

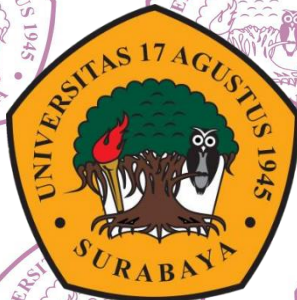
**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PENGGUNAAN
#BANGGABUATANINDONESIA SEBAGAI BENTUK
DUKUNGAN TERHADAP UMKM DI MEDIA SOSIAL
TWITTER**



**OLEH:
Mohammad Ghea Suyuti
NBI : 1151700201**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI PENGGUNAAN
#BANGGABUATANINDONESIA SEBAGAI BENTUK
DUKUNGAN TERHADAP UMKM DI MEDIA SOSIAL
TWITTER**



OLEH:

Mohammad Ghea Suyuti

NBI : 1151700201

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mohammad Ghea Suyuti

NBI : 1151700201

Judul Skripsi : Analisis Jaringan Komunikasi Penggunaan
#BanggaBuatanIndonesia Sebagai Bentuk Dukungan
Terhadap UMKM di Media Sosial Twitter

Surabaya, 7 Juli 2022


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing 1,


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103


Dr. Merry Eridha Tri Palupi, M.Si

NPP.2015018078

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diteima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :

Dewan Penguji :

1. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si

Ketua


(.....)

2. Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A.

Anggota


(.....)

3. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si.

Anggota


(.....)

Mengesahkan

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17
AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan


Dr. Dra. Avun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mohammad Ghea Suyuti
NBI : 1151700201
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Jaringan Komunikasi Penggunaan #BanggaBuatanIndonesia
Sebagai Bentuk Dukungan Terhadap UMKM di Media Sosial Twitter

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/ atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagai dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagian plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 7 Juli 2022

Y
ataan
10000
METERAN
TEMPEL
GB6D3AJX93647501



(Mohammad Ghea Suyuti)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Ghea Suyuti
NBI/ NPM : 1151700201
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“Analisis Jaringan Komunikasi Penggunaan #BanggaBuatanIndonesia Sebagai Bentuk Dukungan Terhadap UMKM di Media Sosial Twitter”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 7 Juli 2022

Yang Menyatakan,


(Mohammad Ghea Suyuti)

ABSTRAK

Dalam upaya meningkatkan perekonomian pada masyarakat Indonesia pasca pandemi covid19. Pemerintah banyak menyiapkan strategi guna menaikkan daya saing di masyarakat guna menaikkan kembali gairah ekonomi dengan membuat kampanye mulai membeli produk lokal. Gerakan kampanye untuk mendongkrak penjualan pada produk lokal oleh pemerintah Indonesia ini mulai digencarkan sejak tahun 2020, salah satunya melalui pembuatan hastagh #BanggaBuatanIndonesia yang digaungkan di sosial media Twitter. Hastagh atau tagline tersebut diterapkan dalam upaya membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti membedah jaringan komunikasi yang dihasilkan dan kampanye yang dilakukan melalui sosial media twitter menggunakan pendekatan Social Networking Analysis atau SNA, dan menggunakan teori *CMC (Computer Mediated Communication)*. Pada teori CMC secara sederhana diartikan bahwa komunikasi yang terjadi antar orang, dengan menggunakan media komputer atau melalui komputer. Peneliti menggunakan web Netlytic dan aplikasi Gephi untuk mengolah data yang diperoleh dari sosial media Twitter. Dari data yang berhasil diolah, jaringan komunikasi dan kampanye #BanggaBuatanIndonesia telah terbukti terdistribusi secara masif di sosial media twitter. Pada hastagh #BanggaBuatanIndonesia masuk dalam kategori tipe relasi satu arah karena hanya ditemukan beberapa akun yang terekam aktif. Hastagh #BanggaBuatanIndonesia juga masuk dalam jenis relasi instrumental karena pada hastagh tersebut digunakan hanya untuk kepentingan individu tertentu.

