

## ***Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital dalam Perdebatan Isu “Presiden Tiga Periode” di Twitter***

## **Discourse Network Analysis (DNA): Digital Activism in the “Three-Term President” Debate on Twitter**

**Muhammad Iqbal Khatami**

Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada  
Jalan Randu, Mejing Wetan, Gamping, Sleman, Yogyakarta  
Email: [muhammadiqbalkhatami@mail.ugm.ac.id](mailto:muhammadiqbalkhatami@mail.ugm.ac.id)

Received : September 13, 2021 ; Revised: December 19, 2021; Accepted: February 23, 2022

### ***Abstract***

*This article offers a Discourse Network Analysis (DNA) on how the communication patterns of digital activism in the public debate on the issue of “Three-Term Presidents” are discussed. The data is taken from the capture of tweets on Twitter social media with the keyword “President of Three Periods” and gets a total of 2606 Tweets and Comments with source data retrieval from September 16 to 24, 2021. The processing of the resulting data is in the form of account diagrams with the highest references, issue indicator diagrams debate, sociogram, and word cloud data. The results of this study show that the accounts involved in the debate are dominated by anonymous accounts and have very large followers up to hundreds of thousands. The main debate map in this issue is not on the pros and cons but on the counter-narratives. Supporters of the government consider this issue to be an opposition game, and the opposition narrates that this is the current government’s plan to discuss the three-term presidential term through amendments to the 1945 Constitution. The implications and contributions of this research are to describe how the interrelationships between discourses are seen from the actors involved, the account called, and the hashtag used to spread the tweet seen from the sociogram.*

**Keywords:** *Digital Activism; Debate; Discourse Network Analysis; Three-term president; Twitter.*

### **Abstrak**

Artikel ini menawarkan *Discourse Network Analysis (DNA)* tentang bagaimana pola komunikasi aktivisme digital dalam perdebatan publik pada isu “Presiden Tiga Periode”. Data diambil dari *capture tweet* di Media Sosial Twitter dengan kata kunci “Presiden Tiga Periode” dan mendapat total 2606 *Tweet* dan Komentar dengan pengambilan data sumber dari tanggal 16 hingga 24 September 2021. Pemrosesan data yang dihasilkan berupa diagram akun dengan *references* tertinggi, diagram indikator isu perdebatan, *sociogram*, dan data *wordcloud*. Hasil penelitian ini menunjukkan akun yang terlibat dalam perdebatan didominasi oleh akun tanpa identitas dan memiliki pengikut yang sangat banyak hingga ratusan ribu. Peta perdebatan utama dalam isu ini bukan pada pro dan kontra, namun pada saling konter narasi. Pihak pendukung pemerintah menganggap isu ini adalah permainan oposisi, dan pihak oposisi menarasikan bahwa ini merupakan rencana pemerintahan saat ini untuk mewacanakan jabatan presiden tiga periode melalui amandemen UUD 1945. Implikasi dan kontribusi dari penelitian ini adalah menggambarkan bagaimana keterkaitan

antar wacana dilihat dari aktor yang terlibat, akun yang disebut, tagar yang digunakan hingga persebaran *tweet* yang dilihat dari *sociogram*.

**Kata Kunci:** Aktivisme Digital; Discourse Network Analysis; Perdebatan; Presiden Tiga Periode; Twitter.

## 1. Pendahuluan

Kehadiran teknologi dalam kehidupan manusia berdampak besar terhadap ruang, jarak dan waktu yang menjadi saling terkoneksi satu sama lain dalam satu ruang siber (*cyberspace*). Dalam ruang digital tersebut, semua orang dapat memangkaskan batasan-batasan tempat lintas benua dan negara hingga batasan-batasan waktu. *Cyberspace* juga dapat diidentikkan dengan istilah *placeless place* (tempat tanpa tempat) dan *timeless time* (waktu yang tak lekang oleh waktu). Sehingga, keberadaan ruang siber telah banyak membantu dalam proses jalannya sistem demokrasi dalam masyarakat dan dianggap mampu mendorong masyarakat sebagai demos secara utuh (Schia & Gjesvik, 2020).

Tingginya penetrasi internet di Indonesia dapat ditelaah dalam peluang dan tantangannya sebagai medium baru yang pemanfaatannya ditujukan untuk tujuan sosial, seperti mencakup pemberdayaan masyarakat, inovasi dalam edukasi, pendorongan perekonomian, permasalahan isu hak asasi, hingga gerakan-gerakan sosial lain yang dibungkus dalam gerakan aktivisme digital di ruang siber. Tingginya penetrasi internet di Indonesia melalui *cyberspace* juga turut menyemai kehadiran deliberasi nilai-nilai demokrasi seperti gerakan *voluntarism*, egalitarian, dan kemunculan masyarakat jaringan yang mampu membentuk sebuah

aktivisme gerakan kolektif untuk mencapai tujuan Bersama (Wahyuni & Indah, 2013).

