

<b>Vol 6, No 5</b>	<b>2022</b>	<b>Halaman 458 - 476</b>
--------------------	-------------	--------------------------

## **Jaringan dan komentar sebagai identifikasi potensi krisis pada video Youtube**

Bondan Kartiko Kurniawan, Ilya Revianti Sunarwinadi,  
Agustinus Rusdianto Berto  
*Universitas Multimedia Nusantara*  
agustinus.berto@umn.ac.id

*English Title: Network and comment as crisis potential identification on Youtube' videos*

Received: 11-08-2022, Revised: 10-09-2022, Acceptance: 07-10-2022

### **Abstract**

*Crisis can jeopardize the reputation and performance of the company. Crisis occurs when the results of the company's operational activities didn't meet the expectations of their stakeholders. In a crisis, media coverage and social media content have a role both in disseminating information and as a means of expressing opinions and discussing. Video entitled "RRI BECOME A PROPAGANDA MEDIA FOR PKS AND FPI? I Shelter CSW" is a video on the YouTube social media platform that contains criticism of RRI which was uploaded on the Cokro TV channel on 19 May 2021. This video is based on the results of research from Sapta Pratala which states that RRI's reporting content is not balanced. This video has succeeded in inviting public opinion and forming a communication network as stated in the video comments column. Text analysis from the video comments has brought up three keywords, namely "kadrun", "RRI" and "pemerintah". The existing comments demands RRI not to be ridden by any interests, especially those that are contrary to the state. In addition to monitoring media coverage, monitoring social media content can help organizations identify potential crises as part of crisis management to protect themselves from crises.*

**Keywords:** *YouTube; Network Analysis; Public Broadcasting Institution; RRI*

### **Abstrak**

Krisis dapat membahayakan reputasi dan kinerja perusahaan. Krisis terjadi ketika hasil dari kegiatan operasional perusahaan tidak memenuhi harapan dari pemangku kepentingan. Dalam krisis, pemberitaan media dan konten media sosial memiliki peranan baik dalam penyebaran informasi maupun menjadi sarana menyatakan pendapat dan berdiskusi. Video berjudul RRI MENJADI MEDIA PROPAGANDA PKS DAN FPI? I Shelter CSW merupakan video di platform media sosial YouTube yang berisi kritikan terhadap RRI yang diunggah pada kanal Cokro TV tanggal 19 Mei 2021. Video ini dilatarbelakangi hasil riset dari Sapta Pratala yang menyebutkan

pemberitaan RRI tidak berimbang. Video ini telah berhasil mengundang opini publik dan membentuk jaringan komunikasi yang tertuang di kolom komentar video. Analisis teks pada komentar video telah memunculkan tiga kata kunci yaitu “kadrun”, “RRI” dan “pemerintah”. Komentar yang ada menginginkan RRI tidak ditanggapi oleh kepentingan apapun terutama yang bertentangan dengan NKRI. Selain monitoring terhadap pemberitaan media, monitoring terhadap konten media sosial dapat membantu organisasi untuk mengidentifikasi potensi krisis sebagai bagian dari manajemen krisis untuk melindungi dirinya dari krisis.

**Kata Kunci:** YouTube; Analisis Jaringan; Lembaga Penyiaran Publik RRI

## **PENDAHULUAN**

Pada 9 Mei 2021, Radio Republik Indonesia (RRI) menjadi sorotan ketika hasil riset yang dilakukan oleh pengamat media Sapta Pratala dipublikasikan ke media. Sapta Pranala melakukan riset mengenai pemberitaan RRI yang hasilnya menyebutkan pemberitaan RRI tidak berimbang karena salah satu partai politik mendapat porsi pemberitaan lebih besar (Haidar, 2021). Disebut pula oleh Sapta, portal berita RRI lebih banyak mengangkat berita mengenai komentar yang menentang pembubaran ormas FPI oleh pemerintah (Haidar, 2021). Berdasarkan hasil riset ini, Wakil Sekretaris Jendral (Sekjen) Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Satia Chandra Wiguna pada 13 Mei 2021 mengatakan kebijakan pemberitaan RRI tersebut bertolak belakang dengan posisi ideal RRI (Adil, 2021).

RRI adalah lembaga penyiaran publik (LPP) yang independen dan dikelola oleh pemerintah karena pucuk pimpinannya adalah pejabat publik serta anggarannya bersumber dari APBN. Pada pucuk pimpinan RRI terdapat Dewan Direksi yang dipimpin oleh seorang Direktur Utama (Dirut). Kinerja Direksi diawasi oleh Dewas yang berjumlah lima orang yang merupakan perwakilan dari unsur masyarakat, pemerintah, dan RRI. Salah satu wewenang Dewas adalah mengangkat dan memberhentikan dewan direksi, termasuk Dirut.

Sebelumnya, pada 8 Mei 2021, muncul pemberitaan mengenai keluarnya Surat Pemberitahuan Rencana Pemberhentian (SPRP) Direktur Utama (Dirut) Radio Republik Indonesia (RRI) Rohanuddin tertanggal 23 April 2021 oleh Dewan Pengawas (Dewas RRI.) Hasto Kuncoro salah seorang anggota Dewas RRI mengutarakan kesalahan yang dilakukan Dirut masuk kategori fatal (Yon Parjiyono, 2021). Dirut RRI dianggap melakukan sejumlah pelanggaran berat dengan tidak melakukan kontrol terhadap pemberitaan RRI.

Ketidakberimbangan pemberitaan dapat menjadi potensi krisis bagi sebuah lembaga penyiaran publik. Krisis adalah pelanggaran yang dirasakan dari ekspektasi pemangku kepentingan yang menonjol yang dapat menciptakan hasil negatif bagi pemangku kepentingan dan/atau organisasi (Coombs, 2019). Krisis dapat membahayakan reputasi perusahaan dan kinerja perusahaan. Pada lembaga yang dikelola oleh pemerintah, ada tiga jenis krisis yang biasa terjadi yaitu krisis terkait operasional organisasi

(sistemik), krisis yang berkaitan dengan pihak lain yang berlawanan dengan organisasi (adversarial) serta krisis reputasi organisasi (Liu & Levenshus, 2012 dalam Putri dkk., 2019).

Krisis berpotensi terjadi ketika sebuah organisasi menjalankan kegiatan operasionalnya. Krisis apabila tidak dikelola dengan baik dapat membahayakan reputasi dan kinerja perusahaan. Agar perusahaan mampu menghadapi krisis, perlu adanya sebuah manajemen krisis untuk menghadapi mengurangi dampak negatif yang kemungkinan terjadi. Manajemen krisis mewakili serangkaian faktor yang dirancang untuk mengurangi dan mengatasi efek negatif dari suatu krisis serta untuk melindungi perusahaan, *stakeholder* dan industri dari bahaya (Coombs, 2019). Manajemen krisis terbagi dalam empat faktor yang saling terkait yaitu mitigasi/pencegahan krisis, persiapan menghadapi krisis, tanggapan terhadap krisis dan evaluasi terhadap tanggapan krisis. (Coombs, 2019). Keempat faktor itu oleh Coombs kemudian dibagi ke dalam tiga tahapan utama yaitu fase sebelum krisis, fase krisis dan fase paska krisis.

