity and is also the most frequently contacted or mentioned by the network pattern formed from the hashtag #ProfesiUntukMengabdi. The @resngawi account is a Twitter account for the Ngawi Police institution which deliberately popularizes #ProfessionForService as an effort to raise the image of POLRI through social

media. It can be concluded that the use of Twitter social media technology to disseminate information related to #ProfessionTo Serve is effective.

Keywords: Social Network Analysis, Cyber Public Relation, Image of Indonesian Police, #PeofesiUntukMengabdikan

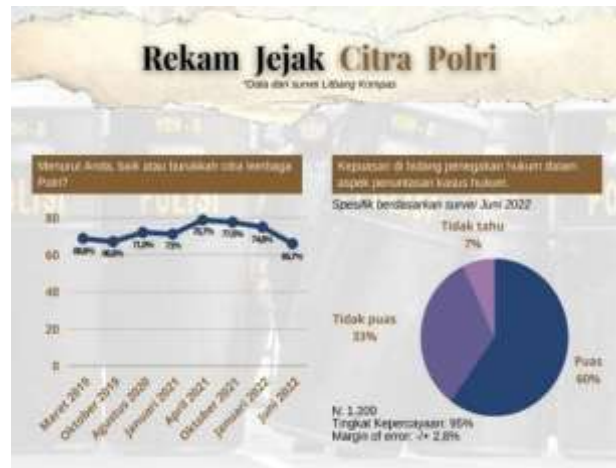
PENDAHULUAN

Masyarakat global termasuk Indonesia saat ini memasuki era kemajuan teknologi. Masyarakat dapat memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan mudah, dimanapun, dan kapanpun. Kemajuan teknologi ini menjadi media yang menyebarkan informasi secara luas dan beragam. Artinya, masyarakat dapat memanfaatkan media untuk mengetahui informasi dari berbagai sumber. Media sosial merupakan sarana pengembangan dan promosi informasi bagi perusahaan atau lembaga negara, karena penyebaran informasi yang sangat cepat dan juga dapat menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi. Penggunaan *social media* sudah menunjukkan hasil positif dalam pemanfaatannya. Di Indonesia sendiri, beberapa instansi pemerintah menggunakan *social media* sebagai alat komunikasi publik melalui website resmi instansi pemerintah (Suryadharma & Susanto, 2017). Hal ini didukung oleh Peraturan tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial di instansi Pemerintah, yaitu Permen PAN dan RB Nomor 83 Tahun 2012 yang berlaku sejak tahun 2012 (BPK, 2012).

Saat ini sudah banyak media sosial yang sering digunakan masyarakat, organisasi, media dan Instansi pemerintahan seperti Twitter. Twitter merupakan layanan

jejaring sosial dan mikroblog dalam jaringan yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks sebanyak 140 karakter. Unggahan Twitter disebut dengan *tweet* atau dalam bahasa Indonesia adalah kicauan. *Tweet* biasanya berisi opini mengenai aspek kehidupan, termasuk fenomena alam, hiburan, politik, bisnis, dan pendidikan (Rahutomo et al., 2018). Unggahan atau *tweet* yang dapat mempengaruhi atau mengesankan pengguna lain dapat menjadi *trending*. *Trending topic* adalah salah satu fitur Twitter yang dapat membantu pengguna mengetahui hal yang sedang hangat dan ramai diperbincangkan.

Salah satu topik yang sedang ramai dibicarakan di Indonesia melalui Twitter pada tanggal 19 Oktober 2022 yaitu tentang gerakan POLRI peduli kepada masyarakat dan melayani masyarakat dengan membantu permasalahan masyarakat. Hal ini termasuk Jalan POLRI Dalam Melayani. POLRI masih berusaha membangun citra positif. Pada Maret 2019, Litbang KOMPAS melansir data bahwa 68,6% masyarakat menilai polisi memiliki citra yang baik sebagaimana tertera dalam Gambar 1. Angka tersebut menurun hingga Oktober 2019, hanya 66,8% masyarakat yang menyatakan citra baik POLRI. Dengan kata lain, persentase responden yang menilai citra polisi buruk mengalami peningkatan.