Kehadiran *post-truth* juga turut berdampak pada aktivisme digital (*cyberactivism*) di ruang siber. Karena manusia akan hidup dalam bayang-bayang yang dianggap nyata namun sebenarnya adalah maya, realitas yang dianggap benar oleh sebagian orang namun sebenarnya adalah kebohongan. Tentu ini menjadi ancaman ketika perubahan sosial yang hendak dilakukan melakukan aktivisme digital untuk mendorong agenda politik harus berkonflik dengan beragam kepentingan, isu dan opini yang bertebaran di publik (Gunawan & Ratmono, 2021)

Merujuk pada hasil survei dalam Ringkasan Eksekutif Hasil Survei Demokrasi (*Power, Welfare and Democracy*) menunjukkan fakta bahwa media sosial di Indonesia dapat memobilisasi orang, namun belum tentu mampu mendorong representasi demokratis (Savirani, A., Hiariej et al., 2014). Representasi demokratis ialah berubahnya isu publik menjadi agenda politik.

Masalah yang terjadi dalam aktivisme digital adalah suara masyarakat pengguna sosial media kadang kali mengendap dalam ruang siber dan tidak memiliki daya tekan di ruang nyata. Sehingga tidak jarang aktivisme digital hanya sebatas berisi percakapan kritik dan protes terhadap suatu kebijakan. Masalah lain yang

juga terjadi adalah kadang kali isu yang tersebar dalam ruang siber masih sangat bergantung pada isu-isu yang diproduksi oleh media massa dan *opinion leader/influencer* (Hananto, 2014). Sehingga rawan terjadi penyederhanaan dan penyempitan isu hingga membuat isu yang berkembang dalam opini publik bias makna.

Penelitian ini menganalisis studi kasus aktivisme digital di ruang siber dengan mengangkat fenomena wacana “Presiden Tiga Periode”. Isu “Presiden Tiga Periode” muncul setelah mencuatnya wacana Amandemen Undang-Undang Dasar 1945. Wacana ini pertama kali muncul pada Oktober 2019. Kala itu, Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh bertemu dengan Ketua Umum Partai Gerindra Prabowo Subianto. Keduanya sepakat untuk mengamandemen UUD 1945 secara menyeluruh. Paloh menyoroti beberapa poin dalam rencana amandemen itu. Pertama, menghidupkan lagi GBHN; kedua, mengatur ulang keserempakan dalam pemilihan umum.

Isu ini kemudian kembali dilontarkan oleh politisi Partai Ummat yakni Amien Rais pada 13 Maret 2021 lalu. Ia mengatakan bahwa ada upaya terhadap mengamandemen pasal-pasal di dalam Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 (UUD NRI 1945) yang terkait dengan masa jabatan Presiden (Iqbal, 2021).

Merujuk pada aturan terkait masa jabatan Presiden, diatur di dalam Pasal 7 UUD 1945 yang didalamnya membatasi masa jabatan seorang Presiden adalah 2 (dua) periode. Pasal 7 UUD NRI 1945

tersebut berbunyi “*Presiden dan Wakil Presiden memegang jabatan selama lima tahun, dan sesudahnya dapat dipilih kembali dalam jabatan yang sama, hanya untuk satu kali masa jabatan*”.

Kemunculan isu Presiden Tiga Periode tentu memunculkan banyak pro dan kontra di tengah publik dan menjadi ramai dalam perdebatan di pemberitaan dan media sosial. Banyak peneliti, politisi, akademisi hingga masyarakat yang melakukan kritik dan protes di media digital. Meskipun kemudian isu ini dibantah langsung oleh Presiden Joko Widodo. Akibat hiruk-pikuk isu ini, Presiden Joko Widodo buka suara dan membantah isu tersebut sebanyak dua kali yakni pada Maret dan September 2021 lalu.

Banyak gerakan-gerakan kolektif digital yang dibangun untuk memperdebatkan isu ini salah satunya melalui aksi tagar. Penggunaan *tagar* selain menunjukkan keberpihakan dari warganet, juga menjadi sarana *decision making* warganet dalam berpihak yaitu berusaha membangun narasi untuk mempengaruhi orang-orang agar ikut berpihak.

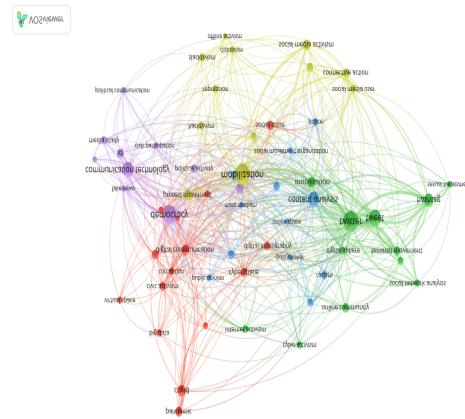
Sehingga masalah yang hendak diangkat dalam penelitian ini adalah melihat peta perdebatan yang terjadi dan mengetahui bagaimana alur kemunculan isu ini, agar dapat mengetahui apakah perdebatan ini lahir secara organik atau ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi. Selain itu, juga melihat bagaimana pola komunikasi atas aktivisme digital yang terjadi di dalam ruang digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti bertujuan untuk melihat aktivisme digital dalam isu

penundaan pemilu di Twitter pada rentang waktu 16 – 24 September 2021.

