

Artikel BAB 1-5 (Diana Wahyu Lestari_202010200034).docx

by 10 Perpustakaan UMSIDA

Submission date: 13-Mar-2024 07:29PM (UTC+0700)

Submission ID: 2319379391

File name: Artikel BAB 1-5 (Diana Wahyu Lestari_202010200034).docx (646.91K)

Word count: 4714

Character count: 30783

Analisis Review Threads pada Google Playstore dan App Store dengan Menggunakan Metode Social Network Analysis

Analysis of Review Threads on Google Playstore and App Store by Using Social Network Analysis Method

Abstrak

Kehadiran threads telah meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi cerita, informasi, dan pandangan dengan lebih terperinci dan efektif di dunia daring. Platform media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung secara online. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk membuat visualisasi jaringan Social Network Analysis (SNA) dan melakukan pengkategorian data guna memberikan kontribusi pada pemahaman interaksi pengguna pada platform ini. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan Social Network Analysis (SNA) untuk menganalisis hubungan antarindividu dalam jaringan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi pengguna dalam platform Threads berdampak positif yang signifikan. Data menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi, memberikan pemahaman tentang keterlibatan pengguna dalam berbagai topik. Analisis jaringan sosial mengungkap karakteristik interaksi pengguna, seperti jumlah node, rata-rata keterhubungan, dan kompleksitas hubungan. Selain itu, kategori kata dan visualisasi jaringan memberikan wawasan tentang pola hubungan dan topik dalam percakapan

Kata Kunci : review threads; social network analysis

I. Pendahuluan

Kemunculan platform media sosial dan perkembangan era digital telah mengubah masyarakat menjadi sebuah platform pertukaran informasi di mana orang dapat berbagi pemikiran, sudut pandang, dan opini tentang berbagai topik. [1] Dengan kemunculan internet telah memberikan platform baru bagi masyarakat Indonesia untuk berkomunikasi, yang saat ini menggunakan media sosial untuk berdiskusi dan berbagi informasi. [2] Seperti yang terlihat dari berbagai aplikasi yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna, banyak orang memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan informasi, dan hal-hal lain yang menarik perhatian mereka, sehingga terlihat dari banyaknya aplikasi yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna. [3] Aplikasi untuk mengakses informasi. Diantaranya adalah jejaring sosial Instagram yang baru saja diluncurkan yaitu Threads. Fitur threads mencakup pencarian topik terhangat dan paling banyak dibahas. Selain itu, threads juga memberikan informasi tentang peristiwa terkini. [4]

Threads, aplikasi Instagram platform media sosial baru, menjadi sangat populer pada bulan Juli. Kemunculan thread ini telah menghasilkan banyak percakapan. Thread dianggap sebanding dengan Twitter. Tentu saja, banyak pengguna yang ingin tahu. Rupanya threads dalam waktu kurang dari seminggu, Threads melampaui angka 100 juta pengguna. [5] Mirip dengan Twitter, pengguna dapat berbagi posting berbasis teks di Threads. Meskipun ada beberapa kesamaan, Threads sedikit berbeda dari Twitter dalam hal fitur dan desain. Di antara keunggulan Threads

adalah kemampuan untuk melihat profil dan memeriksa mention. [1] Ada beberapa alasan mengapa pengguna Threads harus membaca deskripsi di aplikasi Threads untuk menemukan daftar topik diskusi yang sedang menjadi tren di Threads saat ini.

Pada dasarnya, Threads adalah sebuah situs microblogging, mirip dengan Twitter (konten yang berisi informasi singkat dalam bentuk teks). Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan pikiran, perasaan dan pendapat mereka dalam bentuk teks. Pengguna akan menerima umpan balik komentar dari satu sama lain. Membagikan ulang konten atau memberikan komentar adalah dua cara yang memungkinkan untuk menanggapi. [5]

Pada penelitian sebelumnya [1] membahas terkait Analisis Sentimen Komentar Pengguna Aplikasi Threads pada Google Play Store Menggunakan Algoritma Multinomial Naïve Bayes. Di sisi lain, penelitian lain telah berfokus pada Jaringan Interaksi Twitter dalam Customer Engagement pada Persaingan Performa E-Commerce dan E-Health di Indonesia, dengan menggunakan pendekatan Social Network Analysis (SNA) dalam Penelitian Deskriptif Kualitatif [6]. Selain itu, ada juga penelitian sebelumnya yang membahas Twitter sebagai media untuk berekspresi diri di kalangan milenial, dengan melakukan analisis kualitatif menggunakan teori *self-disclosure* dari Johari Window [7]

Penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu [6] karena keduanya menggunakan metode Social Network Analysis (SNA). Namun, perbedaan utama dari penelitian yang dilakukan penulis adalah penggunaan algoritma Multinomial Naïve Bayes untuk melakukan analisis sentimen. Sedangkan, penelitian sebelumnya lebih fokus pada pendekatan Social Network Analysis (SNA) dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan penulis menggabungkan elemen analisis sentiment dengan pendekatan SNA untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif terhadap data yang diteliti. Sementara itu, penelitian terdahulu [7] menggunakan teori *self-disclosure* dari Johari Window. Maka, perbedaan utama antara kedua penelitian tersebut terletak pada metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teori yang menjadi landasan analisis.

