

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM MEDIA SOSIAL DI INDONESIA**

Dewasa ini teknologi internet semakin maju, media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses media sosial seperti Facebook atau Twitter dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan *smartphone* atau *mobile phone*. Dengan mudahnya dan cepat orang dapat mengakses media sosial, hal itu mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap perkembangan arus informasi yang tidak hanya di negara-negara maju tetapi juga di Indonesia. Media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

#### **2.1 Perkembangan Media Sosial di Indonesia**

Media sosial mengajak siapapun yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka untuk memberi komentar, serta berbagi informasi dalam waktu cepat dan tak terbatas. Seseorang yang awalnya kecil dapat menjadi besar dengan adanya media sosial atau sebaliknya itulah media sosial bisa disebut mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Bagi sebagian besar masyarakat khususnya remaja media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunaannya tiada hari tanpa membuka media sosial. Media sosial biasanya digunakan untuk memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatan, foto-foto dan di

media sosial siapapun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya.

Data mengenai penggunaan media sosial di Indonesia bisa dilihat dari penelitian yang dilakukan We Are Social Digital yang bekerja sama dengan Hootsuite. Hootsuite merupakan sebuah situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial Facebook, Youtube, Whatsapp, Fb Messenger, Weixin / Wechat, Instagram, Qq, Qzone, Douyin / Tiktok, Sina Weibo, Twitter, Reddit, Douban, LinkedIn, Baidu Tieba, Skype, Snapchat, Viber, Pinterest, dan Line.

Gambar 2. 1  
Digital 2021 Indonesia



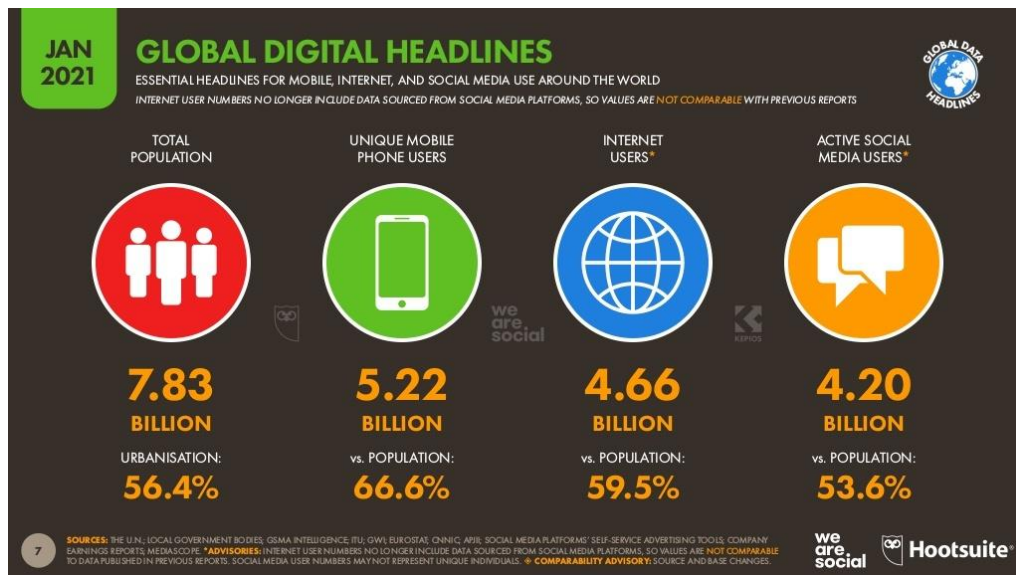
Sumber: Hootsuite 2021

Hootsuite secara berkala menyajikan data dan tren untuk memahami internet, media sosial, mobile dan perilaku *e-commerce* di tiap tahunnya. Hootsuite menerbitkan data dan tren tentang internet dan media sosial pada akhir bulan pertama

setiap tahunnya, seperti tahun 2021 Hootsuite mengeluarkan data tren internet dan media sosial pada akhir Januari 2021.