Kata Kunci : Social Networking Analysis, Computer Mediated Communication, #BanggaBuatanIndonesia

ABSTRACT

In an effort to improve the economy of the Indonesian people after the COVID-19 pandemic. The government has prepared many strategies to increase competitiveness in the community in order to revive economic enthusiasm by making campaigns to start buying local products. The campaign movement to boost sales of local products by the Indonesian government has been intensified since 2020, one of which is through the creation of the hashtag #BanggaBuatanIndonesia which is echoed on social media Twitter. The hastagh or tagline is applied in an effort to help MSME actors to improve the economy in Indonesia. In this study, researchers dissect the resulting communication relationships and campaigns conducted through social media Twitter using the Social Networking Analysis or SNA approach, and using the theory of CMC (Computer Mediated Communication). In CMC theory, it simply means that communication occurs between people, using computer media or through computers. Researchers used the Netlytic web and the Gephi application to process data obtained from social media Twitter. From the data that has been successfully processed, the communication network and the #BanggaBuatanIndonesia campaign have been proven to be massively distributed on Twitter social media. The hashtag #BanggaBuatanIndonesia is included in the one-way relationship type category because only a few active accounts were found. Hastagh #BanggaBuatanIndonesia is also included in the type of instrumental relationship because the hashtag is used only for the benefit of certain individuals.

Keywords: Social Networking Analysis, Computer Mediated Communication, #BanggaBuatanIndonesia

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia – Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Naratif Kekerasan Seksual dalam Film 27 Steps of May” sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna serta adanya kesulitan – kesulitan dalam proses penulisannya. Peneliti tidak akan mampu melewati semua itu jika tanpa adanya support dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti dengan segala kerendahan hati berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing hingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik. Tanpa mengurangi rasa hormat, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. Selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si. Selaku dosen pembimbing I, yang telah berkenan menyediakan waktu dan pikiran serta dengan sabar membimbing dan memberi arahan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini, dan juga telah memberikan motivasi dan dukungan lebih kepada saya selama mengerjakan penelitian ini.
5. Ibu Fitri Noobhabiba, S.I.KOM.,M.I.KOM. Selaku dosen pembimbing II, yang telah berkenan menyediakan waktu dan pikiran serta dengan sabar membimbing dan memberi arahan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengampu Prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu bermanfaat selama masa perkuliahan beserta seluruh staff Tata Usaha yang telah membantu dalam administrasi dari awal kuliah hingga akhir.
7. Ibu saya yang selalu mendoakan akan karir dan kelancaran saya selama ini dan membesarkan saya hingga saat ini.
8. Kekasih saya tercinta Ena yang selalu menemani saya disaat saya kesusahaan maupun saat bahagia, dari dulu hingga sekarang.

9. Zainul rekan saya yang selalu membantu saya jika ada hal yang kurang paham tentang pembuatan penelitian.
10. Kerabat, teman dan sahabat yang saling mengingatkan akan informasi yang didapat dari kampus yang terkesan sangat-sangat mendadak.

Akhir kata tak henti – hentinya peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Peneliti juga berhadap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun para pembaca.

Surabaya, 7 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Tanda Persetujuan Skripsi	iii
Tanda Pengesahan Skripsi	iv
Surat Pernyataan Keaslian	v
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi	vi
Abstrak	vii
Abstract	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Konseptual	25
2.2.1 Komunikasi	25
2.2.2 Jaringan Komunikasi.....	28
2.2.3 Variabel dan Indikator Jaringan Komunikasi.....	30
2.2.4 Hipotesis Penelitian	33
2.2.5 Pengertian <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	33
2.2.6 Media Sosial	34
2.2.7 Twitter	38
2.2.8 Pengertian Hashtag.....	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Pendekatan Penelitian	43
3.4 Paradigma Penelitian.....	44
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	44
3.5.1 Objek Penelitian	44
3.5.2 Subjek Penelitian.....	44

3.6	Teknik Pengumpulan Data	44
3.7	Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Hashtag #BanggaBuatanIndonesia	51
4.2	Pembahasan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		73