Penelitian ini menerapkan suatu asumsi bahwa pengguna threads memberikan review kepada orang lain, sehingga terbentuk dua nodes dengan dua edge dan terhubung satu sama lain. [8] Oleh karena itu, diperlukan metode yang sesuai untuk menganalisis interaksi review pengguna threads dengan jumlah yang besar. Social network analysis (SNA) dipilih karena mampu mengolah data dalam jumlah besar memberikan gambaran interaksi pengguna dalam jaringan, dan dapat melakukan kuantifikasi lewat properti jaringan yang terdiri dari size, edges, density, modularity, diameter, average path length, average degree. [9]

Meskipun SNA memiliki potensi besar, sejauh ini belum ada penggunaan Social Network Analysis (SNA) yang signifikan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Platform media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung secara online. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk membuat visualisasi jaringan Social Network Analysis dan melakukan pengkategorian data guna memberikan kontribusi pada pemahaman interaksi pengguna pada platform ini.

Rumusan Masalah : Analisis jaringan SNA dan mengkategorikan data Pada Review Threads

Pertanyaan Penelitian : Bagaimana membuat visualisasi jaringan SNA dan mengkategorikan data pada Review Threads?

Kategori SDGs : Sesuai dengan kategori SDGs 17 <https://sdgs.un.org/goals/goal17>

II. Literatur Review

Media Sosial

Didefinisikan sebagai suatu perangkat lunak yang memungkinkan antar pengguna saling bertukar informasi, berbagi foto, video, teks, dan sejenisnya secara *online* dengan memanfaatkan forum ataupun blog hingga tercipta ruang dunia maya disebut dengan media sosial. Sebutan lain dari media sosial yakni jejaring sosial, dimana sebagian besar masyarakat di dunia menggunakan perangkat ini untuk memudahkan dalam berbagi dan membuat konten [10]. Berdasarkan uraian tersebut kesimpulan yang bisa diambil mengenai definisi media sosial yakni suatu perangkat yang memanfaatkan jaringan internet dalam menunjang aktivitas komunikasi, kolaborasi, interaksi, berbagi, dan mengekspresikan diri dengan pengguna lainnya hingga tercipta ikatan sosial secara virtual [11].

Fitur yang tersedia didalam media sosial yakni fitur komunikasi (suara, video, chatting, gambar, tag, like, share, tweet/retweet, dan masih banyak lagi). Banyak kalangan dari berbagai latar belakang, usia, maupun aspek individu maupun organisasi, menggunakan media sosial untuk bertukar informasi. Dengan bertambahnya jumlah aplikasi media sosial di masyarakat, jaringan komunikasi media sosial pun semakin meningkat. Interaksi sosial memegang peranan penting termasuk komunikasi dalam pekerjaan, pendidikan, bisnis, dan banyak bidang lainnya [12].

Google Play Store

Suatu perangkat yang menyediakan konten digital *google* dalam berbagai kategori mulai dari buku, musik, film, *game*, aplikasi, dan sejenisnya disebut dengan *google play store*. Pengguna dapat mengakses *software* ini dengan menggunakan aplikasi android maupun *website*. *Google play store* juga dilengkapi fitur ulasan dan rating dari pengguna lain [13]. Fitur Google Play Store sangat banyak. Pengguna dapat menulis ulasan tentang perangkat lunak di salah satunya. Hal ini memungkinkan orang lain untuk mempelajari sesuatu dari ulasan ini. [14] Fitur ini dapat mempengaruhi calon pengguna dikarenakan kecenderungan pengguna sebelum mengunduh akan melihat bagian review sebagai tolak ukur apakah produk tersebut bagus atau tidak.

App Store

Media penyedia aplikasi yang dibutuhkan *Operation System* berbasis iPhone OS (IOS) yakni *App Store*. Apple Inc. adalah perusahaan yang bertanggung jawab untuk menciptakan dan menjalankan toko aplikasi. Sekarang lebih mudah bagi pelanggan Apple untuk menjelajahi dan mengunduh perangkat lunak yang diperlukan berkat layanan ini. Aplikasi di App Store dikategorikan untuk permainan, pendidikan, dan hiburan [15]. Selain itu, aplikasi premium dan gratis dapat diakses. Pengguna dapat menemukan program yang mereka butuhkan dengan mudah berkat kategori aplikasi ini [16].

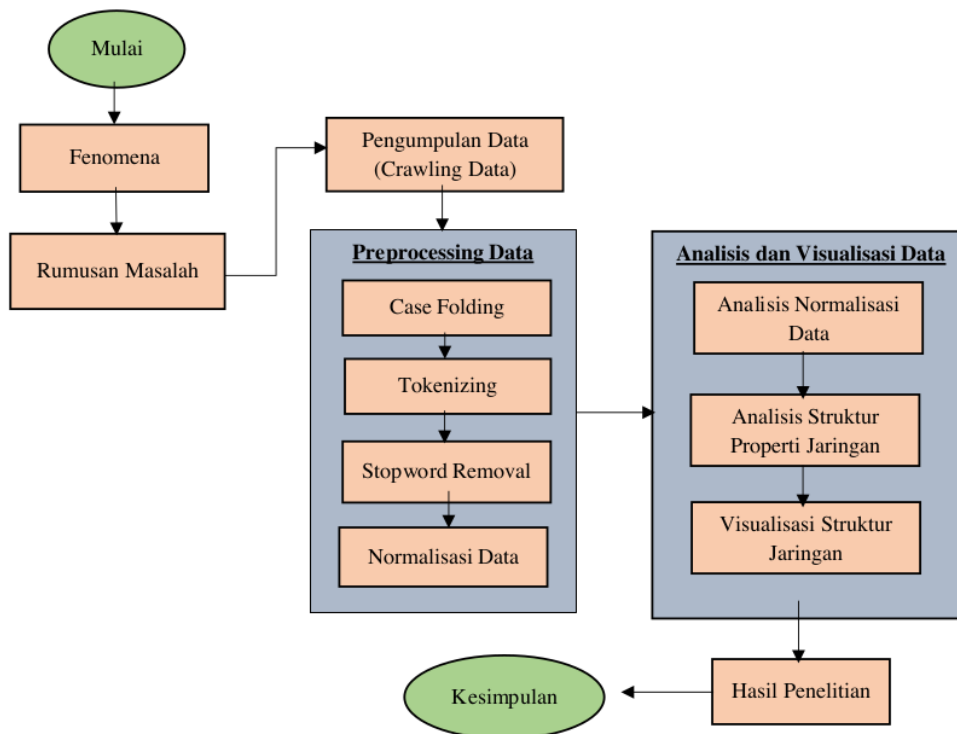
Social Network Analysis (SNA)