Berikut data tren internet dan media sosial tahun 2021 di dunia.

Gambar 2.2  
Data Tren Internet dan Media Sosial di Dunia



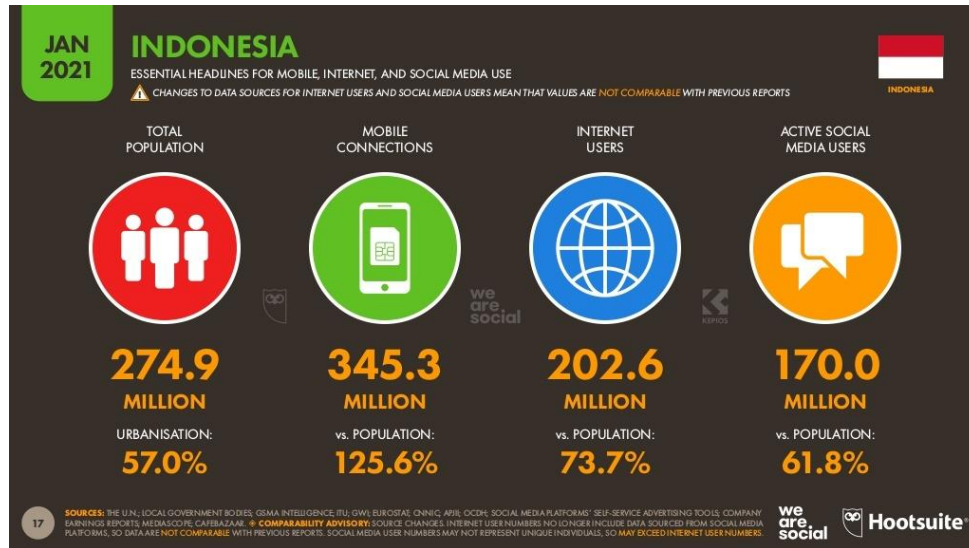
Sumber: Hootsuite 2021

Keterangan :

- Total populasi (jumlah penduduk) : 7.83 milyar
- Pengguna ponsel unik : 5.22 milyar
- Pengguna internet : 4.66 milyar
- Pengguna media sosial aktif : 4.20 milyar

Berikut ini adalah data tren internet dan media sosial 2021 di Indonesia menurut Hootsuite.

Gambar 2.3  
Data Tren Internet dan Sosial Media di Indonesia 2021



Sumber: Hootsuite 2021

Keterangan :

- Total populasi (jumlah penduduk) : 274,9 juta (naik 1,1% atau sekitar 2.9 juta dari tahun 2020)
- Pengguna mobile unik : 345,3 juta (naik 1,2% atau sekitar 4 juta dari tahun 2020)
- Pengguna internet : 202,6 juta (naik 15,5% atau sekitar 27 juta dari tahun 2020)
- Pengguna sosial media aktif : 170 juta (naik 6,3% atau sekitar 10 juta)