Tinjauan Pustaka terkait dengan aktivisme digital dan *cyberspace* pernah ditulis oleh Wasisto Raharjo Jati (2016). Ia menyebut tantangan kedepan dalam membahas aktivisme online di Indonesia adalah masih munculnya *digital device* maupun juga *digital sectionalism* yang masih melanda dalam kelas menengah Indonesia. Selain itu, Vinisa Nurul Aisyah (2020) melakukan analisis pesan persuasif oleh kelompok *cyberprotest* di Twitter dan menunjukkan bahwa Twitter dapat digunakan sebagai media komunikasi persuasif bagi kelompok protes. Sementara, *central* dan *peripheral route* difasilitasi melalui fitur-fitur yang disediakan Twitter. Gap pembaruan dalam penelitian ini adalah menggunakan *big data analysis* yang bertujuan untuk mendapatkan data yang menggambarkan peta wacana komunikasi dalam aktivisme digital pada perdebatan publik isu “Presiden Tiga Periode”.

Selain itu, peneliti juga membuat analisis jaringan bibliometrik dalam Menyusun tinjauan Pustaka. peneliti menggunakan *Software* Vosviewer untuk memproses peta jaringan publikasi riset tentang ‘Aktivisme Digital’ pada publikasi terindeks Scopus. VOSviewer sendiri adalah perangkat lunak untuk membangun dan memvisualisasikan jaringan bibliometrik (Effendy et al., 2021). Peta jaringan yang didapat adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.** Peta Jaringan  
Sumber: Data Olahan Peneliti (2021)

Pembahasan tentang ‘Digital Activism’ sudah cukup kompleks dan telah banyak dipublikasikan oleh para peneliti di berbagai belahan dunia. Secara garis besar merujuk pada klaster-klaster di atas, dalam pembahasan aktivisme digital episentrum terbesar ada pada ‘democracy’, ‘mobilization’, ‘Twitter’, ‘Communication Technology’, hingga ‘pandemic’.

Gap yang peneliti angkat adalah berangkat dari kajian terhadap aktivisme digital pada penelitian sebelumnya yang hanya berfokus pada aspek teknologi dan cenderung terbatas pada bias optimistik, yakni melihat platform media sosial sebagai teknologi yang membuka ruang-ruang publik demokratis. Faktanya, media sosial justru rentan untuk menjadi objek manipulasi terutama oleh berbagai pihak yang memiliki kepentingan untuk menyebarkan kebencian, prasangka emosi negatif. Salah satu contoh nyata dalam konteks di Indonesia yaitu algoritma media sosial ternyata turut mendukung pembentukan kelompok-

kelompok yang kemudian saling menyerang ketimbang melakukan diskusi dalam lingkungan yang sehat (Lim, 2017).

## **2. Kerangka Teori**

### *2.1 Ruang Publik*

Berbicara ruang siber dalam kaitannya dengan demokrasi, Habermas mencetuskan istilah demokrasi deliberatif yang dibayangkan sebagai sebuah ruang agar semua kalangan bisa mendukung terciptanya kehidupan negara yang demokratis tanpa ada represi. Ide ini diilhami juga oleh gagasan Jürgen Habermas sebelumnya mengenai *public sphere*. Habermas membayangkan sebuah tatanan masyarakat cerdas (reflektif), yang menginginkan tercapainya konsensus bebas dominasi. Otonomi tidak terletak pada siapa yang paling dominan, melainkan otonomi kolektif. Dalam otonomi kolektif, tentu emansipasi bisa dicapai karena masyarakat menjadi semakin dewasa (Jürgen Habermas, 2008).

Pengertian ruang publik dalam ruang siber menurut Habermas terlihat utopis dan optimis yang mengandaikan bahwa ruang publik baru tersebut dapat menjadi wadah yang inklusif dan pluralis bagi setiap orang untuk berpartisipasi dalam ruang siber tersebut.

Habermas kemudian menjelaskan mengenai prakondisi terbentuknya sebuah ruang publik yang dicitakan tersebut sebagai berikut: pertama, melihat kekuatan pasar yang menjadi fondasi berdirinya ruang publik. Mengingat ruang publik sendiri lahir dari proses transisi dari kapitalisme liberal menuju kapitalisme terorganisir

(Craig Calhoun, 1992), di mana pada saat itu kebutuhan ruang publik meningkat. Inilah yang kemudian membuat demokrasi dipilih sebagai jalan guna memastikan adanya kebebasan berekspresi individu. Kedua, juga melihat seberapa independen ruang publik tersebut bebas dari segala bentuk intervensi politik negara dan pasar.