Gambar 1: Rekam Jejak Citra Polri
Sumber: Kompas.com (2022)

Pada ada April 2021, kepercayaan masyarakat terhadap POLRI meningkat menjadi 78,7%. Kemudian pada bulan Oktober 2022, angka tersebut turun menjadi 77,5%. Pada awal tahun 2022, citra polisi tidak juga membaik, justru makin memburuk. Dalam survei Januari 2022, sekitar 74,8% responden menilai polisi memiliki citra yang baik. Pada bulan Juni 2022, citra positif POLRI ada di angka 65,7%. Pada periode tersebut, POLRI sedang menyelesaikan kasus pembunuhan terhadap salah satu anggotanya, Brigadir J. Citra POLRI di masyarakat masih seringkali dianggap kurang optimal dan tidak profesional. Terkait penyelesaian kasus hukum, 60% responden puas dengan kerja polisi, turun 12% dari survei sebelumnya.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Soeharno (2022) dalam judul Gerakan Opini Digital Dan Konstruksi Realitas dalam Tagar #Percumalaporpolisi, menyatakan bahwa Tagar #PercumaLaporPolisi sebagai gerakan opini digital yang digunakan publik sebagai instrumen untuk mengkritisi organisasi

Kepolisian, tagar ini muncul pada bulan Oktober 2021.

Hal ini menunjukkan citra Institusi POLRI kurang baik dimata Masyarakat. Citra Institusi POLRI dan pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan Masyarakat, dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pancarudin (2020) dengan judul Pengaruh Citra Kepolisian Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat pada Polres Metro. Untuk memulihkan citra Institusi dapat dilakukan beberapa upaya yang dapat dilakukan oleh *Public Relation* Institusi atau Organisasi tersebut. Salah satunya dengan membuat strategi komunikasi digital melalui social media.

Fenomena *trending*-nya tagar #ProfesiUntukMengabdikan yang mulanya *thread* dengan tagar ini dibuat oleh @DivHumas_POLRI sebagai upaya POLRI untuk mengayomi masyarakat dan memulihkan citra POLRI. Hal ini guna mengupdate kegiatan-kegiatan POLRI dalam membantu dan mengayomi masyarakat Indonesia. Sehingga hal ini bisa menjadi

motivasi bagi POLRI untuk terus bekerja dengan profesional menghadapi dinamika yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk melihat aktor yang menjadi pemeran kunci dalam penyebaran informasi tagar #ProfesiUntukMengabdi pada media sosial Twitter dan juga untuk mengetahui jumlah serta luas jaringan komunikasi pengguna Twitter dalam tagar tersebut.

METODE PENELITIAN

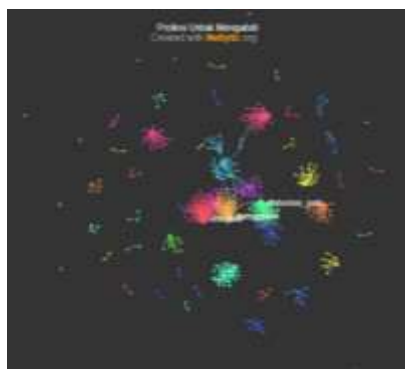
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2010). Sedangkan *Social Network Analysis* adalah sebuah analisis untuk melakukan pemeriksaan terhadap hubungan dari komunikasi dalam sebuah kumpulan kelompok untuk mengetahui koneksi non-formal antara manusia. SNA berlandaskan akan asumsi dari pentingnya relasi antara *node* atau aktor yang berinteraksi. Hal tersebut menunjukkan arah koneksi antar *user* yang terkoneksi melalui background yang berbeda sampai pada tingkatan keluarga (Some, 2013). Metode kuantitatif digunakan untuk mengukur jaringan dilihat dari statistik pada level aktor dengan indikator *Centrality Degree*, *Proximity Centrality*, *Intermediate Centrality*, *Eigenvector Centrality*. Pada level sistem, ia melihat seberapa luas jaringan komunikasi yang disebarakan melalui pesan-pesan dengan

menggunakan hashtag #ProfesiUntukMengabdi ditinjau dari modularitas, sentralisasi, diameter, kepadatan, dan timbal balik (Eriyanto, 2014).