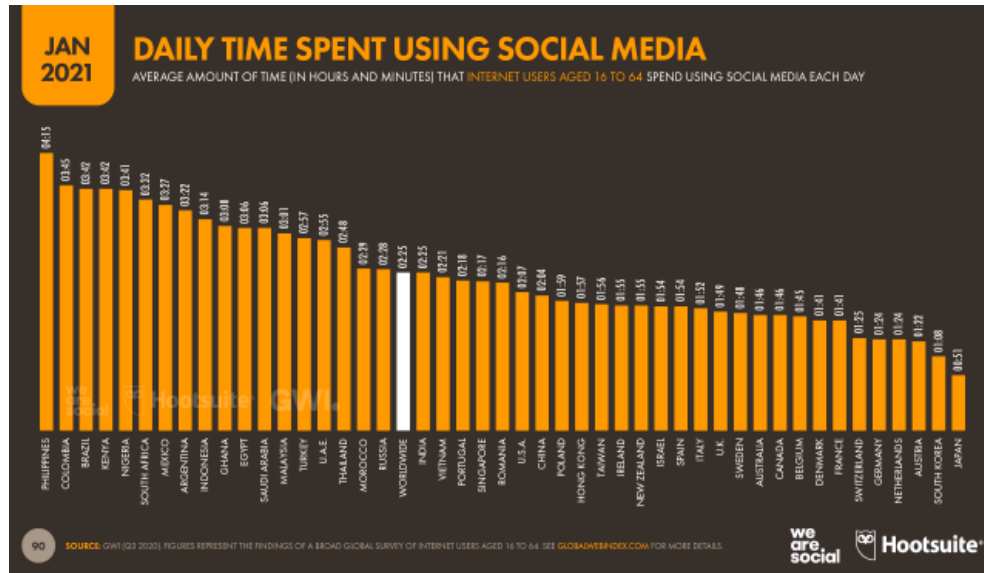
Jumlah pengguna internet Indonesia terus meningkat. Berdasarkan laporan terbaru Hootsuite dan We Are Social pengguna internet Indonesia mencapai angka 202.6 juta hingga Januari 2021. Jika dibandingkan dengan jumlah pengguna internet pada tahun 2020 ada kenaikan 15,5% atau sekitar 27 juta orang dalam 12 bulan terakhir.

Menurut Hootsuite dan We Are Social total penduduk RI menyentuh di angka 274,9 juta jiwa. Ketika ada 202,6 juta pengguna internet artinya 73,7% warga Indonesia sudah tersentuh dengan berselancar di dunia maya. Selain itu jumlah perangkat mobile yang terkoneksi juga melonjak menjadi 345,3 juta dan yang aktif di media sosial berbagai platform bertambah 10 juta.

Infografis di atas menggambarkan perkembangan media sosial. total pengguna mencapai 170 juta, hal ini menandakan bahwa mayoritas penggunaan internet untuk bersosialisasi melalui media sosial. Jumlah pengguna media sosial kini mencapai 57% dari jumlah total penduduk Indonesia. Hasil penelitian We Are Social menyebutkan 202,6 juta pengguna internet di Indonesia, 170 juta diantaranya adalah pengguna aktif di media sosial dengan penetrasi 61,8%. Angka tersebut berarti lebih dari separuh populasi di Indonesia telah melek media sosial.

Indonesia masuk dalam 10 besar Negara yang kecanduan dengan media sosial dan posisi Indonesia berada pada peringkat 9 dari 47 negara yang sudah dianalisis

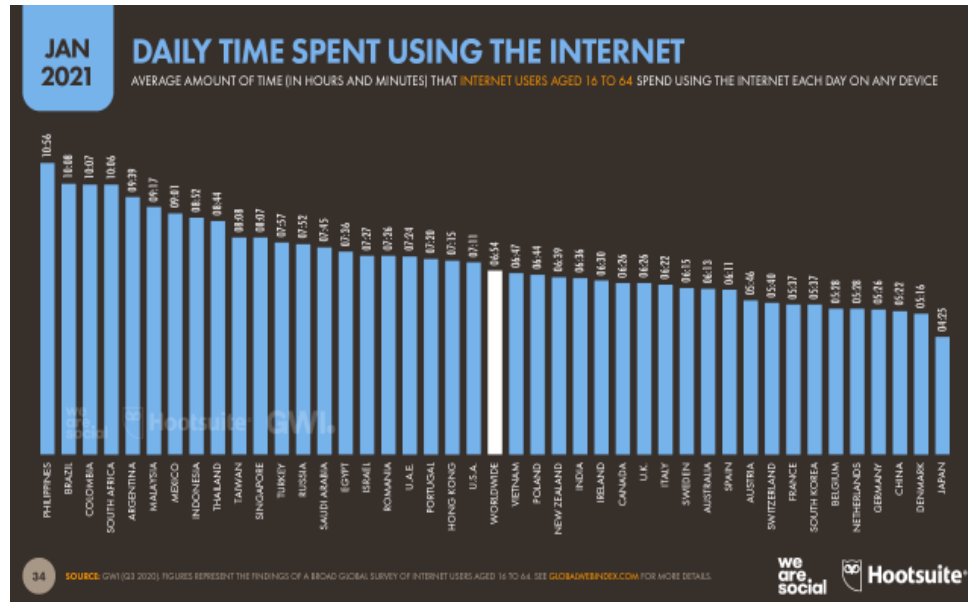
Gambar 2. 4  
Laporan Digital 2021: Global Overview Report Soal Jumlah Waktu  
yang Dihabiskan di Media Sosial