Ruang publik dapat dideskripsikan dalam tiga ranah penting yaitu: 1). Ruang publik sebagai arena yang mengindikasikan bahwa ruang publik menyediakan basis komunikasi antar masyarakat. 2). Ruang publik adalah publik itu sendiri yang mengindikasikan bahwa publik adalah aktor penting dalam proses demokrasi. 3). Ruang publik adalah agen, yakni merupakan alat penting dalam menyampaikan aspirasi dari akar rumput (Schuler & Day, 2004).

### *2.2 Aktivisme Digital*

Ruang publik digital dapat menjadi sarana atau medium baru dalam gerakan-gerakan aktivisme melalui ruang digital. Aktivisme digital menurut Joyce (2010) mengatakan bahwa konteks aktivisme digital mengacu pada teknologi digital yang digunakan dalam kampanye atau gerakan aktivisme tertentu dalam konteks ekonomi, sosial, dan politik di mana ada penggunaan teknologi di dalamnya. Infrastruktur teknologi digital—kombinasi jaringan, kode, aplikasi, dan perangkat yang membentuk infrastruktur fisik aktivisme digital—merupakan titik awal dari hadirnya aktivisme digital. Selain faktor hadirnya teknologi, perbedaan faktor ekonomi, sosial, dan politik juga mengubah cara para

aktivis menggunakan teknologi ini sebagai instrumen gerakan sosial.

Joyce (2010) membagi elemen aktivisme digital sebagai berikut: 1) Infrastruktur-konektivitas (penetrasi internet, akses media sosial, dan literasi digital). 2) Ekonomi-layanan (biaya akses internet dan medium). 3). Norma Sosial berupa kebiasaan, identitas, dan karakteristik (latar belakang gender, umur, suku, ras dan agama). Dan 4) Pandangan terkait politik, hukum, ideologi dan regulasi.

Aktivisme digital merupakan bagian dari bentuk aktualisasi dari praktik politik digital dalam masyarakat. Adapun pengertian digital politik memiliki multi interpretatif, namun demikian kristalisasi dari berbagai macam konsep tersebut kemudian merujuk pada pembentukan ruang publik dalam dunia maya (*cyberspace*) (John Postill, 2012).

Ruang publik digital sebagai arena aktivisme memiliki sifat yang non struktural, dinamis dan egaliter yang memungkinkan bagi setiap orang untuk berpartisipasi dan berinteraksi melalui jejaring *online* serta membangun gerakan kolektif. Dalam melihat aktivisme digital dapat melihat pada beberapa tahapan yakni kesadaran politik (*political awareness*), keterlibatan sipil (*civic engagement*), dan gerakan politik (*political movement*).

Aktivisme digital memang tidak bisa dilepaskan dari motif politik. Aktivisme sendiri selalu dimaknai memiliki keterkaitan dengan pergerakan sosial yang memiliki suatu tujuan politis. Pada masa pra digital, aktivisme muncul berlandaskan tuntutan yang berbasis materialistik dan perjuangan kelas.

Aktivisme pra digital akan mengandalkan peran sentral pemimpin heroik-patriotik dalam memperjuangkan tuntutan tersebut (Sukmana, 2016). Aktivisme digital memiliki ciri yang berbeda dengan hal di atas. Ia hadir sebagai suatu gerakan sosial baru dengan ciri pengorganisasian yang cair dan terdesentralisasi. Setiap orang yang terhimpun dalam aktivisme digital punya peran setara dalam mencapai tujuan gerakan. Tidak lagi bergantung pada sosok pemimpin kharismatik, aktivisme digital mengutamakan jaringan (*networking*) sebagai kekuatan. Ketika memiliki fokus isu perjuangan yang sama, berbagai individu dan kelompok akan saling berkoalisi sehingga tuntutan aktivisme memiliki resonansi yang lebih kuat.

Kehadiran ruang digital juga memfasilitasi masyarakat berpartisipasi menjadi lebih mudah, seperti memberi masukan, kritik hingga protes, maka dalam aktivisme digital juga dikenal istilah protes digital (*cyberprotest*). Istilah *cyberprotest* merujuk pada aktivitas protes yang menggunakan media digital sebagai sarana komunikasi. Secara definisi, *cyberprotest* dapat dimaknai dengan definisi berikut “*Cyberprotest is a global structural coupling and mutual production of self-organisation processes of the Internet and self-organisation processes of the protest system of society*” (Fuchs, 2006).

Gerakan *cyberprotest* dapat dibagi dalam empat jenis gerakan. Menurut Laer dan Aelts (dalam Jewkes & Yar, 2013), pertama adalah gerakan yang memiliki aktivitas *low threshold* dimana internet hanya

sebatas pendukung. Kedua yaitu gerakan *high threshold*, contohnya melakukan aksi kekerasan dan perusakan dengan memanfaatkan internet sebagai media pendukung. Gerakan jenis ketiga yaitu gerakan *level low threshold*, yang ditandai dengan adanya *bom message* atau petisi daring. Gerakan jenis terakhir yaitu gerakan *high threshold*, misalnya *hacktivism* atau pembuatan web khusus untuk melakukan protes.