Penelitian ini akan berfokus pada Fase Sebelum Krisis (*Pre-Crisis*) di mana pada fase ini muncul potensi krisis dan orang-orang akan mencoba untuk mengeliminir risiko (Coombs, 2019). Pada fase ini, organisasi dapat melakukan identifikasi potensi krisis dengan melakukan monitoring terhadap pemberitaan yang beredar di media serta media sosial. Dewasa ini, perkembangan teknologi turut mempengaruhi komunikasi krisis (Akhyar & Pratiwi, 2019). Di era digital, penyebaran informasi kepada masyarakat menjadi lebih cepat melalui keberadaan media online dan media sosial. Pemberitaan mengenai ketidakberimbangan pemberitaan RRI ini muncul di beberapa media online seperti JPPN.com (Adil, 2021), GenPi.co (Alfred, 2021), Tribunnews (Aco, 2021) dan Nawacitapost (Ronaldy, 2021) serta situs Seward.com (Dahono Prasetyo, 2021). Terkait hal itu, muncul juga pemberitaan mengenai desakan untuk pemberhentian Dirut (Yon Parjiyono, 2021); (Kasim, 2021).

Pada media sosial, peneliti menemukan konten di platform Facebook pada 12 Mei 2021 yang dibuat oleh Ninoy Karundeng yang berjudul "Waspada! RRI Dukung Teroris FPI Sumbang ISIS Lewat ACT" (Ninoy Karundeng, 2021). Senada dengan postingan Ninoy Karundeng, kanal YouTube Cokro TV juga mengupas tentang kritik terhadap RRI yang dianggap tidak independent dalam unggahan video berjudul "RRI MENJADI MEDIA PROPAGANDA PKS DAN FPI? I Shelter CSW" yang diunggah pada 19 Mei 2021 (Cokro TV, 2021). Video ini juga diunggah di akun Facebook Indonesiaku Jaya pada 20 Mei 2021. Dalam konteks komunikasi krisis, media sosial memiliki pengaruh karena kecepatan, kontrol pesan, interaktifitas, orisinalitas pesan, batas, transparansi dan tentunya media untuk krisis serta pemicu krisis (Salma, 2018). Istilah media sosial sering dipergunakan untuk membedakannya dengan media yang lebih tradisional seperti televisi, radio dan media cetak yang menyampaikan konten kepada *audience* secara searah dan tidak memfasilitasi pembagian konten oleh pengguna (Schneiderman, 2020).

Peneliti tertarik untuk melakukan analisis jaringan dan komentar pada konten media sosial berupa video yang diunggah oleh Cokro TV dengan judul "RRI MENJADI MEDIA PROPAGANDA PKS DAN FPI? I Shelter CSW". Konten

media sosial ini dipilih karena mendapatkan tanggapan jauh lebih banyak dibandingkan dengan konten media sosial lainnya yang disebutkan sebelumnya. Konten video ini telah ditonton setidaknya 203.664 kali dengan jumlah like sebanyak 5.537 dan mendapat respon komentar sebanyak 2.167 komentar (Cokro TV, 2021). Video ini diunggah oleh kanal Cokro TV yang memiliki setidaknya 1,9 juta *subscriber*. Jumlah subscriber kanal, jumlah views, jumlah like dan komentar yang tinggi membuat video yang diunggah oleh Cokro TV layak untuk diidentifikasi apakah berpotensi menjadi penyebab krisis.

Hubungan antar individu yang samar di kehidupan nyata dapat terlihat jelas di dalam *platform* jejaring sosial Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube dan dapat dikumpulkan dan dievaluasi (Chansanam dkk., 2021). Peneliti juga akan melihat identifikasi potensi krisis pada jaringan dan komentar yang terdapat pada video ini dikaitkan dengan analisis jaringan sosial pada level struktur jaringan, kelompok, dan aktor yang berperan dalam komentar di video ini dan analisis teks kolom komentar pada video

Hubungan antar individu dalam jaringan sosial dapat menciptakan jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi ini dapat dianalisis menggunakan analisis jaringan sosial. Analisis jaringan sosial adalah aplikasi dari ilmu jaringan yang mempelajari tentang hubungan sosial antar manusia (Shneiderman, 2020). Analisis jaringan sosial dapat diterapkan untuk menghadapi publik yang mempunyai persamaan kepentingan dalam sebuah permasalahan dan untuk memastikan hubungan yang positif dalam masyarakat. Meskipun analisis jaringan sosial pada umumnya dilakukan pada media online twitter, analisis jaringan sosial juga dapat digunakan untuk memetakan jaringan sosial pada kolom komentar video YouTube. (Lee & Yoon, 2020).

Penelitian terdahulu terkait analisa jaringan sosial pada *platform* YouTube setidaknya terdiri dari penelitian terhadap kanal YouTube dan penelitian terhadap komentar pada Video YouTube. Penelitian terhadap kanal YouTube untuk membahas mengenai analisa dari pengaruh dan dampak budaya K-pop di masyarakat Thailand. Penelitian menggunakan analisis jaringan sosial ini menemukan ada lima kanal YouTube yang mempengaruhi masyarakat di Thailand (Chansanam dkk., 2021). Poin penting pada penelitian terdahulu ini adalah penggunaan metode DMI Tools untuk menarik data komentar YouTube. Peneliti menyimpulkan bahwa penggunaan DMI Tools cukup mudah tidak berbayar dan *user friendly*. Penelitian dengan jaringan video juga dilakukan untuk mengetahui gerakan *Femvertising* di YouTube dengan meneliti jaringan video yang terbentuk oleh *hashtag* tertentu (Yoon & Lee, 2021). Penelitian mengenai *Femvertising* ini sebagai bagian dari brand activism dengan menganalisa network video yang diimport menggunakan NodeXL.

Penelitian terdahulu mengenai komentar pada konten media sosial video YouTube pernah dilakukan oleh Dhiraj Murthy, Sanjay Sharma untuk mempelajari ekspresi rasial online sebagai fenomena jaringan melalui tanggapan warganet terhadap grup musik hip hop alternatif Das Racist berbasis di Brooklyn yang provokatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perbedaan rasial serta produksi dan konsumsi komentar Youtube dalam sehari-hari dengan memvisualisasikan antagonism jaringan yang rasial

dan bermusuhan. Komentar YouTube sering dianggap sebagai penghinaan yang bersifat personal, acak atau berupa ekspresi umum dari kebencian (Murthy & Sharma, 2019). Penelitian pada kolom komentar juga dilakukan untuk menemukan adanya komentar spam pada akun dengan outdegree yang tinggi (O'Callaghan dkk., 2021). *Data mining* menggunakan *crawling code* dapat juga dilakukan untuk mendapatkan data komentar pada video YouTube (Ko, 2020) sementara penelitian ini menggunakan *DMI Tools* yang lebih *user friendly* (Chansanam dkk., 2021).