Bidang keilmuan yang mempelajari hubungan antara penerapan teori dan manusia disebut dengan SNA (*Social Network Analysis*). Pembagian informasi dalam sebuah jaringan sosial didasarkan pada dua komponen penting, yaitu *edge* (hubungan) dan *node* (aktor), dan SNA direpresentasikan dengan menggunakan representasi jaringan. Relasi yang terbentuk diantara *node*

bisa dianalisis secara mendetail dengan melibatkan visualisasi hingga diperoleh informasi yang akurat dan relevan dengan kepentingan pengguna [17]. Fungsi dari SNA yakni memudahkan dalam pemetaan relasi untuk mengoptimalkan pembentukan *management knowledge*. Komponen yang terdapat dalam jaringan SNA diantaranya *average path length*, *diameter*, *average degree*, *edges*, dan *nodes* [18].

III. Metode Penelitian

Teknik Social Network Analysis (SNA) adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. SNA dikaitkan dengan pemahaman hubungan sosial yang melibatkan korelasi *edges* (korelasi diantara pengguna sebagai garis) dan *node* (korelasi diantara pengguna sebagai titik) [18]. Salah satu jenis penelitian kualitatif yaitu suatu riset yang tujuannya menganalisis peristiwa atau kejadian dari segi tindakan, motivasi, perilaku, persepsi, dan lainnya secara mendetail yang diungkapkan dalam bentuk rangkaian kata [19]. Peneliti memperoleh sumber data sekunder berupa data-data yang mencakup konten *review*. Penelitian ini membutuhkan penggunaan beberapa program pendukung, antara lain jupyter notebook, library Snsrape, notepad++, wordij dan gephi. Konsep alur penelitian yang dilakukan sebagai berikut:



1 Gambar 1. Alur Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Amati dan temukan fenomena Threads

2. Pengumpulan Data

Tahap penelitian ini meliputi pengumpulan data. Tujuan dari pengumpulan data adalah untuk mengumpulkan informasi yang akan digunakan untuk menganalisis sebuah riset. Menjalankan tools, menyiapkan subjek yang dapat dicari, dan menggunakan kode teks untuk membuat artikel yang diambil oleh aplikasi Google Colab adalah langkah-langkah yang terlibat dalam pengumpulan data. Selanjutnya, peneliti menggunakan crawling coding, yang ditulis dalam bahasa Python, dan menggunakan tools Gephi untuk membangun model jaringan sosial dari data yang terkumpul. Peneliti mencari dataset melalui Kaggle yang relevan dengan subjek yang ingin diteliti.

3. Pre-Processing Data

Preprocessing data adalah bagian penting dari persiapan data mentah untuk analisis jaringan sosial. Proses ini melibatkan berbagai metode untuk mengubah data mentah menjadi format yang lebih terstruktur dan untuk dianalisis. Selain itu, proses preprocessing pada data media sosial seperti Twitter juga mencakup hal-hal seperti mengubah bentuk kata dasar, menghapus kata-kata yang tidak penting, menghapus imbuhan, dan konjungsi dari dokumen tweet. Proses yang dilakukan preprocessing :

a. Case Folding

Case Folding adalah semua karakter diubah menjadi huruf kecil (lowercase). Tujuan dari case folding untuk menghilangkan ketidakonsistenan penggunaan huruf besar dan kecil dalam ulasan pengguna. Proses ini dilakukan menghapus karakter yang tidak terpakai dari data seperti (&./,*0,(),dll).

b. Tokenizing

Tokenizing adalah memisahkan kata-kata dalam sebuah kalimat untuk proses analisis teks lebih lanjut

c. Stopword Removal

Tahap penghilangan kata yang tidak bermakna dan tidak berhubungan tetapi sering muncul disebut dengan *stopword removal*

d. Normalize

Serangkaian aktivitas yang merupakan bagian dari tahapan penelitian yang mengharuskan peneliti mengubah kata singkatan kebentuk kata asli dan menjadikan kata baku dari kata tidak baku disebut dengan normalisasi kata. Cara menemukan kata tersebut tergolong kata baku atau bukan melalui KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), dimana peneliti harus memeriksa kata tersebut tercantum dalam KBBI atau tidak. Kemudian perubahan kata didasarkan atas kumpulan data yang digunakan dalam penelitian.