Dieter Rucht dalam tulisannya yang berjudul "*The Quadruple 'A' Media Strategies of protest Movements Since 1960s*" menyebutkan bahwa gerakan sosial dan kelompok protes kebanyakan akan berusaha untuk mendapatkan perhatian (Van De Donk et al., 2004). Perhatian ini penting guna mendorong partisipasi masyarakat untuk menuju pada kebijakan politik sebagai tujuan utama kelompok.

Aktivisme digital memang sering kali dikatakan dapat berpotensi meningkatkan partisipasi publik dalam sebuah gerakan sosial, dan contoh dari praktik ini telah terjadi pada berbagai negara di dunia. Akan tetapi, apakah seluruh kegiatan yang dilakukan publik secara online dapat dilihat sebagai "partisipasi"? Perdebatan terkait hal-hal apa saja yang dapat diakui sebagai partisipasi publik telah dilakukan oleh para pengkaji aktivisme digital. Terdapat pihak yang skeptis bahwa menulis opini, berbagi berita politik, perdebatan panas dalam forum-forum *online*, maupun menulis dan membagikan petisi *online* adalah bentuk dari aktivisme. Hal ini juga dipengaruhi oleh adanya istilah-istilah peyoratif seperti *click activism*,

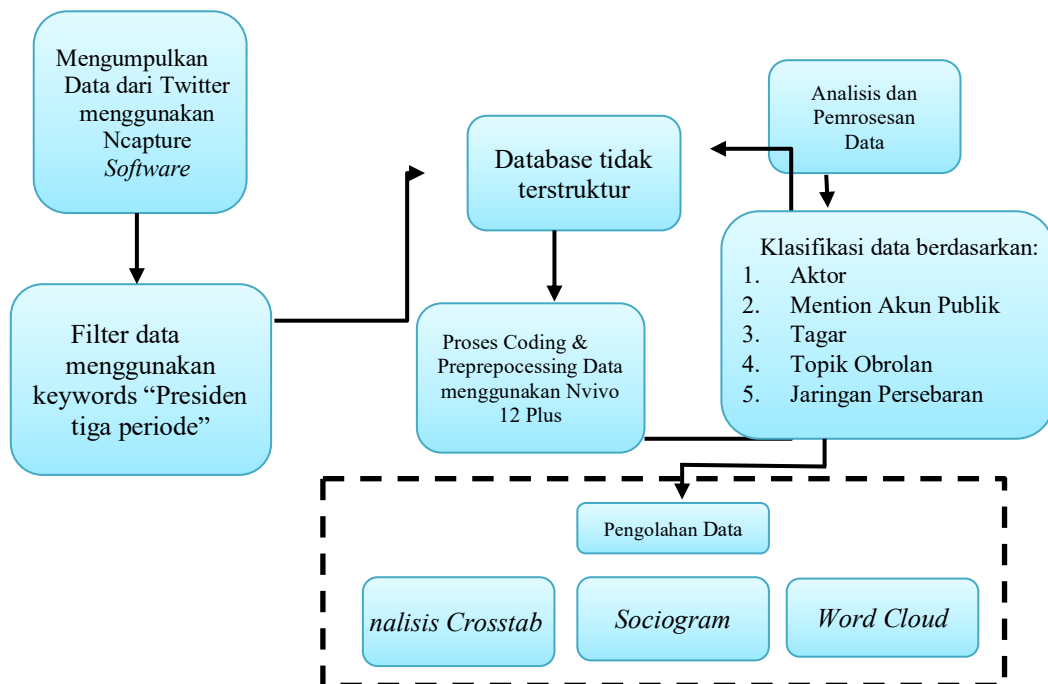
*slacktivism*, maupun *keyboard activism*.

### 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Auerbach & Silverstein dalam Sugiyono (2011) adalah penelitian yang menganalisis dan menafsirkan makna suatu fenomena. Penelitian kualitatif dilakukan dengan membandingkan dan memberikan informasi yang kredibel yang dapat diperoleh (Moleong, 2012). Pemrosesan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak Nvivo 12 Plus. Sumber data untuk penelitian ini dikonsentrasikan pada data sekunder yaitu dari *capture* percakapan di sosial media Twitter yang relevan terkait isu "Presiden Tiga Periode".

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan *Discourse Network Analysis* sebagai pisau analisis dalam pengambilan dan pemrosesan data yang diambil dari sumber percakapan di sosial media Twitter. *Discourse Networking Analysis* merupakan suatu teknik untuk memvisualkan wacana baik itu wacana politik 128 maupun sosial budaya ke dalam sebuah jaringan. *Discourse Network Analysis is a combination of category-based content analysis and social network analysis* (Leifeld & Haunss, 2012; Wasserman & Faust, 1994).

Adapun model pemrosesan data adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.** Bagan Pemrosesan Data Discourse Network Analysis  
Sumber: Data Olahan Peneliti

Pengambilan data menggunakan *capture tweet* di twitter dengan kata kunci “Presiden Tiga Periode” sebanyak 2606 *Tweet* untuk melihat peta konsep obrolan publik terhadap isu tersebut. Rentang waktu pengambilan data sumber dilakukan dari tanggal 16 September hingga 24 September 2021.