Sumber: Hootsuite 2021

Gambar di atas menunjukkan bahwa rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan media sosial selama 3 jam 14 menit, lebih tinggi dari rata-rata global selama 2 jam 25 menit. Selain itu penggunaan akses internet secara keseluruhan dianalisis sepanjang tahun 2020. Hasilnya Indonesia menduduki peringkat 8 dari 47 negara terbanyak yang menghabiskan waktu di internet dengan rata rata 8 jam 52 menit.

Gambar 2.5  
Penggunaan Internet Perhari

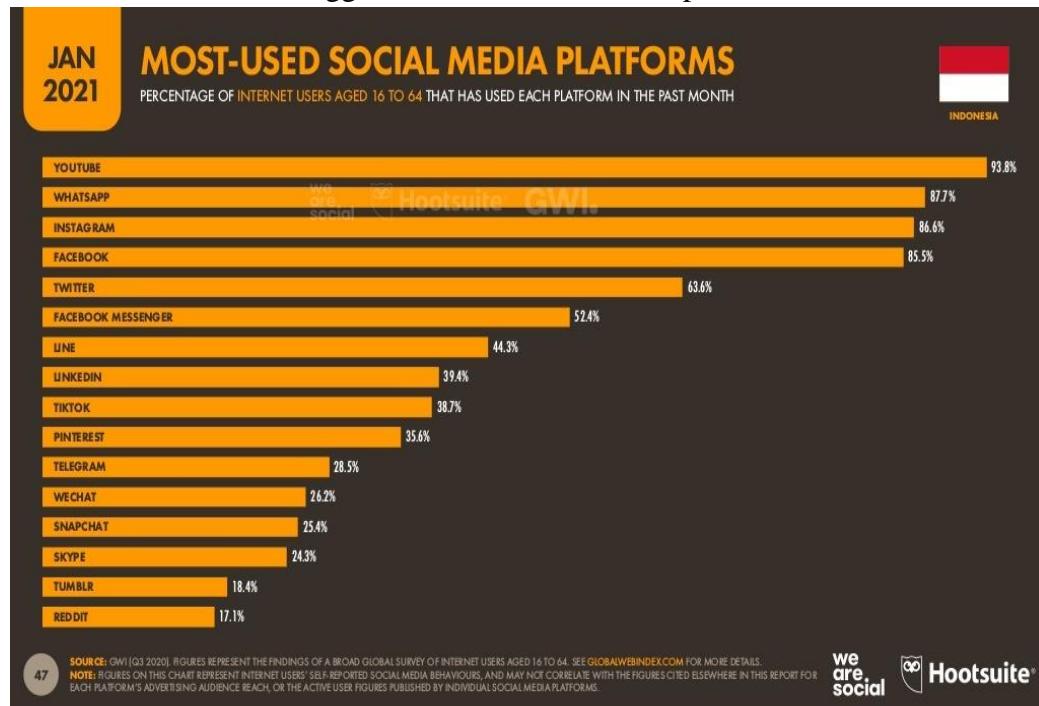


Sumber: Hootsuite 2021

Hootsuite mengungkapkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia telah “melek” alias aktif menggunakan media sosial pada Januari 2021.

Dilihat dari frekuensi bulanan, urutan pertama aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia secara berturut-turut ditempati oleh Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook, lalu Twitter.