Penelitian ini didasarkan pada analisis terhadap 2.500 cuitan #ProfesiUntukMengabdi di media social twitter pada rentang waktu 19 Oktober 2022 hingga 25 Oktober 2022. Jumlah sampel yang dimasukan dalam penelitian ini adalah 664 aktor (*nodes*) dan 1660 *edges*. Sedangkan untuk mengamati karakteristik dan struktur jaringan secara keseluruhan, peneliti menggunakan dua aplikasi yaitu Netlytic dan Gephi 0.9.2. Tahap selanjutnya peneliti melakukan *crawling* data menggunakan Netlytic, kemudian dianalisis menggunakan aplikasi gephi untuk divisualisasikan dalam bentuk diagram dan grafik, yang bertujuan untuk memudahkan pembacaan data. Setelah itu, hasil data tersebut dianalisis menggunakan Teori Jaringan komunikasi untuk melihat aliran pesan persuasi yang dilakukan oleh aktor-aktor dalam jaringan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian pada tagar #ProfesiUntukMengabdi yang telah peneliti ambil pada tanggal 19 Oktober – 24 Oktober 2022 dalam website Netlytic yang dapat dilihat pada gambar 3, terdapat 5 kluster utama dalam jaringan tersebut dan 2500 tweet. Adapun pengelompokan cluster dalam Tagar #ProfesiUntukMengabdi pada Netlytic sebagai berikut: Anggota dalam Cluster 1



Gambar 2: Peta Jaringan Sosial Twitter pada Tagar #ProfesiUntukMengabdi
 Sumber : Netlytic.org (19 Oktober – 24 Oktober 2022)



Gambar 3: Sociogram Cluster 1
 Sumber: Diolah Peneliti

yaitu @resngawi yang merupakan pengguna aktif media twitter, yang pengikutnya mencapai 3.801 (tiga ribu delapan ratus satu) dan mengikuti sebanyak 824 (delapan ratus dua puluh empat). Keberadaan @resngawi sebagai akun yang bisa membuat warganet menjadi terpacu tentang kegiatan POLRI dalam meningkatkan citra melalui tweets yang dibuat oleh akun tersebut. Karena faktor tersebut @resngawi merupakan aktor yang paling kuat dalam pola jaringan pada tagar #ProfesiUntukMengabdi. Pada *cluster* satu pendistribusian informasi komunikasi mencapai jumlah dengan total *degree* sebanyak 61, *in-degree* sebanyak 61, *out-degree* sebanyak 0.

Anggota dari Cluster 2 yaitu @divhumas_POLRI yang merupakan pengguna aktif twitter, yang pengikutnya mencapai 1.900.000 (satu juta sembilan ratus ribu) dan mengikuti sebanyak 38 (tiga puluh delapan). Keberadaan @divhumas_POLRI sebagai akun yang bisa membuat warganet menjadi terpacu tentang kegiatan POLRI dalam meningkatkan citra melalui tweets yang dibuat oleh akun tersebut. Karena faktor tersebut @divhumas_POLRI adalah aktor terkuat yang dapat dilihat dalam pola jaringan pada tagar #ProfesiUntukMengabdi. Pada *cluster* 2, pendistribusian informasi komunikasi mencapai jumlah dengan total *degree* sebanyak 53, *in-degree* sebanyak 53, *out-degree* sebanyak 0.

Anggota dari Cluster 3, @1trenggalek yang merupakan pengguna aktif twitter, yang pengikutnya mencapai 19.800 dan mengikuti sebanyak 7.562 (tujuh ribu lima ratus enam puluh dua). Keberadaan @1trenggalek sebagai akun yang bisa membuat warganet menjadi terpacu tentang kegiatan POLRI dalam meningkatkan citra melalui tweets yang dibuat

oleh akun tersebut. Karena faktor tersebut @1trenggalek adalah aktor terkuat yang dapat dilihat dalam pola jaringan pada tagar #ProfesiUntukMengabdikan. Pada cluster 3 pendistribusian informasi komunikasi mencapai jumlah dengan total *degree* sebanyak 53, *in-degree* sebanyak 53, *out-degree* sebanyak 0.