4. Pembuatan Model Jaringan

Berkaitan dengan tahap pengolahan kembali data yang sudah diproses dengan menerapkan aplikasi Gephi. Aplikasi ini memudahkan dalam pembuatan visualisasi model jaringan dengan mengimplementasikan *undirected graph* yang mengabaikan arah hubungan.

5. Identifikasi Properti Jaringan

Setiap model jaringan yang diproses oleh aplikasi Gephi memiliki beberapa properti. Properti jaringan berikut ini akan dihitung nilainya: *nodes, edges, average degree, modularity*

IV. Hasil dan Pembahasan

Hasil penarikan data (*crawling*) pada Tabel 1 menunjukkan jumlah tweets dalam threads, menggambarkan tingkat partisipasi dan keterlibatan pengguna dalam berbagai topik, memberikan wawasan tentang tren percakapan, pola komunikasi, serta potensi dampak dan dinamika jaringan sosial; sementara analisis lebih lanjut dapat memberikan pemahaman mendalam tentang tingkat interaksi, respon pengguna, dan karakteristik percakapan dalam platform tersebut.

Focus	Source	Date	Amount of Data
Review	Threads	Juli-Agustus 2023	8.140

Tabel 1. Hasil Penarikan Data

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah *tweets* yang diperoleh dari hasil penarikan data (*crawling*) threads dengan kata kunci yang akan diteliti berfokus pada konten threads seperti *review*. Penelitian ini mengumpulkan data pada bulan Juli hingga Agustus 2023, sebanyak minimal 1.000 data per tahun untuk setiap kriteria, peneliti baru mendapatkan data tersebut pada tahun 2023 karena aplikasi tersebut menjadi populer pada bulan Juli 2023, sehingga peneliti mengeksplorasi yang terkait dengan aplikasi “*threads*” berfokus pada *review*. Kemudian diolah menggunakan *software Jupyter Notebook*. Data tersebut diperoleh dari kata kunci *review* sebanyak 8.140 data pada bulan juli hingga agustus 2023.

Preprocessing data dilakukan setelah pengumpulan data (*crawling*). Bantuan kamus dengan tujuan menghilangkan istilah-istilah yang tidak diperlukan untuk melakukan proses analisis; prosedur ini dikenal sebagai penyaringan dan memerlukan penghapusan kata-kata yang tidak perlu sebelum menggunakan *Wordij*. [20]

Focus	Date	Amount of Data	Unique	Average
Review	Juli-Agustus 2023	28.265	1.375	20,5564

Tabel 2. Hasil Preprocessing Data

Tabel 2 menunjukkan hasil preprocessing data menggunakan *Wordij*. Data ini diperoleh dari hasil preprocessing yang telah dilakukan menggunakan *Jupyter Notebooks*, yang disimpan melalui format file CSV. Proses selanjutnya melibatkan pengolahan ulang data tersebut menggunakan aplikasi *Wordij*, yang memungkinkan visualisasi data menggunakan Gephi. Aplikasi *Wordij* menghasilkan berbagai file output, termasuk file-file seperti *net, stp, stw, wrd, wtg, pr*, dan sebagainya. [21] Pada tahap visualisasi, data yang digunakan berasal dari file *stw.csv*. File ini memuat informasi mengenai jumlah total kata yang muncul dari kata kunci “*review*” threads tahun

2023", dengan total 28.265 kata. Dari jumlah tersebut, terdapat 1.375 kata unik, dan rata-rata kata yang muncul adalah 20,5564. Visualisasi data ini merupakan langkah penting setelah proses preprocessing untuk memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap pola atau tren yang mungkin terdapat dalam data.

Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Social Network Analysis (SNA). SNA digunakan untuk menganalisis aktivitas media sosial, khususnya dalam pemodelan interaksi. Interaksi tersebut direpresentasikan sebagai jaringan hubungan antar pengguna atau user, yang diwakili oleh titik (*nodes*) dan garis (*edges*). Analisis ini penting karena memberikan pemahaman lebih mendalam terkait pola interaksi sosial individu atau masyarakat. Beberapa properti jaringan yang digunakan dalam Social Network Analysis (SNA) melibatkan *nodes* (titik), *edges* (garis), *average degree*, *Average Weighted Degree*, *diameter*, *modularity* dan *average path length*. [22] Properti-properti ini membantu dalam memetakan hubungan dalam jaringan, sehingga memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan manajemen pengetahuan dan pemahaman terhadap dinamika interaksi sosial dalam konteks review pada aplikasi "threads" pada tahun 2023.

NO	Properti Jaringan	Value (Review)
1.	Nodes	276
2.	Edges	1317
3.	Average Degree	2,858
4.	Average Weighted Degree	29,383
5.	Network Diameter	7
6.	Modularity	0,217
7.	Average Path Length	2,356

Tabel 3. Properti Jaringan Review

Node adalah representasi dari aktor pengguna dalam jaringan sosial review. Data pada tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat 276 nodes yang saling berinteraksi di dalam jaringan sosial tersebut, dengan jumlah *edges* atau hubungan sebanyak 1317. *Average Degree* menunjukkan jumlah rata-rata keterhubungan setiap nodes dengan nodes lainnya. Dalam jaringan sosial review, nodes memiliki rata-rata keterhubungan sebesar 2,858 [23]. *Average Weighted Degree* yang

merupakan rata-rata bobot hubungan antar node, mencapai 29,383 pada jaringan review [24]. *Network Diameter* merupakan jarak terjauh antara dua nodes, pada jaringan sosial review mencapai 7. *Modularity* mencerminkan kemampuan aktor atau pengguna dalam membentuk kelompok berbeda dalam jaringan. Dalam jaringan sosial review, nilai modularitinya adalah 0,217. Selanjutnya, *Average Path Length*, yang merupakan rata-rata jumlah node yang harus dilalui untuk mencapai satu node tertentu, pada jaringan sosial review memiliki nilai sebesar 2,356 [25] .