Gambar 2.6  
Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan  
Oleh Pengguna Internet Usia 16 Sampai 64 Tahun



Sumber: Hootsuite 2021

We are Social dan Hootsuite menganalisa terkait platform media sosial yang banyak digunakan dalam sebulan terakhir pengguna internet dari usia 16 tahun sampai 64 tahun. Sebagian besar anak muda merajai posisi sebagai pengguna terbesar internet baik dalam jagat maya Indonesia maupun global. Tidak mengherankan jika anak muda dengan lantang mengekspresikan diri di internet dengan curcol, beropini mengenai politik, atau hanya menyalurkan hobi untuk konten. Youtube menjadi platform yang paling sering digunakan pengguna media sosial di Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun. Persentase pengguna yang mengakses Youtube mencapai 93,8%. Kemudian media sosial yang paling sering diakses selanjutnya diikuti oleh



WhatsApp sebesar 87,7%, Instagram 86,6%, Facebook 85,5%, lalu Twitter 63,6%.

Berikut adalah jumlah pengguna berbagai media sosial populer di Indonesia:

1. Jumlah pengguna Facebook di Indonesia 140 juta
2. Jumlah pengguna Youtube di Indonesia 107 juta
3. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia 85 juta
4. Jumlah pengguna facebook messenger di Indonesia 31 juta
5. Jumlah pengguna LinkedIn di Indonesia 17 juta
6. Jumlah pengguna Twitter di Indonesia 14 juta

Selain itu menurut data dari Hootsuite, 91% masyarakat Indonesia memiliki ponsel dengan 60% dari semua ponsel adalah smartphone dan tingkat penggunaan internet mencapai sekitar 80% setiap hari. Data ini menyatakan bahwa ponsel tidak dapat dipisahkan dari setiap aktivitas manusia.

## **2.2 Twitter**

Twitter adalah jejaring sosial yang membatasi penggunaannya untuk mengirim sebuah tweet dengan batasan 140 kata sehingga membuat Twitter mudah untuk ditulis dan dibaca. Twitter merupakan layanan jejaring sosial yang digunakan untuk saling menghubungkan antara pengguna satu dengan pengguna lainnya. Pada tahun 2006 bulan Maret Twitter didirikan dan diresmikan oleh Jack Dorsey yang merupakan seorang mahasiswa Universitas New York. Sejak saat itu Twitter mulai dikenal oleh setiap orang di dunia bahkan pada tahun 2014 twitter menjadi salah satu dari 5 besar situs yang paling sering dikunjungi oleh banyak orang. Menurut Taufiq Rahman

(2016) Twitter memunculkan banyak fitur untuk penggunanya, fitur-fitur tersebut ialah sebagai berikut:

1. Tweet, fitur Tweet ini adalah fitur utama di Twitter. Tweet adalah kicauan untuk mengirim dan melihat kicauan setiap pengguna Twitter.
2. Following, adalah fitur untuk mengikuti teman atau kerabat di Twitter.
3. Followers, fitur ini adalah fitur untuk melihat apa yang mengikuti anda di Twitter.
4. Bio, fitur bio adalah fitur yang digunakan untuk mengetahui pesan akun Twitter yang terdapat di Profile
5. Profile, untuk melihat avatar Twitter, bio Twitter dan lainnya.

Twitter sangat memudahkan penggunanya untuk saling menjalin pertemanan dengan pengguna lainnya. Selain itu terdapat juga fitur *Top Trending* yaitu fitur yang memudahkan penggunanya untuk melihat kicauan apa yang paling populer dan paling sering dikicaikan oleh pengguna Twitter.