Gambar 4: Sociogram Cluster 2
Sumber: Diolah Peneliti



Gambar 5: Sociogram Cluster 3
Sumber: Diolah Peneliti



Gambar 6: Sociogram Cluster 4
Sumber: Diolah Peneliti



Gambar 7: Sociogram Cluster 5
Sumber: Diolah Peneliti

Anggota dari Cluster 4 yaitu @res1tulungagung yang merupakan pengguna aktif twitter, yang mempunyai pengikut mencapai 1.564 dan akun yang mengikuti sejumlah 970. Keberadaan @res1tulungagung sebagai akun yang bisa membuat warganet menjadi terpacu tentang kegiatan POLRI dalam meningkatkan citra melalui tweets yang dibuat oleh akun tersebut. Karena faktor tersebut @res1tulungagung adalah aktor terkuat yang dapat dilihat melalui distribusi informasi dengan tagar #ProfesiUntukMengabdi. Pada *cluster 4* pendistribusian informasi komunikasi mencapai jumlah dengan total *degree* sebanyak 14, *in-degree* sebanyak 14, *out-degree* sebanyak 0.

Anggota dari Cluster 5 yaitu @pidm_bojonegoro yang merupakan pengguna media sosial twitter yang aktif, yang mempunyai pengikut mencapai 348 (tiga ratus empat puluh delapan) dan mengikuti sebanyak 94 (sembilan puluh empat). Keberadaan @pidm_bojonegoro sebagai akun yang bisa membuat warganet menjadi terpacu tentang kegiatan POLRI dalam meningkatkan citra melalui tweets yang dibuat oleh akun tersebut. Karena faktor tersebut

@pidm_bojonegoro merupakan aktor yang paling kuat yang dapat dilihat dalam pola jaringan pada tagar #ProfesiUntukMengabdi. Pada *cluster 5* pendistribusian informasi komunikasi mencapai jumlah dengan total *degree* sebanyak 31, *in-degree* sebanyak 31, *out-degree* sebanyak 0.

Penyebaran tagar #ProfesiUntukMengabdi di Twitter dapat dilihat dari statistik jejaring sosial di tingkat sistem. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur penyebaran informasi dalam suatu jaringan sosial, seperti *diameter*, *path length*, *density*, *reciprocity*, *centralization* dan *modularity*.

Dalam Netlytic diperoleh hasil diameter senilai 33 dengan tagar #ProfesiUntukMengabdi. Dengan demikian, jarak satu *node* untuk menuju *node* lainnya yang terpendek langkahnya bernilai maksimal 33 *edge*. Nilai *density* pada tagar #ProfesiUntukMengabdi senilai 0.002192. Dengan demikian, hal ini dapat memberitahukan bahwa keadaan jaringan kurang banyak berinteraksi dan berbicara dengan aktor lainnya. Sedangkan hasil *reciprocity* dengan tagar #ProfesiUntukMengabdi bernilai 0.000000.

Tabel 1: Network Properties tagar #ProfesiUntukMengabdi pada Netlytic

Network Properties	
<i>Diameter</i>	33
<i>Density</i>	0.002192
<i>Reciprocity</i>	0.000000
<i>Centralization</i>	0.063890
<i>Modularity</i>	0.895700

Sumber : Diolah Peneliti

Dengan demikian, dalam jaringan ini menunjukkan bahwa tingkat timbal balik rendah. Hal tersebut dikarenakan tidak ada pengikut yang saling membalas *tweet* pengikut lainnya dengan tagar #ProfesiUntukMengabdi.

Kemudian *Centralization* dapat mengukur tingkat sentralitas rata-rata semua *node* dalam sebuah jaringan. Sentralitas pada aktor tersebut adalah *degree centrality*, *closeness centrality*, dan *betweenness centrality* (Setatama & Tricahyono, 2017). Nilai *centralization* dalam jaringan pada tagar #ProfesiUntukMengabdi yaitu 0.063890. Hal tersebut dapat diartikan dalam tagar #ProfesiUntukMengabdi jaringan ini tidak hanya terdiri dari satu aktor yang mendominasi tautan tersebut. Adapun nilai *modularity* pada tagar #ProfesiUntukMengabdi sebesar 0.0895700. Hal tersebut, mengidentifikasi bahwa dalam *cluster* aktornya berasal dari perwakilan berbagai kalangan berbeda-beda.