Kategori Data

Proses analisis kategori dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan kriteria tertentu, dan hasil analisis keterkaitan antar kata membentuk empat kategori utama, yaitu App, Action, Reaction, dan Object. Kemudian dikelompokkan berdasarkan kategori-kategori ini, mencerminkan karakteristik umum dari review threads yang diamati dalam penelitian ini.

Topic 1 : App	Topic 2 : Action	Topic 3 : Reaction	Topic 4 : Object
app	10,6%	Delete	0,85%
twitter	6,62%	Follow	0,83%
instagram	3,20%	Option	0,76%
threads	2,74%	Post	0,72%
account	2,13%	download	0,50%
thread	0,79%	Login	0,45%
application	0,69%	Review	0,42%
meta	0,67%	Feed	0,38%
social	0,53%	Worst	0,33%
insta	0,48%	Posts	0,33%
		nice	1,44%
		love	1,06%
		bad	0,07%
		amazing	0,62%
		experience	0,53%
		hope	0,39%
		cool	0,39%
		easy	0,35%
		properly	0,27%
		awesome	0,27%
		people	1,02%
		time	0,66%
		features	0,56%
		data	0,51%
		bugs	0,35%
		phone	0,34%
		log	0,33%
		lot	0,31%
		platform	0,31%
		version	0,30%

Tabel 4. Identifikasi Kategori Data

Tabel 4 menampilkan 10 kata untuk masing-masing topik. “App” (Topic 1), “Action” (Topic 2), “Reaction” (Topic 3), Object (Topic 4). Lalu, “App” (Topic 1) termasuk dalam kategori kata karena mengacu pada suatu bidang atau topik tertentu, dalam hal ini terkait dengan teknologi atau perangkat lunak. Sebagai contoh, pada kata “app”(10,6%), “twitter”(6,62%), “instagram” (3,20 %), “threads” (2,74%) yang paling sering muncul.

Sementara itu, “Action” (Topic 2) termasuk dalam kategori kata karena maknanya terkait dengan kegiatan atau tindakan, mencakup kata-kata seperti “delete”(0,85%), “follow”(0,83%), “option”(0,76%), “post”(0,72%). Penggunaan kata-kata ini memberikan pemahaman mendalam tentang aktivitas yang mendominasi percakapan dan sejauh mana interaksi pengguna melibatkan tindakan.

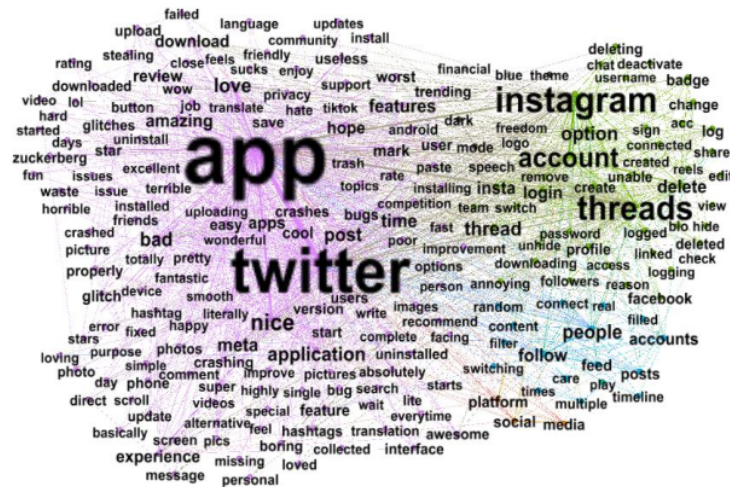
Selanjutnya, “Reaction” (Topic 3) termasuk dalam kategori kata karena merujuk pada respons atau tanggapan terhadap suatu stimulus atau peristiwa. Ini dapat digunakan dalam berbagai konteks, seperti dalam ilmu pengetahuan, psikologi, dan percakapan sehari-hari, untuk menggambarkan bagaimana seseorang atau sesuatu merespon atau bereaksi terhadap suatu situasi

atau perubahan. Contohnya, pada kata “nice”(1,44%), “love”(1,06%), “bad”(0,07%), “amazing”(0,62%).

Kemudian, “Object” (Topic 4) termasuk dalam kategori kata karena dapat merujuk pada benda fisik atau konsep yang menjadi fokus perhatian. Kata ini memiliki banyak penggunaan yang melibatkan berbagai konteks, seperti dalam bahasa pemrograman, matematika, atau percakapan sehari-hari, di mana "object" dapat merujuk pada sesuatu yang konkret atau abstrak yang menjadi topik pembahasan atau perhatian. Contohnya, “people”(1,02%), “time”(0,66%), “features”(0,56%), “data”(0,51%)

Visualisasi Model Jaringan

Proses selanjutnya adalah visualisasi data, konsep yang digunakan pada Social Network Analysis (SNA) adalah teori *graf*, terdiri dari nodes (titik) dihubungkan dengan edges (garis). Proses visualisasinya memerlukan alat pendukung melalui software Gephi.