Tingkat popularitas YouTube sejak kemunculannya di tahun 2005 kian hari kian membesar, berdasarkan data pada 25 Januari 2021 yang diterbitkan oleh WEARESOCIAL, pengguna YouTube berada di peringkat 2 global di bawah Facebook. Di Indonesia, per Desember 2020 YouTube mendapat kunjungan sebanyak 430 juta kali, dengan pengunjung unik sebanyak 44,9 juta (wearesocial, Hootsuite, 2021). YouTube menjadi populer karena kemudahan dalam mengunggah dan berbagi konten video, pembaruan desain situs yang berkelanjutan serta adanya kolaborasi strategis dengan para penyedia konten (Schneiderman, 2020, hlm. 189).

Tidak dipungkiri, YouTube telah mengubah pengalaman menonton video yang tadinya hanya individual menjadi pengalaman sosial. Video yang diunggah dalam *platform* YouTube dapat dengan mudah menyebar melalui penyematan video pada pembaruan status di jejaring sosial. Kemudahan ini, mendorong para penggunanya secara kreatif menyajikan konten yang menarik. Tidak jarang video menjadi trending karena disebarkan melalui berbagai platform jejaring sosial online (Schneiderman, 2020, hlm. 189). Praktik berbagi video menciptakan beberapa jenis jaringan sosial. Beberapa jaringan didasarkan pada konten dan orang lain pada afinitas sosial atau ikatan sosial. Jaringan konten mencerminkan minat bersama atau hobi atau praktik bersama, pada dasarnya menciptakan komunitas praktik yang berasal dari kesamaan antara kepentingan pengguna (Schneiderman, 2020, hlm. 189).

Penggunaan Analisis Jaringan Sosial (SNA) bertujuan untuk mengungkapkan pola dalam sistem jaringan dan aktor penelitian untuk mendeteksi efek pola tersebut pada individu dan organisasi. Jejaring sosial memberikan kesempatan untuk terhubung dan berbagi informasi untuk mengatasi masalah dan meningkatkan kesadaran, dan SNA memberikan wawasan baru untuk menganalisis struktur jaringan (Chansanam dkk., 2021).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode analisis jaringan sosial dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Di mana analisis jaringan sosial dipergunakan untuk menjelaskan pola komunikasi yang terbentuk dalam jaringan komentar video YouTube. Dengan menggunakan analisis jaringan sosial, peneliti dapat mengidentifikasi aktor yang tergolong penting dalam jaringan, jenis, struktur, dan perkembangan jaringan yang diciptakan di sekitar mereka. (Schneiderman, 2020).

Dalam melakukan penelitian jaringan komentar pada konten media sosial kanal YouTube COKRO TV, peneliti menggunakan beberapa aplikasi yaitu program aplikasi yaitu *Video Info and Comments Module* pada *YouTube*

*Data Tools Digital Method Initiative* pada laman <https://tools.digitalmethods.net/>, aplikasi NodeXL dan aplikasi Netlytics.

Modul *YouTube Data Tools Digital Method Initiative* ini membutuhkan id video untuk mengambil info dasar video dan memberikan sejumlah analisis di bagian komentar. Komentar diambil melalui *API commentThreads/list*. Jumlah komentar yang dapat diambil dapat bervariasi tergantung usia video yang diteliti. Modul ini akan menghasilkan file tabel berisi info dasar dan statistik video, file tabular komentar, file tabular penulis komentar dan jumlah komentar serta file jaringan dalam format gdf yang dapat dibuka dengan menggunakan aplikasi *Microsoft Office Excel*.

Jumlah populasi yang diamati dalam kolom komentar dapat diketahui dengan melakukan analisa jaringan komentar dengan menggunakan aplikasi NodeXL. Analisa jaringan komentar dilakukan dengan memperhatikan jumlah *vertice* dan *edge* yang terbentuk pada jaringan serta memperhatikan jumlah *self loop*. Kesemua data ini dapat diperoleh pada data overall metric dengan menggunakan aplikasi NodeXL. Peneliti membatasi rentang waktu komentar yang diteliti yaitu tanggal 19 Mei 2021 hingga 18 Juni 2021 (1 bulan) dengan tujuan untuk memastikan pemberi komentar lebih memahami konteks dari video yang diunggah.

*Metadata* komentar YouTube yang telah diperoleh dalam tahap sebelumnya kemudian akan diolah lebih lanjut oleh peneliti dengan menggunakan aplikasi NodeXL untuk memperoleh informasi mengenai jaringan pengguna. Dengan menggunakan analisis jaringan sosial, peneliti dapat mengidentifikasi YouTuber penting, serta jenis, struktur, dan perkembangan jaringan yang diciptakan di sekitar mereka. Peneliti akan melakukan analisis jaringan komentar pengguna dengan memanfaatkan metrik analisis jaringan NodeXL, ditambah dengan visualisasi grafik jaringan (Schneiderman, 2020, hlm. 190) untuk mendapatkan data *network* yang kemudian diolah dengan menggunakan aplikasi NodeXL untuk mengetahui struktur jaringan berupa *density*, diameter, *reciprocity* dan sentralitas tingkatan, struktur grup (*modularity* dan *cluster* yang terbentuk), serta sentralitas aktor (*betweenes*, *closeness*, *degree centrality*) pada kolom komentar video tersebut.

Selain jaringan, dalam komentar terdapat kumpulan rangkaian kata dalam komentar yang dapat dianalisa secara terpisah dengan menggunakan aplikasi Netlytics. Dari kata-kata ini akan didapat kata-kunci yang sering dipergunakan oleh YouTuber dalam memberikan komentar. Kata kunci tersebut dapat dimaknai sebagai munculnya sinyal positif atau negatif terhadap organisasi.

## **TEMUAN HASIL DAN DISKUSI**

### **Profil Kanal Youtube Cokro Tv**

Cokro TV merupakan sebuah kanal di platform YouTube dengan *id* kanal sebagai berikut: UC1dx8HeC0DmLKAMun2fQlMA. Deskripsi dari kanal Cokro TV adalah menyajikan tayangan alternatif yang menggembirakan. Sejauh ini, Cokro TV memiliki 1,86 Juta pelanggan. Bergabung sejak 8 Agustus 2018, hingga saat ini telah ditonton lebih dari 595,87 juta kali.



Gambar 1. Cover Kanal Cokro YouTube TV  
Sumber : YouTube Cokro TV

Kanal ini memiliki deretan *playlist video* dan kolom Simak Pilihan Kami. Dalam *Featured Channel* terdapat kanal GunRomli dan Geolive. Kanal ini juga menautkan beberapa link yaitu laman web Cokro.tv, FB Page CokroTV, Twitter @CokroTV dan Instagram cokro.tv.

### Temuan Pada Pengumpulan Data Komentar

Peneliti melakukan pengumpulan komentar dengan menggunakan aplikasi *Video Info and Comments Module* pada *YouTube Data Tools Digital Method Initiative*. Peneliti memasukkan *id Video* yang dapat ditemukan dalam URL yaitu *lmBJxHNCU5I*. *Limit* untuk *top level comments* dikosongkan. Setelah itu dilakukan pengaturan file format yang akan dihasilkan dari proses yaitu berbentuk file csv dan gdf.