Analisis jaringan pada level ini menjelaskan jaringan komunikasi secara keseluruhan. Aktor dalam sebuah jaringan bisa berupa individu, organisasi, negara,

institusi, dan sebagainya. Dalam jaringan yang dilihat dari seorang aktor adalah relasinya dengan aktor lain. Analisis pada level ini lebih melihat pada bagaimana sentralitas aktor, *clustering*, dan karakteristik & struktur dari jaringan komunikasi. Ukuran yang dipakai dalam analisis jaringan adalah sentralitas, hal ini merujuk pada seberapa sentral aktor dalam suatu jaringan (Fitriyah & Setiawan, 2020). Terdapat empat ukuran sentralitas yang digunakan dalam jaringan, yaitu sentralitas tingkatan (*degree centrality*), sentralitas kedekatan (*closeness centrality*), sentralitas keperantaraan (*betweenness centrality*), dan *eigenvektor* (*eigenvector*) (Eriyanto, 2014).

In-Degree

In-Degree merupakan jumlah *edges* atau hubungan yang saling terhubung dengan sebuah *node*. Berdasarkan Tabel 2, terdapat *node* resngawi yang merupakan aktor yang mendapatkan nilai *in-degree* 61, yang mana berarti akun resngawi adalah aktor yang paling banyak *dimention* oleh pola jaringan sosial yang terbentuk dalam tagar #ProfesiUntukMengabdi. Pada data tabel 2,

Tabel 2: Tingkat *In-Degree* pada Ghepi

Label	<i>In-degree</i>
resngawi	61
ltrenggalek	53
divhumas_polri	53
pidm_bojonegoro	31
Humasresla	20

Sumber: Diolah Peneliti

nilai *in-degree* sebanyak 5 *nodes* yaitu resngawi sebanyak 61, 1trenggalek bernilai 53, divhumas_polri bernilai 53, pidm_bojonegoro bernilai 31, dan dan humasresla bernilai 20 yang berarti ke-5 *nodes* tersebut lebih sering di-*mention* pada tagar #ProfesiUntukMengabdi.

Out-Degree

Out-degree merupakan jumlah hubungan yang diarahkan kepada *node* lain. Berdasarkan tabel 4, terdapat *node* piyuancker12 yang merupakan aktor yang mendapatkan nilai *out-degree* sebanyak 9, yang berarti piyuancker12 adalah aktor yang paling banyak me-reply tautan dengan tagar #ProfesiUntukMengabdi. Pada data tabel 3 tingkat *out-degree* sebanyak 5 *nodes*, yaitu akun piyuancker12 dengan jumlah *out-degree* sebanyak 9, akun thekop_herland sebanyak 8, askarfardan sebanyak 4, mazranseman

sebanyak 4, dan shahidzula sebanyak 4 yang berarti ke-5 *nodes* tersebut lebih sering me-*reply tweet* pada postingan tagar #ProfesiUntukMengabdi.

Degree

Degree merupakan jumlah *edges* atau hubungan yang saling terhubung dengan sebuah *node*. Berdasarkan tabel 4, tersebut dapat dilihat tabel degree yang terdapat 5 *node* yaitu resngawi, 1trenggalek, divhumas_polri, pidm_bojonegoro, humasresla yaitu aktor yang mendapatkan jumlah *degree* sebanyak 61, 53, 53, 31 , 20. Dapat dilihat bahwa akun resngawi merupakan aktor tertinggi karena mendapatkan total degree sebanyak 61 yang berarti resngawi adalah aktor yang paling berpengaruh di dalam pola jaringan yang terbentuk dalam tagar #ProfesiUntukMengabdi.

Tabel 3: Tingkat Out-Degree pada Gephi

Label	Out-degree
piyuancker12	9
thekop_herland	8
Askarfardan	4
Mazranseman	4
Shahidzula	4

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 4: Tingkat Degree pada Gephi

Label	Degree
resngawi	61
1trenggalek	53
divhumas_polri	53
pidm_bojonegoro	31
Humasresla	20

Sumber: Diolah Peneliti

Eigenvector Centrality

Eigenvector centrality merupakan pengukuran *node* dalam jaringan sosial. Semakin tinggi nilai nya mendekati angka 1 maka semakin penting aktor tersebut. Dalam tabel 5, menunjukkan bahwa tagar #ProfesiUntukMengabdikan nilai *Eigenvector Centrality* tertinggi yaitu pr1nceofwolves dengan nilai sempurna yaitu 1.0. Hal ini menunjukkan bahwa pr1nceofwolves merupakan aktor yang keberadaannya populera dalam tagar #ProfesiUntukMengabdikan dalam Jaringan Sosial ini. Berikut adalah hasil pola jaringan yang difokuskan kepada aktor pr1nceofwolves.