Gambar 1. Visualisasi Jaringan Review

Visualisasi jaringan pada Gambar 1 memberikan pemahaman terhadap topik review dalam aplikasi Threads. Grafik yang terstruktur dengan lima nodes besar memberikan representasi visual yang kuat terhadap pusat perbincangan di antara pengguna Threads. Kelompok utama ini, yang ditandai dengan nodes dengan tanda besar, mencakup kata-kata kunci seperti (“app”, “twitter”, “Instagram”, “threads”, dan “account”). Ini memberikan gambaran tentang fokus utama percakapan, yang secara jelas terpusat di sekitar platform media sosial dan fitur aplikasi.

Keberagaman warna pada nodes dan edges memainkan peran kunci dalam membuka lapisan informasi tambahan. Dengan lima warna yang berbeda: ungu, abu-abu, hijau, biru dan orange. Visualisasi ini memberikan tanda terhadap kelompok tertentu dan keterkaitannya dalam diskusi. Grup terbesar dengan warna ungu, menunjukkan fokus utama pada platform media sosial,

dengan kata-kata seperti (“app”, “twitter”, “meta” dan “application”). Ini mengisyaratkan bahwa diskusi akan mencakup pertimbangan dan perbandingan berbagai fitur dan fungsi aplikasi media sosial, seperti Threads.

Grup kedua, ditandai dengan warna hijau, menekankan betapa pentingnya generasi milenial dalam percakapan tersebut. Kata-kata seperti (“instagram”, “threads”, “account”, “option”, “login”, “password”, “profile”) Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial ini aktif dalam menggunakan aplikasi dan mengeksplorasi opsi yang tersedia. Grup ketiga, yang fokus pada interaksi dan respons, terwakili oleh warna biru dan mencakup kata-kata seperti (“people”, “follow”, “feed”, “posts”, “timeline”). Ini menunjukkan bahwa percakapan tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga melibatkan interaksi sosial dan antar pengguna. Pentingnya abu-abu dan orange pada nodes dan edges adalah bahwa meskipun ada kesamaan dalam warna, tidak ada interaksi atau hubungan yang dibicarakan di antara warna abu-abu dan orange. Hal ini menunjukkan bahwa nodes terhubung tidak hanya menggunakan warna yang sama, tetapi juga menggunakan warna yang berbeda. Misalnya, nodes abu-abu (“mode”) dan orange (“platform”) menunjukkan berbagai topik yang berbeda dalam konteks tertentu.

Dengan demikian, visualisasi ini bukan hanya peta jaringan, tetapi juga narasi visual tentang bagaimana pengguna Threads terlibat dalam diskusi kompleks dan berlapis seputar aplikasi. Ini memberikan wawasan mendalam tentang berbagai aspek yang mencakup pengalaman pengguna, interaksi sosial, dan perbandingan fitur platform media sosial. Aplikasi Threads, sebagai produk berbagi media sosial dari Facebook yang dirancang khusus untuk pengguna Instagram, membawa konsep berbagi foto, video, pesan teks, dan cerita teman-teman terdekat ke tingkat yang lebih intim. Meskipun kemampuan berbagi konten multimedia merupakan fitur umum di berbagai platform, Threads menonjol dengan fokusnya pada interaksi yang lebih terarah dan pribadi antara pengguna.

Threads suatu konten, threads adalah konten berbasis teks dan pada dasarnya berfungsi mirip dengan Twitter. Ditemukan bahwa generasi milenial memberikan banyak perhatian pada aplikasi ini. Peningkatan pengguna yang cepat, mencapai lebih dari 100 juta dalam waktu kurang dari seminggu, menjadi indikator nyata bahwa Threads mampu mengakomodasi kebutuhan dan keinginan pengguna generasi milenial. Fenomena kemunculan Threads bukan sekadar menciptakan jumlah pengguna yang mengesankan, tetapi juga merangsang sebuah ruang diskusi yang penuh dengan dinamika dan interaksi sosial [5]. Dalam konteks visualisasi “threads” menunjukkan adanya intensitas bahasan terkait, yang artinya platform media sosial terhadap konten threads yang sering muncul dan berhubungan. Dari kedua nodes “threads” dan “instagram” yang artinya pada kedua nodes tersebut dapat mengindikasikan seberapa sering “threads” dan “instagram” sering digunakan dalam aplikasi yang terkait. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang tren dan minat pengguna dalam percakapan di platform media sosial tersebut. Sehingga, aplikasi threads memiliki nilai yang signifikan dalam berbagai aspek bisnis dan pengembangan produk. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang telah menyatakan jika pengguna memberikan pandangan yang mendalam tentang produk tersebut [1].

Dalam analisis jaringan sosial (Social Network Analysis), node yang sering muncul adalah platform "Twitter" dan "Instagram", yang sering digunakan oleh generasi milenial. Fokusnya

adalah pada pemahaman tentang bagaimana informasi dan interaksi tersebar di antara pengguna, termasuk identifikasi komunitas, pengaruh, pola retweet atau share, serta analisis terhadap konten yang dibagikan. Penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu [6] karena keduanya menggunakan metode **Social Network Analysis (SNA)**.