Analisis Nvivo 12 plus dalam penelitian ini dengan mengklasifikasikan terlebih dahulu data menjadi beberapa klasifikasi diantara Aktor, Mention, *Tagar*, Topik Obrolan dan Jaringan Persebaran. Kemudian diolah menggunakan fitur analisis data *crosstab*, analisis *word cloud*, *Concept and Network Map* dan *Sociogram*.

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Salah satu kondisi proses demokrasi yang menggembirakan adalah adanya kehadiran sosial media sebagai kehadiran medium baru demokratisasi secara digital. Peran aktif politik warga negara dalam kegiatan politik menjadi dipermudah, terutama dalam hal pengawalan kebijakan. Kehadiran sosial media menjadi ruang bagi masyarakat untuk mengekspresikan diri, menggali informasi, bahkan memobilisasi massa.

Dalam melihat aktivisme digital, peneliti melakukan *capture* di Twitter dengan kata kunci “Presiden Tiga Periode” dan “Jokowi 3 Periode” dan menghasilkan 2606 *Tweet* dengan rincian sebagai berikut:



Tweet dan komentar dengan jumlah tertinggi terjadi pada tanggal 18 September 2021 dan mengalami penurunan yang fluktuatif hingga tanggal 24 September 2021. Impresi terhadap isu Presiden 3 Periode dalam perdebatan selama 9 hari di atas terbilang cukup tinggi karena rata-rata berada di atas 100 per harinya, kecuali pada tanggal 24 September 2021 yang obrolan terkait isu ini mulai meredup.

Peneliti mencoba melihat aktor-aktor yang berperan sebagai episentrum perdebatan terkait isu ini di dalam Twitter yang dapat dilihat pada gambar berikut:

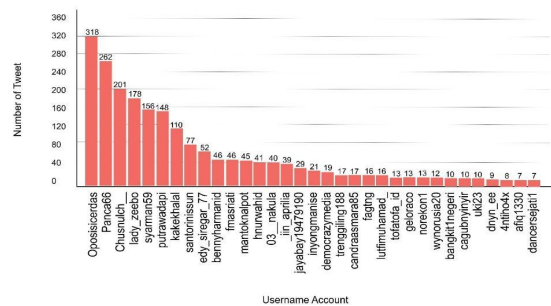


**Gambar 3.** Jumlah Tweet dan Komentar di Twitter

Sumber: Data Olahan Peneliti

Berdasarkan gambar 3, akun dengan *references* (*tweet* dan komentar) terbanyak adalah dari akun @Oposisicerdas sebanyak 318, akun @Panca66 sebanyak 262, dan terbanyak ketiga ada akun @ChulnulCh\_ sebanyak 201. Jika dicek 3 akun teratas, ketiganya merupakan akun yang memiliki pengikut tinggi. Seperti akun @Oposisicerdas dengan pengikut sebanyak 120 ribu, Akun @Panca66 dengan pengikut sebanyak 173 ribu dan @ChulnulCh\_ yang memiliki pengikut sebanyak 113 ribu.

Akun Twitter yang memiliki banyak pengikut ini kemudian dikenal dengan beberapa istilah sebagai seorang *buzzer* atau *influencer* atau selebtwit. Di dalam ranah komunikasi, konsep ini hampir sama dengan apa yang disebut dengan ‘*opinion leaders*’ atau pemuka opini (Hananto, 2014). Sehingga tidak heran akun-akun teratas ini menjadi episentrum perdebatan dalam isu Presiden Tiga Periode.



**Gambar 4.** Akun dengan *References* Tertinggi  
 Sumber: Data Olahan Peneliti

Akun-akun di dalam gambar 4 kemudian menjadi aktor utama yang memiliki kepentingan politik dalam meng-*influence* audiens di Twitter yang kemudian mengkristal dan mengelompok dalam keberpihakan masing-masing. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh John Postill (2012) bahwa aktivisme digital merupakan bagian dari bentuk aktualisasi dari praktik politik digital dalam masyarakat, hingga terjadi kristalisasi dari berbagai macam konsep yang diperbincangkan dan merujuk pada pembentukan ruang publik dalam dunia maya (*cyberspace*).

Hal yang menarik dari akun-akun tersebut adalah posisi teratas diisi oleh akun tanpa identitas pribadi

namun memiliki basis pengikut yang banyak.