Parameters	
Video id:	<input type="text" value="lmBJxHNCU5I"/> (video ids can be found in URLs, e.g. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=aXnaHh40xnM">https://www.youtube.com/watch?v=aXnaHh40xnM</a> )
Limit to:	<input type="text"/> top level comments (ranked by relevance, leave empty for no limit)
HTML output:	<input type="checkbox"/> (displays HTML result tables in addition to file exports)
File format:	csv <input checked="" type="radio"/> / tab <input type="radio"/>

Gambar 2. Tampilan YouTube Data Tools, Video Info and Comments Module  
Sumber : Sumber : DMI Tools, 3 Juni 2022

Setelah dilakukan proses, hasilnya diperoleh 2110 komentar dengan 1700 komentar utama, sisanya merupakan komentar balasan dari komentar utama. Kemudian temuan selanjutnya adalah metadata video seperti judul video, deskripsi video, nama akun/YouTuber pengunggah, *tag* yang dipilih oleh pengguna, kategori video, data jumlah penayangan video, jumlah *like* (*dislike*) tanggal publikasi, komentar video oleh pengguna.

Tabel 1. Metadata Video yang diteliti  
 Sumber : DMI Tools, 3 Juni 2022

ID Video	lmBJxHNCU5I
Tanggal Tayang	19/05/2021 11.26:11
<i>published_unix</i>	1621423571
Judul	RRI MENJADI MEDIA PROPAGANDA PKS DAN FPI? I Shelter CSW
Deskripsi	Sungguh mengejutkan, lembaga penyairan publik seperti RRI yang mestinya mengabdikan pada masyarakat malah terindikasikan mengabdikan pada PKS dan FPI. Menjadi corong mereka dalam mempromosikan. Simak lebih lanjut dalam Shelter CSW: RRI Menjadi Propaganda PKS dan FPI?
Id Kanal	UC1dx8HeC0DmLKAMun2fQlMA
Nama Kanal	CokroTV
Durasi	PT7M7S
Kualitas Gambar	Hd
Jumlah Penayangan	203682
Jumlah Like	5537
<i>favoriteCount</i>	0
Jumlah Komentar	2167
<i>Status</i>	public
<i>License</i>	youtube
<i>Embeddable</i>	1

Informasi video yang diteliti adalah video ini diunggah pada tanggal 19 Mei 2021 pada pukul 11.26 dengan judul RRI MENJADI MEDIA PROPAGANDA PKS DAN FPI? I Shelter CSW. Video ini memiliki durasi sepanjang 7 menit 6 detik dan dilengkapi dengan deskripsi “Sungguh mengejutkan, lembaga penyairan publik seperti RRI yang mestinya mengabdikan pada masyarakat malah terindikasikan mengabdikan pada PKS dan FPI. Menjadi corong mereka dalam mempromosikan. Simak lebih lanjut dalam Shelter CSW: RRI Menjadi Propaganda PKS dan FPI?” (Cokro TV, 2021).

Video ini diunggah dengan format *High Definition*, berstatus publik sehingga bisa diakses oleh pengguna umum, total tayang sebanyak 203.664 dengan jumlah *like* sebanyak 5.537 dan dikomentari sebanyak 2.167. Video ini juga dapat disematkan pada aplikasi jejaring lainnya seperti WhatsApp, Facebook, Twitter.

Dari batasan rentang waktu komentar yang diteliti yaitu tanggal 19 Mei 2021 hingga 18 Juni 2021, terdapat empat komentar yang harus dihapus karena diunggah diluar batas waktu ditentukan, sehingga jumlah komentar yang akan dianalisa lebih lanjut berjumlah 2163.

Tampilan data file tabular komentar dihasilkan oleh modul DMI dalam format csv. File format ini dapat dibuka dengan menggunakan aplikasi Excel pada

Microsoft Office dan sejenisnya. File ini menampilkan teks komentar, jumlah balasan dari komentar, jumlah like, waktu tayang, nama penulis komentar dan Channel Id penulis komentar.

Tabel 2. Tampilan data file tabular 3 komentar dengan *like* terbanyak  
 Sumber: DMI Tools, 3 Juni 2022

<i>ID</i>	<i>Reply Count</i>	<i>Like Count</i>	<i>Published At</i>	<i>Author Name</i>	<i>Text</i>	<i>Author Channel Id</i>	<i>Author Channel Url</i>
Ugy9JeOvRrjgtpj_Kh4AaABAg	84	390	19/05/2021 11.30	vega Baroes	Lembaga pemerintah saja sudah disusupi para kadrun.woi bangun bangsaku,pancasila dalam bahaya.	UC_knXZ5qy5JpCQJOApKgApQ	<a href="http://www.youtube.com/channel/UC_knXZ5qy5JpCQJOApKgApQ">http://www.youtube.com/channel/UC_knXZ5qy5JpCQJOApKgApQ</a>
UgxSKPYVCYIogeXF5Y14AaABAg	83	332	19/05/2021 11.42	Andrey Thunggal	Ga heran. Ini menjadi Pe-Er besar untuk kita semua, setidaknya untuk masa depan bangsa kita.	UC6L8AjiMOB5s7D57P9OE2-w	<a href="http://www.youtube.com/channel/UC6L8AjiMOB5s7D57P9OE2-w">http://www.youtube.com/channel/UC6L8AjiMOB5s7D57P9OE2-w</a>
UgyhVEbGdIWnvBiLugd4AaABAg	36	313	19/05/2021 12.42	Shopee nesia Shopee nesia	Beneran ini.. Kakak saya sempat ambil kuliah karyawan di STT RRI Malang beberapa tahun lalu. Terus katanya keluar gara2x dosennya radikal.. Eh ga taunya Cokro TV bikin video ini, jadi tambah yakin..	UC-ELjJQX8MDZ7TcVxWIw	<a href="http://www.youtube.com/channel/UC-ELjJQX8MDZ7TcVxWIw">http://www.youtube.com/channel/UC-ELjJQX8MDZ7TcVxWIw</a>

### Temuan Struktur Jaringan

Jaringan terbentuk dengan tipe grafik terarah (*directed*) dengan jumlah akun komentar yang terpetakan (*vertices*) ada sebanyak 1737. Kebanyakan pengguna memberikan komentar tanpa terhubung dengan komentar lainnya, sehingga jumlah ikatan antar pengguna (*edge*) yang terbentuk hanya berjumlah 287. Dari angka ini, 16 diantaranya membentuk *self loop* atau

terhubung dengan dirinya sendiri karena mengomentari komentar yang dibuatnya sendiri sebelumnya.