Namun, perbedaan utama **dari penelitian** yang dilakukan penulis adalah penggunaan algoritma Multinomial Naïve Bayes untuk melakukan analisis sentimen. Sedangkan, penelitian sebelumnya lebih fokus pada pendekatan Social Network Analysis (SNA) dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian sebelumnya [6], penekanan utamanya adalah pada penggunaan metode Social Network Analysis (SNA) untuk memahami pola interaksi dan perilaku pengguna di platform media sosial yang mengidentifikasi komunitas pengguna aplikasi “twitter” dan “instagram”, mengukur pengaruh antara pengguna, menganalisis pola retweet atau share, serta melakukan analisis konten yang dibagikan untuk memahami tren atau pola tertentu dalam interaksi online.

Seiring dengan penelitian terdahulu, penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis juga menggunakan pendekatan Social Network Analysis (SNA) untuk memahami dinamika jaringan sosial di platform "Twitter" dan "Instagram". Namun, perbedaan utamanya terletak pada fokus analisisnya. Sementara penelitian sebelumnya lebih menyoroti deskripsi dan pemetaan jaringan serta perilaku pengguna. Secara umum, penelitian penulis menambahkan dimensi analisis sentimen dengan menggunakan algoritma Multinomial Naïve Bayes. Hal ini memungkinkan penulis untuk tidak hanya memahami struktur dan dinamika jaringan, tetapi juga untuk mengeksplorasi bagaimana pengguna merespons dan merasakan konten yang mereka gunakan atau bagikan di platform tersebut.

Dengan demikian, meskipun ada kesamaan dalam penggunaan metode Social Network Analysis (SNA), penelitian penulis menambahkan nilai tambah dengan memperluas cakupan analisis ke dalam domain sentimen, yang dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang perilaku dan preferensi pengguna di platform "Twitter" dan "Instagram".

V. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi pengguna dalam platform Threads berdampak positif yang signifikan. Data menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi, memberikan pemahaman tentang keterlibatan pengguna dalam berbagai topik. Analisis jaringan sosial mengungkap karakteristik interaksi pengguna, seperti jumlah node, rata-rata keterhubungan, dan kompleksitas hubungan. Selain itu, kategori kata-kata tematik dan visualisasi jaringan memberikan wawasan tentang pola hubungan antar kata kunci dan topik dalam percakapan. Mengenai hal tersebut bahwa pengguna platform Threads telah mendapatkan popularitas dengan cepat, melebihi 100 juta pengguna dalam waktu singkat dengan menunjukkan potensi pertumbuhan pengguna dan menjadi pilihan utama bagi pengguna dalam berinteraksi dengan berbagai konten sosial.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam data yang tersedia, metode analisis yang digunakan, dan hasil penelitian secara keseluruhan. Meskipun penarikan data dilakukan dengan akurat, data yang terbatas mungkin tidak mencakup seluruh topik di Threads,

mempengaruhi representasi hasil penelitian. Penggunaan metode Social Network Analysis (SNA), dan algoritma Multinomial Naïve Bayes dapat memiliki keterbatasan dalam menangkap kompleksitas interaksi sosial dan sulit untuk menggeneralisasi hasil penelitian. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan metode analisis yang lebih modern dan pengumpulan data yang lebih luas serta validasi hasil penelitian. Ini memperkuat pentingnya memahami keterbatasan penelitian dan mendorong penelitian lanjutan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam bagi pengambil keputusan dalam merancang strategi media sosial yang lebih efektif.

4

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama mempersiapkan penelitian ini. Kami berterima kasih atas dukungan dan bimbingan yang telah diberikan oleh teman-teman, keluarga, dan dosen pembimbing.