Peneliti kemudian mencoba mengklasifikasikan pesan dalam *tweet-tweet* pada perdebatan “Presiden Tiga Periode” ke dalam beberapa indikator topik pesan di antaranya:



**Gambar 5.** Topik Pesan  
Sumber: Data Olahan Peneliti

Indikator topik pesan tertinggi dalam perdebatan isu “Presiden Tiga Periode” adalah “Permainan Partai Politik” sebesar 19,08%. Indikator ini menarasikan bahwa isu ini muncul karena adanya permainan partai politik yang hendak menyerang pemerintahan saat ini. Representasi dari indikator ini dapat dilihat dari *tweet* di akun @ChusnulCh\_ dengan isi *tweet*:

*“Pak Jokowi sudah katakan tolak presiden 3 periode. PDIP partai penguasa juga tolak presiden 3 periode meski Jokowi berprestasi. Yg ribut cuma partai mangkrak dan para buzzernya, pdhl mereka sendiri yg saat berkuasa ingin presiden 3 periode. Dasar waluh.”*

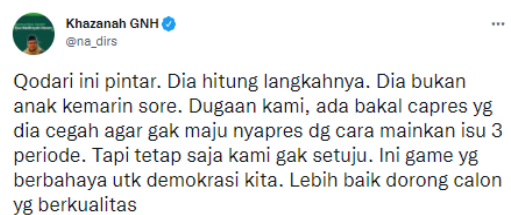
*Tweet* ini dipublikasikan pada 18 September 2021 dan mendapat suka sebanyak 226, *Retweet* sebanyak 56 dan *Tweet* Kutipan sebanyak 4.

Terbanyak kedua adalah indikator topik “Sikap Jokowi” sebanyak 18,32%. Topik ini menarasikan terkait dengan sikap yang diutarakan Presiden Joko Widodo yang membantah dan menolak isu Presiden Tiga Periode. Namun, ada juga yang mempertanyakan komitmen Jokowi atas sikapnya tersebut seperti *Tweet* dari akun @PutraWadapi berikut:



**Gambar 6.** Contoh *Tweet* Mempertanyakan Komitmen Jokowi  
Sumber: Data Olahan Peneliti

Indikator topik terbanyak ketiga adalah “Menolak Tiga Periode” sebanyak 16,03%. Narasi ini dibangun untuk melawan dan menolak isu Presiden Tiga Periode. Narasi penolakan ini berasal dari banyak elemen masyarakat. Salah satu representasi *tweet* penolakan sebagaimana gambar yang merupakan tangkapan layar dari akun @na\_dirs berikut:



**Gambar 7.** Contoh Menolak Presiden Tiga Periode  
Sumber: Data Olahan Peneliti

Dalam *tweet* di gambar 7, akun @na\_dirs mengomentari *tweet* berita yang dibagikan oleh akun @BeritaSatu. komentarnya menyebut sosok M Qodari, seorang politisi yang dicap sebagai pencetus wacana Presiden Tiga Periode ini dan membuat statement di pemberitaan menyandingkan Jokowi dan Prabowo Subianto di Pemilu 2024 mendatang.

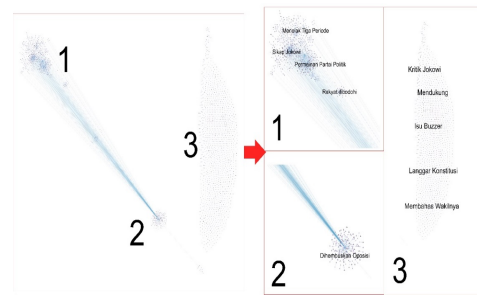
*Tweet* akun @BeritaSatu yang dikutip oleh akun @na\_dirs tersebut sekaligus menjadi representasi dari *tweet* yang “mendukung wacana Presiden Tiga Periode” yang juga mendapat persentase sebanyak 15,27%. Sedangkan contoh lain dari *tweet* yang mendukung wacana Presiden Tiga Periode bisa dilihat dari akun @MasTBP\_ yang memposting: “Mimpiku hanyalah satu Jokowi 3 Periode gak nggubris konstitusi atau apapun yg pasti ingin mengawal pembangunan hingga semua selesai... Indonesia Maju Indonesia Tumbuh Indonesia Berjaya”.

Indikator topik lainnya yang muncul adalah “Dihembuskan Oposisi” sebanyak 12,21%, topik ini dinarasikan bahwa wacana Presiden Tiga Periode tersebut dimunculkan secara sengaja oleh Oposisi dan dibuat seolah-olah wacana ini muncul dari Pemerintahan saat ini.

Indikator selanjutnya adalah “Isu Buzzer” sebanyak 7,63%, “Kritik Jokowi” dan “Rakyat Dibodohi” yang sama-sama sebanyak 3,82%, dan terakhir adalah topik “Membahas Siapa Wakilnya” sebanyak 2,29%.

#### 4.1. Analisis Sociogram

Berikut merupakan data *Sociogram* dari persebaran *Tweet* berdasarkan indikator topik di atas sebagai berikut:



**Gambar 8.** *Sociogram* Persebaran Indikator Topik  
Sumber: Data Olahan Peneliti

Keterhubungan antar wacana dalam *sociogram* ini menghasilkan suatu interpretasi tersendiri terkait isu “Presiden Tiga Periode”. Interpretasi ini dapat dicapai melalui keterhubungan antar wacana yang membentuk jaringan serta menjelaskan relasi wacana di dalamnya. Relasi ini dapat memberikan penjelasan mengenai indikator isu yang dibahas dan aktor yang terlibat dalam suatu peristiwa serta masing-masing perannya (Leifeld & Haunss, 2012) Selain itu, keterhubungan antar wacana ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi pentingnya suatu topik.