### **2.3 Drone Emprit Academic (DEA)**

Drone Emprit dikembangkan oleh Astramaya adalah sebuah perusahaan pemula yang berfokus pada analisis data. Astramaya maju dalam menganalisis percakapan berita baik di media sosial maupun media massa dengan menggunakan perangkat lunak Media Kernels. Media Kernels merupakan sebuah sistem yang berfungsi untuk memonitor dan menganalisa media sosial dan platform online yang berbasis teknologi Big Data. Drone Emprit sendiri menggunakan keahlian *Artificial*

*Intelligence* dan *Natural Learning Process* (NLP). Drone Emprit mampu menyajikan peta *Social Network Analysis* (SNA) tentang bagaimana sebuah hoax berasal, meyebar, siapa influencer pertama, dan siapa grupnya.

Drone Emprit dikembangkan oleh Ismail Fahmi mulai tahun 2009 di Amsterdam-Belanda dengan nama Media Kernels Netherlands. Saat ini Media kernels lebih dikenal dengan “Drone Emprit” merupakan platform yang memungkinkan orang untuk memperoleh wawasan dan mengambil tindakan yang berdasarkan data dan analisis yang mana data tersebut dikelola dan diproses dengan baik oleh mesin back-end dan disajikan melalui dasbor front-end yang mudah digunakan oleh setiap orang. Sumber data secara khusus dari media online (local, nasional, dan internasional) dan media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan Youtube. Secara teoritis kita bias menambahkan lebih banyak sumber data, selama volume, kecepatan dan variasi data dijamin. Saat ini data media sosial mejadi raja platform komunikasi dengan teknologi yang sangat memudahkan jalannya komunkasi, ditambah dengan fitur sharing dengan tombol khusus memudahkan sebuah berita dapat tersebar dengan cepat. Kementrian Komunikasi dan Informatika RI telah menyatakan penggunaan Drone Emprit merupakan salah satu langkah untuk merawat bangsa Indonesia dari angkasa (dunia maya ) berupa big data yang begitu melimpah.

Kemenkominfo telah mempercayai Drone Emprit sebagai salah satu bentuk partisipasi publik untuk memonitor ruang digital masyarakat khususnya media sosial dan platform berbasisi online sehingga dapat mengetahui dinamika yang sedang

terjadi di dunia maya Indonesia. Ada beberapa elemen dasar teknologi yang mendukung kinerja Drone Emprit, antara lain:

1. **NLP (*Natural Language Prosesing*)**, yang merupakan suatu proses pembacaan dan pemaknaan bahasa yang dilakukan dengan system komputasi. NLP adalah gabungan dari kemampuan teknologi dengan pengetahuan bahasa yang menghasilkan suatu kecerdasan buatan yang dapat kita maknai bahasanya dengan menggunakan mesin. NLP salah satu contoh teknologi yang sering disebut dengan AI (*Artificial Inteligent*) atau kecerdasan buatan. Dalam dunia akademik, teknologi ini dimanfaatkan untuk membaca artikel yang panjang dan mencari esensi atau substansi dari artikel tanpa harus membacanya karena tugas membaca diambil alih oleh NLP. Dengan teknologi NLP ini akan banyak ribuan bahkan jutaan dokumen yang dapat dibaca dengan cepat untuk ditemukan koherensi antar dokumen dan dapat diklarifikasi tema-tema dokumen yang pada akhirnya akan menghasilkan peta pengetahuan yang luas dari sumber yang tidak terbatas. Drone Emprit juga dapat menganalisis suatu isu yang banyak berhembus di mana saja dengan menggunakan teknologi NER (*Name Entity Recogniyion*) yang dimiliki oleh NLP. Teknologi NER mampu mengenali nama entitas (kata yang merujuk oada nama orang, nama lokasi, *terminology* dan sejenisnya).

Dengan teknologi tersebut jika diterapkan pada dunia akademik akan sangat memudahkan kita menelaah isi naskah-naskah tanpa harus membaca dengan runtut. Selain itu dapat diterapkan pada bidang lain sehingga berbagai cuitan atau

postingan yang muncul di media sosial dapat diidentifikasi dan ditelaah untuk berbagai kebutuhan.