Tabel 3. Overall Metrics  
 Sumber : NodeXL

Graph Metric	Value
Graph Type	Directed
Vertices	1736
Unique Edges	287
Edges With Duplicates	0
Total Edges	287
Self-Loops	16
Reciprocated Vertex Pair Ratio	0
Reciprocated Edge Ratio	0
Connected Components	1500
Single-Vertex Connected Components	1484
Maximum Vertices in a Connected Component	209
Maximum Edges in a Connected Component	251
Maximum Geodesic Distance (Diameter)	8
Average Geodesic Distance	4,068978
Graph Density	0,0000899746344572969
Modularity	0,740078
NodeXL Version	1.0.1.449

Temuan selanjutnya adalah data diameter jaringan atau jarak antara dua simpul yang terjauh dari satu sama lain (Shneiderman, 2020). Jarak diameter terjauh adalah 8 dan diameter rata-rata bernilai 4,068978. Data ini menunjukkan jarak antar aktor yang terhubung oleh beberapa aktor lain. Dengan kata lain, jarak antar aktor yang terbentuk berjauhan. Hal ini menyebabkan menyebabkan percakapan aktif antar aktor tidak mudah terbentuk.

*Graph Density* atau kerapatan grafik adalah angka yang menunjukkan prosentase kemungkinan tepi yang direalisasikan yang menunjukkan tingkat keterhubungan simpul-simpul dalam jaringan (Shneiderman, 2020) . *Graph Density* dalam jaringan ini tercatat 0,0000899746344572969. Hal ini menunjukkan jejaring sosial umumnya tidak terlalu rapat yang berarti interaksi umumnya terjadi 1 arah saja , komentar yang muncul hanya

menanggapi video yang diposting tetapi tidak memancing perbincangan antar aktor

*Reciprocated Vertex* hanya berlaku untuk jaringan terarah. Ini mewakili persentase pasangan node terhubung yang dihubungkan oleh berarah ujung-ujungnya menunjuk ke dua arah *Sedangkan reciprocated edge* mewakili persentase dari edge yang timbal balik. (Shneiderman, 2020). Pada jaringan, *Reciprocated vertex pair ratio* dan *reciprocated edge* bernilai 0. Nilai tersebut menunjukkan bahwa interaksi didalam jaringan ini kebanyakan terjadi secara satu arah.

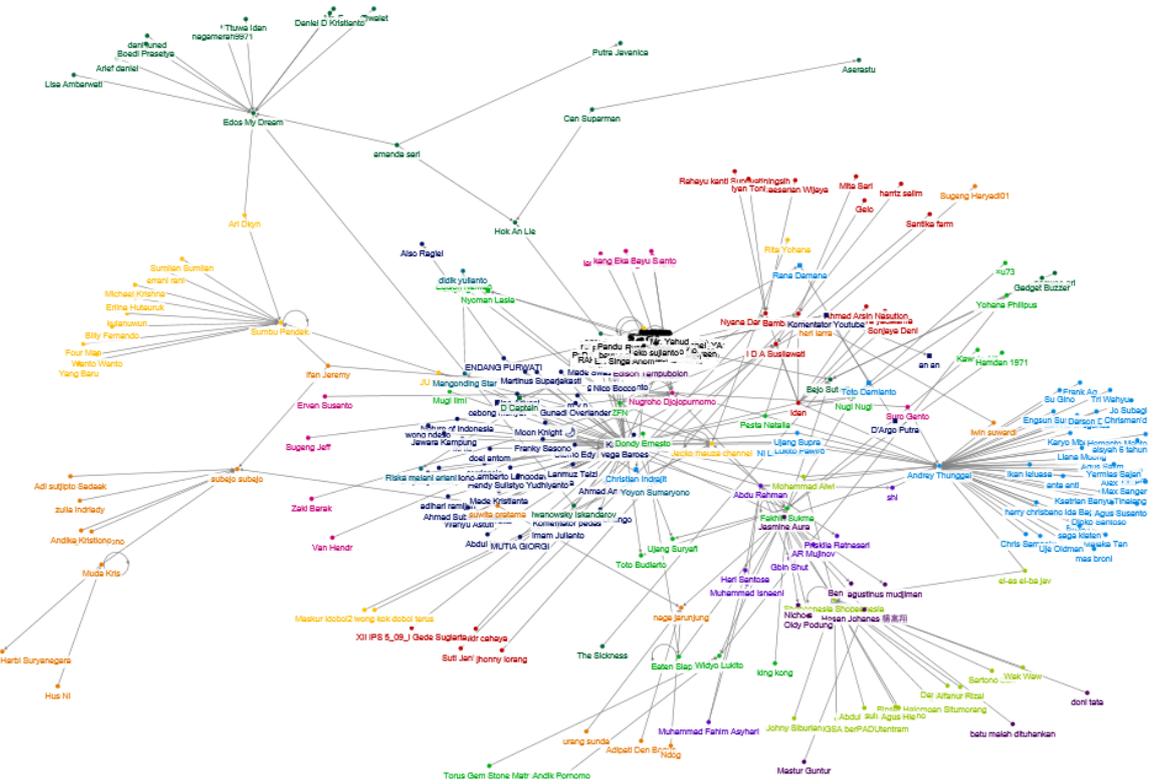
### TEMUAN STRUKTUR GRUP

Modularity atau Modularitas adalah fraksi tepi dalam-grup dikurangi fraksi tepi yang diharapkan jika tepinya didistribusikan secara acak. Modularity memiliki nilai antara -1 dan 1, Dimana nilai positif menunjukkan bahwa jumlah tepi dalam-grup lebih tinggi dari jumlah sisi yang diharapkan. Modularity pada kolom komentar video ini, sebesar 0,740078, yang menunjukkan bahwa di dalam jaringan terdapat cluster yang bersifat dominan di dalamnya. Menggunakan aplikasi Node XL didapat informasi bahwa ada 30 Grup yang terbentuk dengan 14 grup berbentuk Disk, 12 grup berbentuk solid square dan 6 grup berbentuk solid diamond.



**Gambar 3 Visualisasi Jaringan Komunikasi Layout Fruchterman-Reingo; Type : Directed. Sumber : NodeX,L 2022**

Masing-masing grup terbentuk karena komentar utama menarik minat pengguna lain untuk turut berkomentar. Sebagai contoh pada G1 ada 41 vertex, dengan pusatnya kepada Youtuber Vega Baroes karena memiliki *In Degree*, *Betweenes*, *Closeness*, *Eigenvector* dan *Pagerank* tertinggi. Antar grup dapat juga terjadi keterhubungan. Contohnya Grup 2, aktor yang dominan adalah Andrey Tunggal, namun ada keterhubungan di beberapa aktor di grup lain yaitu Vega Baroes, Nugroho Djojopurnomo.



**Gambar 4. Visualisasi Jaringan Komunikasi; Layout Harel-Koren Fast Multiscale; Type : Directed. Sumber : NodeX,L 2022**

**Temuan Aktor Yang Berpengaruh**

"*Degree Centrality*" dipergunakan untuk mengukur tingkat pentingnya sebuah akun berdasarkan koneksi yang dimiliki yang dihitung dari jumlah total dari koneksi yang terhubung ke sebuah simpul dan dapat dianggap sebagai semacam ukuran popularitas yang kasar karena tidak mengenal pemilik akun. Ada empat hal yang dapat dijadikan indikator pengukuran yaitu *Degree Centrality (In Degree dan Out-Degree)*, *Betweenness Centrality*, *Closeness Centrality* dan *Eigenvector Centrality*.