Dari *sociogram* di atas, menunjukkan bahwa topik “Dihembuskan Oposisi” menjadi episentrum perdebatan yang kemudian menyebar menjadi episentrum-episentrum baru yang muncul saling berdekatan satu sama lain seperti “Menolak Tiga Periode”, “Sikap Jokowi”, “Permainan Partai Politik”, dan “Rakyat Dibodohi”. Ke empat indikator topik ini saling berdekatan dan saling memiliki hubungan sehingga bisa dikaitkan dalam irisan-irisan narasi yang terbangun.





masing. Bagi pihak pendukung pemerintah, membangun narasi bahwa ini adalah isu buatan oposisi. Sedangkan pihak oposisi menganggap memang ini datang langsung dari keinginan pemerintah saat ini. Aktivisme juga tergambar dalam penggunaan tagar yang mempertegas dan mengkristalisasi peta perdebatan di dalamnya.

Implikasi dan kontribusi dari penelitian ini adalah menggambarkan bagaimana keterkaitan antar wacana dilihat dari aktor yang terlibat, akun yang disebut, tagar yang digunakan hingga persebaran *tweet* yang dilihat dari *sociogram*. Adapun rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah tidak hanya melihat keterkaitan antar wacana, namun bisa melihat keterkaitan antar aktor atau akun yang terlibat.

#### Daftar Pustaka

- Craig Calhoun. (1992). *Habermas and the Public Sphere*. MIT Press.
- Effendy, F., Gaffar, V., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Bibliometrik Perkembangan Penelitian Penggunaan Pembayaran Seluler Dengan Vosviewer. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 16(1), 10–17. <https://doi.org/10.35969/interkom.v16i1.92>
- Fuchs, C. (n.d.). The self-organization of cyberprotest. In K. Morgan, C. A. Brebbia, & J. M. Spector (Eds.). *WIT Transactions on Information and Communication Technologies*, 36, 275–296. <https://doi.org/https://doi.org/10.2495/IS060271>
- Gunawan, B., & Ratmono, B. M. (2021). *Demokrasi di Era Post Truth*. Gramedia. <https://books.google.co.id/books?id=mBwpEAAAQBAJ&lpg=PA99&ots=qphSH7E5JQ&dq=penggunaan-milis-orde>
- Hananto, P. (2014). Opinion Leader versus New Opinion Leader dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Selebtwit di Twitter untuk Komunikasi Pemasaran). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.14710/interaksi.3.2.140-153>
- Iqbal, M. (2021). *Wacana Jokowi Jadi Presiden 3 Periode Muncul (Lagi), Setuju?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210620080520-4-254448/wacana-jokowi-jadi-presiden-3-periode-muncul--lagi--setuju>
- John Postill. (2012). *Digital Politics and Political Engagement* (D. Miller & H. Horst (eds.)). Berg.
- Joyce, M. (2010). *Digital activism decoded: the new mechanics of change*. International Debate Education Association.
- Jurgen Habermas. (2008). *Ruang publik Jurgen Habermas sebuah kajian tentang kategori masyarakat Borjuis*. Kreasi Wacana Yogyakarta.
- Kent, M. L. (2013). Using social media dialogically: Public relations role in reviving democracy. *Public Relations Review*, 39(4), 337–345.

- <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.024>
- Leifeld, P., & Haunss, S. (2012). Political discourse networks and the conflict over software patents in Europe. *European Journal of Political Research*, 51(3), 382–409.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(11), 411–427.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>
- Molelong, L. J. (2012). *Metode penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Savirani, A., Hiariej, E., Hanif, H., & Trnquist, O. (2014). *Ringkasan eksekutif hasil survei demokrasi power, welfare and democracy. Penelitian Power, Welfare, and Democracy*. UGM Press.
- Schia, N. N., & Gjesvik, L. (2020). Hacking democracy: managing influence campaigns and disinformation in the digital age. *Journal of Cyber Policy*, 5(3), 413–428.  
<https://doi.org/10.1080/23738871.2020.1820060>
- Schuler, D., & Day, P. (2004). *Shaping the Network Society: The New Role of Civic Society in Cyberspace*. MIT Pres.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmana, O. (2016). *Konsep dan teori gerakan sosial*. Intrans Publishing.
- Thorbjørnsrud, K., & Ustad Figenschou, T. (2016). Do marginalized sources matter? A comparative analysis of irregular migrant voice in Western med. *Journalism Studies*, 17(3), 337–355.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.987549>
- Van De Donk, W., Loader, B. D., Nixon, P. G., & Rucht, D. (2004). *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*. 9780203644. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203644225>
- Wahyuni, & Indah, H. (2013). *Kebijakan Media Baru di Indonesia*. UGM Press.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Application*. Cambridge University Press.