2. ***Sentiment Analysis***, adalah teknologi *Machine Learning* yang digunakan untuk menganalisis sebuah kalimat, paragraph ataupun cuitan Twitter yang bersifat positif, negative atau netral. Kalimat yang dianalisis dapat diambil melalui berita media atau cuitan netizen di media sosial. hal tersebut digunakan untuk menganalisis ketika muncul isu besar dalam masyarakat yang berkembang di media online maupun media sosial. dengan Drone Emprit semua informasi yang muncul di media sosial dipetakan persebaran dan kecenderungan arah sentiment positif, negative maupun netral. Cara kerjanya dengan memberi pemaknaan pada kata-kata kunci yang terdeteksi oleh *Machine Learning* yang akan diterjemahkan sebagai kategori sentiment positif, negative, atau netral. Drone Emprit tidak melakukan analisis perkata tetapi analisis paragraph lalu diidentifikasi seberapa banyak kata yang mengarah pada sentiment positif, negative atau netral. Kecenderungan mayoritas akan menentukan paragraph tersebut masuk dalam peta sentiment yang mana.
3. ***Emoticon Analysis***, adalah teknologi yang digunakan Drone Emprit untuk mengukur public secara emosional. Untuk melakukan analisis emoticon analysis basis yang digunakan adalah *lexicon base* yaitu mengumpulkan sebanyak mungkin kosakata yang bertautan dengan kriteria emosional tertentu. Missal untuk kriteria “Joy” maka leksicon yang masuk kategori Joy antara lain: senang, bahagia, suka, happy fun, sukacita. Dengan kamus itu proses *emoticon analysis*

dapat dilakukan untuk memetakan persepsi emosional yang paling dominan di masyarakat dan kita dapat mengidentifikasi peta persepsi publik mengarah kemana.

4. **Bot Detection**, merupakan salah satu fitur yang menarik dari Drone Emprit yaitu fitur pendeteksi apakah pelaku percakapan dalam Twitter dioperasikan oleh manusia secara riil akun pribadi atau akun yang dioperasikan oleh robot atau *cyber troops*. Skala yang digunakan untuk analisis ini adalah 0-5. Rinciannya 0-1 masuk kategori human dan 4-5 sebagai akun robot. Sementara skor berada di tengah yaitu kisaran 2-3 dapat dikategorikan sebagai *cyborg* (setengah manusia dan setengah robot). Indikator yang digunakan untuk keperluan skoring antara lain: foto dan profil akun serta 200 cuitan terakhir. Alat pendeksi bot ini disebut "Botometer". Akun yang sebenarnya dioperasikan secara pribadi dapat terdeteksi sebagai robot jika setiap hanya melakukan retweet tanpa ada komentar. Demikian sebenarnya analisis human, robot atau *cyborg* yang dilakukan Borometer adalah analisis perilaku akun bukan identitas akun, dimana akun human yang memiliki perilaku kemanusiaan, ada akun robot yang memiliki perilaku robotic dalam aktivitasnya maupun akun *cyborg* yang memiliki kedua ciri secara seimbang. Dengan teknologi ini kita dapat mengidentifikasi akun robot tersebut sehingga dapat dianalisis apa saja perilakunya dan isu apa saja yang selalu dia cuitkan. Keberadaan akun robot ini dapat mempengaruhi opini dan persepsi public karena pengerahan akun robot besar-besaran dapat mengangkat trending topic sebagaimana yang diinginkan penguasa akun robot.

5. *Demography Analysis*, adalah teknologi yang digunakan Drone Emprit guna menganalisis pengelompokan netizen berdasarkan aspek demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, lokasi dan apakah sebuah akun tersebut bersifat individu atau organisasi. Melalui analisis ini dapat diketahui persebaran dukungan atau penolakan terhadap isu tertentu berada di kelompok usia berapa dan jenis kelamin yang mana. *Demography analysis* juga dapat digunakan untuk menganalisis profil demografi seseorang berdasarkan informasi profil pada akun twitternya.