Gambar diatas menunjukkan posisi pr1nceofwolves yang menjadi *Eigenvector Centrality* terbesar yang berarti memiliki kepopuleran paling besar. Studi jaringan komunikasi menekankan pada posisi aktor dan kekuatan aktor dalam struktur sosial. Asumsi dari metode jaringan yaitu aktor yang berada dalam posisi tertentu dalam struktur jaringan akan memainkan peran tertentu. Pada analisis *Eigenvector Centrality* ini peran pr1nceofwolves merupakan aktor yang paling berpengaruh karena terus dikaitkan oleh beberapa pengguna twitter lain.

Tabel 5: *Eigenvector Centrality* pada Gephi

Label	<i>Eigenvector Centrality</i>
pr1nceofwolves	1.0
newiding30	0.785046
Resngawi	0.701493
divhumas_polri	0.694405
1trenggalek	0.609494

Sumber: Olahan Data Peneliti



Gambar 8: Pola Jaringan *Eigenvector Centrality*

Sumber: Olahan Data Peneliti

Betweenness Centrality

Betweenness dapat dimisalkan sebagai simbol “kekuatan” atau “pengaruh” suatu *node* dalam jejaring sosial. Jika semakin tinggi nilai *Betweenness* yang mendekati angka 1, maka semakin penting pula *node* tersebut.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan pendistribusian tagar #ProfesiUntukMengabdikan yaitu akun pr1nceofwolves dengan nilai 16.0. Hal ini dapat menunjukkan bahwa, pr1nceofwolves sebagai *nodes* terkuat dalam tagar #ProfesiUntukMengabdikan dengan *nodes* lainnya. Hasil pengukuran menunjukkan pendistribusian tagar #ProfesiUntukMengabdikan pada *node* polrestakalar2 dengan nilai 0.0 yang merupakan nilai yang sangat lemah, dimana nilai tersebut kurang dari angka 1.0. Dapat disimpulkan bahwa polrestakalar2 merupakan *nodes* yang tidak memiliki pengaruh cukup kuat pada tagar #ProfesiUntukMengabdikan.

Closeness centrality

Dalam *Closeness centrality*, semakin tinggi nilai nya (mendekati 1) maka semakin banyak koneksi *node* tersebut. Berikut hasil gambaran pola jaringan *Closeness Centrality* (Priyanto & Farida, 2021).

Dapat dilihat hasil data dari *Closeness Centrality* menunjukkan sentralitas kedekatan yang menggambarkan seberapa dekat aktor dengan aktor-aktor lain dalam jaringan sosial menunjukkan ada 374 aktor yang memiliki nilai kedekatan yang tinggi dengan aktor lainnya. Dari data tabel pada aplikasi Gephi dalam *Closeness Centrality*, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat 374 aktor yang merupakan *node* dengan kepopuleran tertinggi dengan nilai sempurna yaitu 1.0.

Tagar #ProfesiUntukMengabdikan menjadi *trending topic* nomor 37 di Twitter pada tanggal 19 Oktober 2022. *Trending* pertama kali muncul pada cuitan akun @ResNgawi yang berisikan

Tabel 6: *Betweenness Centrality* pada Gephi

Label	<i>Betweenness Centrality</i>
pr1nceofwolves	16.0
polrestakalar2	0.0

Sumber: Olahan Data Peneliti

Tabel 7: *Closeness Centrality*

Jumlah	<i>Closeness Centrality</i>
374	1.0
16	0.66-0.80
274	0.0

Sumber: Olahan Data Peneliti

proses evakuasi korban banjir di Trenggalek. Dalam rangka memperingati Maulid Nabi 1444 H, untuk menjaga solidaritas dan sinergitas semua elemen, POLRI mengadakan Jalan POLRI Dalam Melayani dengan menggunakan tagar #ProfesiUntukMengabdikan. Fenomena #ProfesiUntukMengabdikan ini salah satu upaya POLRI untuk mengayomi berbagai macam golongan, agama, suku, dan juga ras. Sehingga hal ini bisa menjadi motivasi bagi POLRI untuk terus bekerja dengan profesional menghadapi dinamika yang ada. Dalam hal ini, KAPOLRI juga berpesan kepada masyarakat agar tetap menjaga persatuan bangsa.