**Tabel 4 . Aktor dengan In-Degree Terbanyak Sumber : NodeXL,2022.**

Vertex	In-Degree	Out-Degree	Betweenness Centrality	Closeness Centrality	Eigenvector Centrality	Page Rank	Comment Count
vega Baroes	54	1	23460,674	0,331	0,643	0,026	4
Andrey Thunggal	43	0	13715,549	0,278	0,276	0,021	1

Shopenesia							
Shopenesia	15	1	4224,248	0,238	0,081	0,009	3
Nugroho							
Djojopurnomo	14	1	4982,924	0,264	0,075	0,008	2
Sumbu Pendek.	13	1	6364,634	0,215	0,017	0,009	4

*In-Degree* adalah jumlah koneksi yang mengarah ke dalam di sebuah simpul. Nilai ini untuk menunjukkan aktor yang kerap kali dibalas komentarnya. Lima aktor dengan in-degree tertinggi adalah akun Vega Baroes, Andrey Thunggal, ShopenesiaShopenesia, Nugroho Djojopurnomo dan Sumbu Pendek.

*Out-degree* adalah jumlah koneksi yang berasal dari suatu simpul dan mengarah keluar ke simpul lainnya (Shneiderman, 2020) Analisa nilai *outdegree* dilakukan untuk mengetahui aktor yang aktif dalam jaringan dengan sering menanggapi komentar pengguna lainnya. namun mereka tidak membuat komentar sendiri terhadap video hanya menanggapi komentar dari pengguna lain saja.

**Tabel 5 . Aktor dengan Out-Degree Terbanyak**  
**Sumber : NodeXL,2022.**

Vertex	In-Degree	Out-Degree	Betweenness Centrality	Closeness Centrality	Eigenvector Centrality	Page Rank	Comment Count
Abdu Rahman	0	12	7845,098	0,305	0,167	0,006	13
Jasmine Aura	0	11	7396,371	0,298	0,150	0,006	19
Idan	0	10	5755,133	0,288	0,142	0,006	24
ZFN	0	9	3538,596	0,261	0,111	0,005	16
Fakhih Sukma	8	6	4618,348	0,256	0,069	0,007	10
Pesta Natalia	0	5	2543,066	0,281	0,132	0,004	11

5 Aktor dengan nilai out-degree tertinggi adalah AbduRahman, Jasmine Aura, Idan, ZFN, Fakhih Sukma dan Pesta Natalia. Akun Abdu Rahman juga tercatat 13 kali menanggapi komentar pengguna lain.

**Tabel 6. Daftar Komentar akun YouTube Abdu Rahman**  
**Sumber : NodeXL 2022.**

publishedAt	Author Name	text	isReply	isReplyToName
22/05/2021 06.04	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	Nugroho Djojopurnomo
22/05/2021 06.03	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	Hari Santosa
22/05/2021 06.02	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	Fakhih Sukma
22/05/2021 06.04	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	Priskila Ratnasari

22/05/2021 06.07	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	Shopeenesia Shopeenesia
22/05/2021 06.06	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	Jecko mauza channel
22/05/2021 06.06	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	vega Baroes
22/05/2021 06.04	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	shi
22/05/2021 06.03	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	Andrey Thunggal
22/05/2021 06.02	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda, TKA cina bebas masuk Indonesia	0	
22/05/2021 06.05	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	Muhammad Isnaeni
22/05/2021 06.06	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	AR Mujinov
22/05/2021 06.05	Abdu Rahman	Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda TKA cina bebas masuk Indonesia	1	Gbin Shut

Akun abdu Rahman menanggapi komentar dari Hari Santosa, shi, AR Mujinov, Muhammad Isnaeni, Priskila Ratnasari, Gbin Shut, Fakhih Sukma, Shopeenesia Shopeenesia, Andrey Thunggal, Nugroho Djojopurnomo, Jecko mauza channel, vega Baroes dengan komentar yang sama yaitu “Viralkan korupsi merajalela ekonomi sulit hutang negara berlipat ganda, TKA cina bebas masuk Indonesia”.

*Closeness Centrality* adalah ukuran dari jarak terpendek rata-rata dari setiap simpul satu sama lain, sehingga dapat mengirimkan pesan ke orang lain dengan cepat karena hanya membutuhkan sedikit langkah (Shneiderman, 2020).

Pada jaringan komunikasi kolom komentar video ini, kembali Vega Baroes mempunyai angka *Closeness Centrality* tertinggi karena memiliki nilai mendekati 1, dan dapat disimpulkan aktor tersebut dekat dengan aktor lain dalam jaringan.

*Betweenness centrality* adalah ukuran yang menangkap berbagai jenis kepentingan: sejauh mana simpul tertentu terletak pada jalur terpendek antara yang lain dengan kata lain, ini membantu mengidentifikasi individu yang memainkan peran perantara dalam jaringan (Shneiderman, 2020). Sehingga aktor dengan nilai *betweenness centrality* tertinggi memiliki peranan penting sebagai penghubung antar kelompok dengan jaringan berbeda. Aktor dengan nilai sentralitas keberantaraan tertinggi yaitu Vega Baros, dengan nilai 23,460,674 yang berarti komentar dari aktor tersebut menjadi yang paling diperhatikan dalam kolom komentar video.

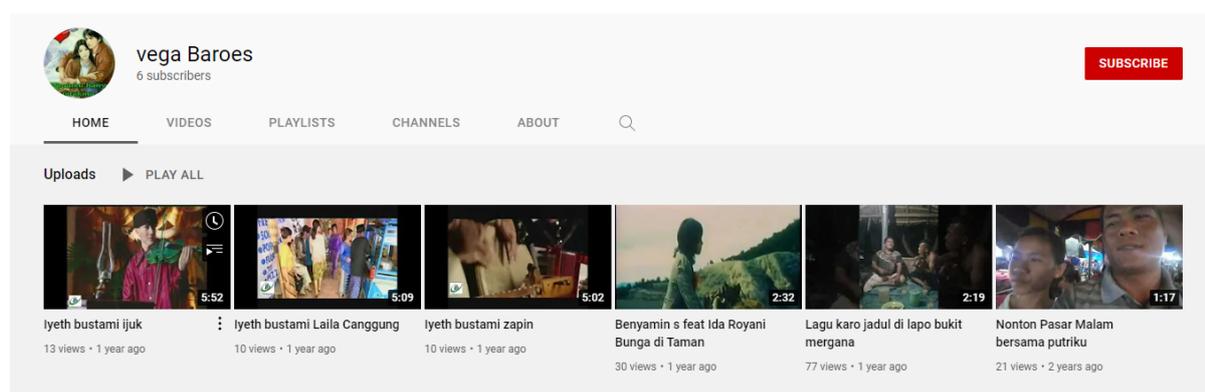
*Eigenvector centrality* (sentralitas eigenvector) mempertimbangkan berapa banyak koneksi yang dimiliki sebuah simpul dan sentralitas dari simpul yang terhubung. Tidak hanya mempertimbangkan berapa banyak orang yang Anda kenal, tetapi juga siapa saja yang Anda kenal (Shneiderman, 2020). Aktor Vega Baroes memperoleh nilai *eigenvector centrality* 0,643. Ini

menandakan bahwa aktor ini memiliki relasi dengan banyak aktor penting dalam jaringan. Dengan begitu, Vega Baroes dapat dikatakan sebagai aktor kunci karena komentarnya mendapat banyak tanggapan.