REFERENSI

- [1] N. Samrin and M. N. Akbar, "Analisis Sentimen Komentar Pengguna Aplikasi Threads Pada Google Play Store Menggunakan Algoritma Multinomial Naïve Bayes," vol. 3, no. 2, pp. 1–9, 2023.
- [2] L. Rofidah, "Analisis Komunikasi Konflik Netizen dalam Pemaknaan Feminisme pada 'Thread Bekal Buat Suami,'" *J. Interak. J. Ilmu Komun.*, vol. 5, no. 2, pp. 133–149, 2021, doi: 10.30596/interaksi.v5i2.5899.
- [3] N. M. S. Hadna, P. I. Santosa, and W. W. Winarno, "Studi Literatur Tentang Perbandingan Metode Untuk Proses Analisis Sentimen Di Twitter," *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 2016, no. March, pp. 57–64, 2016.
- [4] Rhein Rahmahsya Reshany and Santi Indra Astuti, "Media Sosial Twitter sebagai Sarana Mendiskusikan Kasus Kekerasan Seksual," *Bandung Conf. Ser. Journal.*, vol. 3, no. 1, pp. 34–43, 2023, doi: 10.29313/bcsj.v3i1.6224.
- [5] E. Ragam, K. Digital, and N. Rosadi, "The Existence of Inlis Variety in Digital Communication in Threads : an Instagram App."
- [6] A. N. Navisha, R. Ambarwati, and M. Hariasih, "Twitter Social Network Interaction As Customer Engagement In Competition For E-Commerce E-Health Performance In Indonesia," *J. Manajerial*, vol. 10, no. 02, p. 303, 2023, doi: 10.30587/jurnalmanajerial.v10i02.5279.
- [7] Z. Mutiara, B. Antonius, and J. H. L. Leviane, "Twitter Sebagai Media Mengungkapkan Diri Pada Kalangan Milenial," *Fak. Ilmu Sos. dan Polit. Univ. Sam Ratulangi*, pp. 1–8, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31979/30381>.
- [8] B. Susanto, H. Lina, and A. R. Chrismanto, "Penerapan Social Network Analysis dalam Penentuan Centrality Studi Kasus Social Network Twitter," *J. Inform.*, vol. 8, no. 1, 2012, doi: 10.21460/inf.2012.81.111.
- [9] Alisya Putri Rabbani, Andry Alamsyah, and Sri Widiyanesti, "Analisa Interaksi User Di Media Sosial Mengenai Industri Fintech Menggunakan Social Network Analysis (Studi Kasus: Gopay, Ovo Dan Linkaja)," *J. Mitra Manaj.*, vol. 4, no. 3, pp. 341–351, 2020, doi: 10.52160/ejmm.v4i3.352.
- [10] E. D. S. Watie, "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)," *J. Messenger*, vol. 3, no. 2, p. 69, 2016, doi: 10.26623/themessenger.v3i2.270.
- [11] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.
- [12] Y. D. P. Ariyanti, "Analisis Centrality Aktor pada Penyebaran Informasi Kuliner di Media Sosial dengan menggunakan Social Network Analysis," *J. Syst. Inf. Technol. Electron. Eng.*, vol. 2, no. 1, pp. 23–31, 2022.
- [13] N. Herlinawati, Y. Yuliani, S. Faizah, W. Gata, and S. Samudi, "Analisis Sentimen Zoom Cloud Meetings di Play Store Menggunakan Naïve Bayes dan Support Vector Machine," *CESS (Journal Comput. Eng. Syst. Sci.)*, vol. 5, no. 2, p. 293, 2020, doi: 10.24114/cess.v5i2.18186.
- [14] D. Nishfi, I. Huda, and C. Prianto, "Analisis Sentimen Layanan Jasa Pengiriman Pada Ulasan Play Store : Systematic Literature Review," vol. 04, no. 02, pp. 87–98, 2023.
- [15] G. A. Sandag, "Prediksi Rating Aplikasi App Store Menggunakan Algoritma Random Forest," *CogITO Smart J.*, vol. 6, no. 2, pp. 167–178, 2020, doi: 10.31154/cogito.v6i2.270.167-178.
- [16] S. W. Hadi, M. F. Julianto, S. Rahmatullah, and W. Gata, "Analisa Cluster Aplikasi Pada App Store Dengan Menggunakan Metode K-Means," *Bianglala Inform.*, vol. 8, no. 2, pp. 86–90, 2020, doi:

- 10.31294/bi.v8i2.8191.
- [17] M. A. Akbar, Masniarara Aziza Balfas Amril, Raiza Syahira, Fahrin Rachel Latisha, and Noor Jihan, "Analisis Struktur Jaringan Komunikasi #Seagames2022 Di Twitter Menggunakan Pendekatan Social Network Analysis (Sna)," *J. Stud. Komun. dan Media*, vol. 26, no. 1, pp. 1–16, 2022, doi: 10.17933/jskm.2022.4780.
- [18] M. K. Bratawisnu and A. Alamsyah, "Social Network Analysis Untuk Analisa Interaksi User Di Media Sosial Mengenai Bisnis E-Commerce," *Sosiohumanitas*, vol. 21, no. 1, pp. 63–69, 2019, doi: 10.36555/sosiohumanitas.v21i1.1000.
- [19] K. Hukum *et al.*, "Metodologi Penelitian," pp. 66–79, 2013.
- [20] S. P. Anjani and R. Ambarwati, "Analysis Of The Credibility Of Utilizing Brand Ambassador To Compete Between Shopee And Tokopedia Using Social Network Analysis On Twitter," *J. Manaj.*, vol. 14, no. 3, pp. 391–404, 2023, doi: 10.32832/jm-uika.v14i3.13777.
- [21] A. N. Chamila and R. A. Sukmono, "Analysis Of Twitter User Interactions Using Social Networks At Payday Sale Events On The Marketplace [Analisis Interaksi Pengguna Twitter Menggunakan Social Network Pada Event Gajian Sale Di Marketplace]," *Univ. Muhammadiyah Sidoarjo*, pp. 1–12.
- [22] N. A. Azmi, A. T. Fathani, D. P. Sadayi, I. Fitriani, and M. R. Adiyaksa, "Social Media Network Analysis (SNA): Identifikasi Komunikasi dan Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial Twitter," *J. Media Inform. Budidarma*, vol. 5, no. 4, p. 1422, 2021, doi: 10.30865/mib.v5i4.3257.
- [23] P. P. Digital, P. Kualitas, D. A. N. Citra, M. Terhadap, K. Pembelian, and S. Lokal, "Journal of Applied Business Administration," no. September, pp. 90–100, 2022.
- [24] F. A. Putri, R. Ambarwati, and K. A. Kusuma, "Marketing Strategy of Fast-Food Restaurants in Indonesia - Social Network Analysis on Twitter," *J. Manajerial*, vol. 10, no. 3, pp. 561–576, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.21070/ups.2461>.
- [25] M. K. Bratawisnu, M. R. D. Putra, and W. Ignatio, "Penentuan Top Brand Menggunakan Social Network Analysis pada e-commerce Tokopedia dan Bukalapak," *J. Inf. Eng. Educ. Technol.*, vol. 2, no. 1, p. 1, 2018, doi: 10.26740/jjeet.v2n1.p1-5.

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	5%
2	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
3	lp2m.umpr.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.itn.ac.id Internet Source	1%
5	acopen.umsida.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal.unib.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On