Selain untuk membantu masyarakat yang mengalami bencana, tagar #ProfesiUntukMengabdikan ini juga digunakan Polri untuk berbagi kepada masyarakat yang membutuhkan seperti yang terdapat pada gambar 4.4. Dalam postingan yang diunggah oleh @Res1Tulungagung terdapat Polisi sedang melakukan kegiatan berbagi kepada masyarakat. Dalam rangka memperingati Maulid Nabi 1444 H, untuk menjaga solidaritas dan sinergitas semua elemen, Polri mengadakan Jalan Polri Dalam Melayani dengan menggunakan tagar #ProfesiUntukMengabdikan. Berikut adalah tangkapan layar kegiatan POLRI berbagi sesama dalam media social twitter



Gambar 9: Tagar #ProfesiUntukMengabdikan dan Kegiatan Maulid Nabi Polres Ngawi
 Sumber : Twitter @ResNgawi



Gambar 10: POLRI Berbagi Sesama
 Sumber : Twitter @Res1Tulungagung

Citra dapat diartikan sebagai kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi, atau lembaga, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi (Ardianto, 2011). Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, organisasi, institusi, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Tugas perusahaan dalam membentuk citranya adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata publik atau masyarakatnya. Dalam faktor pembentuk citra, Strategi *Public Relation* (PR) merupakan salah satu metode untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi dalam hal ini PR turut mengambil peran dalam membangun citra sebuah lembaga, karena PR merupakan ujung tombak sebuah lembaga dalam bermitra dan mengkomunikasikan pesan pada khalayak untuk membentuk citra positif. Kegiatan kehumasan yang dilakukan dengan menggunakan media teknologi yaitu *internet* yang menjadi sarana dalam melakukan penyebaran informasi *Cyber Public Relations* terkait organisasi instansi maupun Perusahaan (Maulidzi, 2022).

Kegiatan yang dilakukan oleh POLRI tersebut melalui tagar #ProfesiUntukmengabdi adalah kegiatan *cyber PR* yang merupakan salah satu upaya yang dilakukan HUMAS POLRI dalam membentuk citra, mengingat akhir-akhir ini banyak kasus oknum dari Polisi yang membuat citra POLRI kurang baik. Sesuai

dengan hasil penelitian aktor yang menjadi kunci terpenting dalam jaringan komunikasi pada tagar #ProfesiUntukMengabdi ialah @resngawi, akun tersebut adalah salah satu akun twitter institusi Polres Ngawi yang sengaja mempopulerkan #ProfesiUntukMengabdi sebagai salah satu upaya untuk menaikkan citra POLRI melalui media sosial. Akun setiap lembaga dipegang oleh *PR masing-masing Instansi*. Aktor tersebut memiliki tingkat kepopuleran paling tinggi dan paling sering dihubungi dalam jaringan komunikasi dengan total in-degree 61. Oleh sebab itu, @resngawi menjadi *leader* atau pusat terbesar pendistribusian informasi mengenai tagar #ProfesiUntukMengabdi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa hal terkait jaringan informasi pada tagar #ProfesiUntukMengabdi. Pada level aktor, terdapat *node* atau aktor yang paling sering dihubungi perihal pesan yang terkait dengan tagar #ProfesiUntukMengabdi. Hal ini ditunjukkan oleh sentralitas tingkatan (*degree centrality*) yaitu akun @resngawi dengan nilai total *degree* sebanyak 61. Akun @resngawi merupakan salah satu akun *twitter* Institusi POLRES Ngawi yang sengaja mempopulerkan #ProfesiUntukMengabdi sebagai salah satu upaya untuk menaikkan citra POLRI melalui media sosial dan juga merupakan aktor dalam jaringan yang paling banyak di *mention* pada postingan dalam