*PageRank* adalah varian dari *EigenVector Centrality* yang digunakan pada jaringan terarah. *PageRank* mempertimbangkan jumlah vertice yang terhubung ke target, sentralitas *pageRank* dari *vertice* yang terhubung dan kecenderungan tautan dari *vertice* yang terhubung.

Kembali Vega Baroes mendapat nilai tertinggi yaitu 0,026.

Dari pengukuran centrality, dapat ditemukan bahwa akun YouTube Vega Baroes menjadi aktor utama dan paling berpengaruh dengan nilai *In Degree*, *Betweenes*, *Closeness*, *Eigenvector Centrality* dan *Page rank* yang tinggi dibandingkan dengan aktor-aktor yang lain di dalam jaringan. Pengaruh komentar Vega Baroes ini cukup besar sehingga mempengaruhi aktor lainnya dengan menanggapi komentarnya.



**Gambar 6. Tangkap layar akun YouTube vega Baroes  
Sumber : YouTube**

Komentar dari YouTubers Vega Baroes yaitu “Lembaga pemerintah saja sudah disusupi para kadrin.woi bangun bangsaku,pancasila dalam bahaya.” telah dapat mempengaruhi pengguna lainnya untuk memberikan komentar dalam bentuk komentar balasan. Komentar Vega Baroes ini menjadi komentar yang mendapat tanggapan terbanyak yaitu 84 kali dan mendapat like sebanyak 390.

Akun Vega Baroes juga aktif memberikan tanggapan terhadap komentar YouTuber lainnya yaitu membalas komentar akun Iki Iki “@Iki Iki ekasila dan trisila,itu gagasan bung karnno.tergantung tuan-tuan mau yg mana kita pilih dan bisa kita peras lagi menjadi trisila.intinya Ekasila dan Trisila itu adalah sebagai pilihan atau alternatif penamaan terhadap nilai-nilai atau azas-azas yang penting substansinya tetap sama.jadi dimana mau digantinya bro,,,salam pancasila.” Kemudian Vega Baroes juga menganggapi komentar akun ZFN “@ZFN bukan komunis,para khilafah kadrin arab itu fakta bro.salam Pancasila” dan akun Hendy Sulistyio Yudhiyanto “@Hendy Sulistyio Yudhiyanto justru yg lebih bahaya yaitu,para khilafah khilafah jenggot asu kadrin biadab dari pada pki,itudlah yg dikatakan Dr.Ir.R Haidir Alwi yg langsung diundang ke timur tengah.anda termakan hoax,pki itu korban konspirasi,dijadikan kambing hitam oleh soeharto.nyatanya partai pki sampai akhir hayat Ir.soekarno tidak dibubarkan.”

## Analisis Teks

Dengan menggunakan aplikasi netlytics, dapat diketahui kata-kata yang paling sering muncul dalam komentar video. Dari analisis tersebut, ditemukan kata Kadrun merupakan kata yang paling banyak muncul dalam komentar sebanyak 47 kali, kemudian RRI 41 kali, dan pemerintah 22 kali.

**Gambar 7. Hasil analisa Netlytics terhadap kolom komentar video.**



**Sumber : Netlytics, 2022.**

Dari analisa teks yang dilakukan oleh peneliti secara manual, dalam kumpulan komentar dengan kata kunci “Kadrun”, secara umum komentar bernada negatif dengan mengkritik RRI dengan cukup tajam. Salah satunya adalah komentar yang diunggah oleh Fakhrih Sukma yang berbunyi “VIRALKAN agr kadrun2 sgera dbersihkn dr RRI n TVRI jga instansi2 lainnya trlbih jka dibiayai oleh uang rktyt. Jgn smp uang rktyt mlh dipakai unt mbiayai partai/ormas yg ingin mghncurkn NKRI”.

Pada kata kunci “RRI” komentar dari pengguna juga masih bernada negatif seperti pada komentar “Klo ini berita benar seharusnya pemerintah bertindak tegas. RRI pusat harus di selidiki. Salam NKRI harga matið” yang diunggah oleh akun Nyoman Lasia.

Dalam kata kunci “Pemerintah” kembali RRI juga mendapat sentimen negatif seperti pada komentar “Lembaga pemerintah saja sudah disusupi para kadrun.woi bangun bangsaku,pancasila dalam bahaya.” Yang diunggah oleh Vega Baroes.

## Diskusi

Video di kanal YouTube CokroTV yang berjudul “RRI MENJADI MEDIA PROPAGANDA PKS DAN FPI? I Shelter CSW”, mendapat respon cukup baik dari pengguna YouTube dengan diputar lebih dari 200 ribu kali dan mendapat ribuan like dan komentar dengan mayoritas komentar muncul pada periode waktu 1 bulan setelah video ini dipublish. Hal ini didukung oleh kanal Cokro TV yang memiliki lebih dari 1,9 juta pelanggan. Video ini telah berhasil mengundang opini publik dan membentuk jaringan komunikasi yang tertuang di kolom komentar video. Namun struktur jaringan yang terbentuk tidak rapat, kebanyakan satu arah. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna memberikan komentar terhadap video yang diunggah. Namun mayoritas komentar ini tidak memancing komentar balasan dari pengguna lainnya. Data diameter jaringan yang tinggi juga menunjukkan para pengguna yang memberikan komentar memiliki jarak keterhubungan yang jauh atau tidak saling mengenal satu sama lain. Penelitian ini juga menemukan akun Vega Baroes menjadi aktor utama dan berpengaruh. Dari analisa teks yang dilakukan menggunakan aplikasi netlytics, terungkap

dalam tiga kata kunci terbanyak yaitu Kadrun, RRI, dan pemerintah, RRI mendapat kritikan cukup tajam yang mengindikasikan RRI tidak ditanggapi oleh kepentingan apapun terutama yang bertentangan dengan NKRI.

Fase sebelum krisis ditandai dengan munculnya potensi krisis dan orang-orang akan mencoba untuk mengeliminir risiko (Coombs, 2019). Monitoring terhadap pendapat-pendapat yang muncul dalam konten media sosial seperti komentar pada video YouTube dapat membantu organisasi untuk melakukan identifikasi potensi krisis. Para pihak yang terlibat dalam manajemen krisis dapat melakukan penilaian apakah telah terjadi pelanggaran terhadap ekspektasi pemangku kepentingan dan seberapa serius masyarakat umum memaknai pelanggaran yang terjadi.