tagar #ProfesiUntukMengabdikan. Sementara itu, aktor yang memiliki tingkat *out-degree* terbanyak adalah @piyuanker12 dengan nilai 9. Aktor yang memiliki sentralitas kedekatan (*closeness centrality*) dengan nilai tertinggi (1.0) berjumlah 374 dari keseluruhan aktor yang ada. Nilai sentralitas keberantaraan (*betweenness centrality*) tertinggi adalah @pr1nceofwolves dengan nilai 16.0. Akun @pr1nceofwolves memiliki peranan penting dalam jaringan yang berfungsi sebagai penghubung, gerbang informasi antara satu aktor ke aktor lainnya. Level aktor terakhir, sentralitas *eigenvector* (*eigenvector centrality*) memperlihatkan @pr1nceofwolves sebagai aktor yang keberadaannya cukup populer sehingga distribusi informasi dengan tagar #ProfesiUntukMengabdikan dapat tersebar melalui Analisis Jaringan Sosial. @pr1nceofwolves memiliki nilai sempurna (1.0).

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan masukan bagi institusi POLRI. Cukup disayangkan tagar #ProfesiUntukMengabdikan justru tidak dimaksimalkan pada akun resmi @DivHumas_POLRI sebagai akun resmi dari Divisi HUMAS POLRI untuk mempopulerkan tagar tersebut, melainkan yang berperan aktif yaitu akun twitter milik Polres Ngawi. Masukan kepada institusi POLRI untuk tetap melayani masyarakat seperti apa yang sudah dilakukan dalam gerakan Jalan POLRI Dalam Melayani melalui tagar #ProfesiUntukMengabdikan dan

juga tetap mempertahankan citra yang sudah dibentuk melalui tagar tersebut. Dan bagi akun resmi media sosial HUMAS POLRI dan akun resmi POLRES daerah lain dapat mencontoh apa yang dilakukan oleh POLRES Ngawi untuk dapat memaksimalkan dan memanfaatkan media digital dalam meningkatkan citra positif institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations*. Simbiosis Rekatama media. BPK. (2012).
- Permen PAN dan RB Nomor 83 Tahun 2012. Jakarta.
- Eriyanto, E. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi: Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media Group.
- Fitriyah, P., & Setiawan, Y. (2020). Network Centrality Kampanye Komunikasi: Siapa Aktor Populer Dalam Jaringan #Karantinawilayah Di Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1).
- Kompas.com. (2022, August 12). *Citra POLRI Setelah Rekyasa Ferdys Sambo Terbongkar*. Kompas.Com. <https://jeo.kompas.com/citra-polri-setelah-rekyasa-ferdy-sambo-terbongkar>
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public*

- relation, advertising, komunikasi organisaso, komunikasi pemasaran.* Kencana.
- Maulidzi, N. R. (2022). *Strategi Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Polisi Melalui Twitter (Studi Deskriptif pada akun Twitter @humaspoldajbr)* [Skripsi]. UIN SUNAN GUNUNG DJATI.
- Pancarudin, A. (2020). Pengaruh Citra Kepolisian Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Polres Metro. *Jurnal Simplex*, 2(2).
- Priyanto, P., & Farida, N. (2021). Jaringan Sosial Komunikasi Pemasaran Traveloka di Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi MEDIAKOM*, 5(2).
- Rahutomo, F., Saputra, P. Y., & Fidyawan, M. A. (2018). Implementasi Twitter Sentiment Analysis Untuk Review Film Menggunakan Algoritma Support Vector Machine. *Jurnal Informatika Polinema*, 4(2).
- Setatama, M. S., & Tricahyono, D. (2017). Implementasi Social Network Analysis dalam Penyebaran Country Branding “Wonderful Indonesia”. *Indonesia Journal on Computing (Indo-JC)*, 2(2), 91–104.
- Soeharno, F. (2022). Gerakan Opini Digital dan Konstruksi Realitas dalam Tagar #Percumalaporpolisi. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12).
- Some, R. (2013). A Survey on Social Network Analysis and its Future Trends. *International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering* , 2(6).
- Suryadharma, B., & Susanto, T. D. (2017). Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah Indonesia. *INTEGER: Journal of Information Technology*, 2(2), 1–10.