## **KESIMPULAN**

Organisasi secara berkesinambungan harus selalu memantau pemberitaan yang muncul di media dan media sosial. Organisasi harus dapat secara aktif melakukan monitoring konten dan melakukan analisis jaringan dan komentar pada konten media sosial sebagai bagian dari manajemen krisis yaitu dengan melakukan identifikasi potensi krisis. Pada penelitian yang dilakukan terhadap video berjudul “RRI MENJADI MEDIA PROPAGANDA PKS DAN FPI? I Shelter CSW” yang diunggah pada 19 Mei 2021 (Cokro TV, 2021), peneliti menilai video ini patut diwaspadai sebagai potensi krisis karena diunggah oleh akun YouTube yang memiliki jumlah subscriber cukup banyak, lebih dari 1,9 juta. Komentar yang muncul adalah respon terhadap isi konten video dan tidak memunculkan perbincangan yang aktif di antara pemberi komentar. Meskipun demikian, organisasi dapat melakukan penilaian terhadap konten dan komentar yang muncul serta melakukan manajemen krisis untuk mengatasi efek negatif dari konten video yang beredar dan komentar yang menyertainya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aco, H. (2021, Mei 14). *PSI Minta Komisi I DPR Tindaklanjuti Riset Sapta Mengenai RRI* [News]. *Tribunnews.com*. <https://m.tribunnews.com/nasional/2021/05/14/psi-minta-komisi-i-dpr-tindaklanjuti-riset-sapta-mengenai-rri>
- Adil, A. (2021, Mei). *Temuan Sapta Pratala Mengejutkan, PSI Desak DPR Copot Dirut RRI*. *JPPN.com*. <https://m.jpnn.com/news/temuan-sapta-pratala-mengejutkan-psi-desak-dpr-copot-dirut-rri>
- Akhyar, D. M., & Pratiwi, A. S. (2019). *Media Sosial dan Komunikasi Krisis: Pelajaran dari Industri Telekomunikasi di Indonesia*. 11(1), 19.
- Alfred, P. Y. (2021, Mei 14). *RRI Dibongkar Habis, Temuannya Bikin Kaget! Dirut Harus Diganti* [News]. *GenPi.co*. <https://genpi.co/gaya-hidup/104680/rri-dibongkar-habis-temuannya-bikin-kaget-dirut-harus-diganti>
- Chansanam, W., Tuamsuk, K., Kwiecien, K., & Oh, S. (2021). Korean popular culture analytics in social media streaming: Evidence from YouTube channels in Thailand. *International Journal of Advances in Intelligent Informatics*, 7(3), 329. <https://doi.org/10.26555/ijain.v7i3.769>

- Cokro TV (Direktur). (2021, Mei 19). *RRI MENJADI MEDIA PROPAGANDA PKS DAN FPI? I Shelter CSW*.  
<https://www.youtube.com/watch?v=lmBJxHNCU5I>
- Coombs, W. T. (2019). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (Fifth Edition). SAGE.
- Dahono Prasetyo, D. P. (2021, Mei 11). *Usai KPK muncul RRI. Tes Wawasan Kebangsaan Wajib Hukumnya Demi NKRI* [Blogger]. Seword.com.  
<https://seword.com/umum/usai-kpk-muncul-rri-tes-wawasan-kebangsaan-wajib-c3b5fua4rn>
- Haidar, F. (2021, Mei 9). *RRI Dinilai Membela Kaum Intoleran*. Telusur.co.id.  
<https://www.telusur.co.id/detail/rri-dinilai-membela-kaum-intoleran>
- Kasim, L. (2021, Mei 8). *Dewas Keluarkan SPRP, Dirut RRI Diminta Mengundurkan Diri* [News]. Aksara.co.  
<https://www.aksara.co/read/2021/05/08/18557/dewas-keluarkan-sprp-dirut-rri-diminta-mengundurkan-diri>
- Ko, H. K. (2020). *An analysis of YouTube comments on BTS using text mining*. 1, 10.
- Lee, M., & Yoon, H. J. (2020). When Brand Activism Advertising Campaign Goes Viral: An Analysis of Always #LikeAGirl Video Networks on YouTube. *International Journal of Advanced Culture Technology*, 8(2), 146–158. <https://doi.org/10.17703/IJACT.2020.8.2.146>
- Murthy, D., & Sharma, S. (2019). Visualizing YouTube's comment space: Online hostility as a networked phenomena. *New Media & Society*, 21(1), 191–213. <https://doi.org/10.1177/1461444818792393>
- Ninoy Karundeng, N. (2021, Mei 12). *Waspada! RRI Dukung Teroris FPI Sumbang ISIS Lewat ACT* [Fanspage]. Facebook Fanspage.  
<https://www.facebook.com/Ninoy-N-Karundeng-2116011728468685>
- O'Callaghan, D., Harrigan, M., Carthy, J., & Cunningham, P. (2021). *Network Analysis of Recurring YouTube Spam Campaigns*. 4.
- Putri, A. W., Jk, S., & Rahmanto, A. N. (2019). KOMUNIKASI KRISIS KEMENTERIAN PERTANIAN PADA KASUS PENGGEREBEKAN GUDANG BERAS PT IBU (Analisis Isi Kualitatif Menggunakan Situational Crisis Communication Theory). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 23(1), 53. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1765>
- Ronaldy. (2021, Mei 15). *Dirut RRI M Rohanudin Diduga Pro ISIS, Selain Harus Dicotot, Tim Densus 88 Periksa* [News]. Nawacitapost.com.  
<https://nawacitapost.com/hukum/2021/05/15/dirut-rri-m-rohanudin-diduga-pro-isis-selain-harus-dicotot-tim-densus-88-periksa/>
- Salma, A. N. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS DI ERA DIGITAL: PENGGUNAAN INTERNET DARI SEBELUM HINGGA SESUDAH KRISIS*. 22, 17.
- Schneiderman, B. (2020). *Analyzing social media networks with NodeXL: Insights from a connected world* (Second edition). Morgan Kaufmann.
- Shneiderman, B. (2020). Social network analysis: Measuring, mapping, and modeling collections of connections. *Analyzing Social Media Networks with NodeXL*, 31–51. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-817756-3.00003-0>

- wearesocial, Hootsuite. (2021). *Digital 2021 Indonesia*.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Yon Parjiyono, Y. P. (2021, Mei 8). *Lakukan Pelanggaran Berat, Dewas Berhentikan Dirut RRI M Rohanudin* [News]. Suara Karya.  
<https://www.suarakarya.id/metro/pr-2601700983/Lakukan-Pelanggaran-Berat-Dewas-Berhentikan-Dirut-RRI-M-Rohanudin>
- Yoon, H. J., & Lee, M. (2021). A femvertising campaign always #LikeAGirl: Video responses and audience interactions on YouTube. *Journal of Gender Studies*, 1–12.  
<https://doi.org/10.1080/09589236.2021.2012135>