

Metode Analisis dalam Media Sosial

¹Febrian Elly Sakinah Sari

²Teguh Budimanta Tarigan

Mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹Email febrianellysakinahsari3108@gmail.com

tarigant03@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi media sosial membuat terciptanya inovasi informasi yang berada didalamnya dan sangat mempengaruhi di berbagai bidang kehidupan terutama bidang komunikasi dan bidang bidang lainnya. Perkembangan tersebut dapat berupa perkembangan bersifat positif dan bersifat negatif oleh karena itu harus melakukan analisis isi sosial media sehingga dapat memaksimalkan penggunaannya.

Abstrack

The development of social media technology creates information innovation that is in it and greatly influences various fields of life, especially in the field of communication and other fields. These developments can be in the form of developments that are positive and negative, therefore we have to analyze the content of social media so that it can maximize its use.

Kata kunci: analisis isi, media sosial

PENDAHULUAN

Media sosial menjadi media informasi yang dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan dari setiap orang. Media sosial menjadi sarana yang paling tepat guna menemukan informasi yang cepat atau dikenal dengan breaking news dan mudah untuk diperoleh, bahkan dalam kemajuan di tahun-tahun selanjutnya media sosial sudah bisa diakses melalui gawai yang saat ini hampir semua orang memilikinya. Hanya dengan alat komunikasi yang ada di gengaman, seseorang bisa cepat membaca dan memperoleh informasi. Baik Disadari atau tidak, media sosial menjadi alternatif media yang paling murah dan praktis.

A. Analisis Isi

a. Defenisi Analisis Isi

Analisis isi merupakan suatu teknik yang memungkinkan seseorang menguraikan dan memahami perilaku manusia secara tidak langsung, dengan menganalisis komunikasi antara satu manusia dan manusia lainnya, dalam berbagai genre dan ragam bahasa yang digunakan, misalnya melalui buku pelajaran sekolah, berita media massa, esai, novel, cerpen, drama, majalah, artikel, buku petunjuk, lagu, pidato kampanye, iklan, gambar. Isi dari semua bentuk/tipe/jenis komunikasi itu dapat dianalisis karena keyakinan, sikap, nilai, dan pandangan seseorang atau kelompok orang biasanya terungkap dalam tindak komunikasi (Fraenkel dan Wallen,2006:483).¹

b. Sejarah Analisis Isi

Analisis Isi (content analysis) mempunyai sejarah yang panjang. Neuendorf menyebutkan bahwa analisis isi telah dipakai sejak 4.000 tahun yang lalu pada masa Romawi kuno. Konsep Aristoteles tentang retorika adalah salah satu pemanfaatan analisis isi, dimana pesan dibentuk dan disesuaikan dengan kondisi khalayak. Sementara Krippendorff melihat bahwa penggunaan analisis isi dapat dilacak pertama kali pada abad XVIII di Swedia, tentang peristiwa menyangkut sebuah buku populer yang berisi 90 himne berjudul Nyanyian Zion (Song of Zion) yang lolos dari sensor negara dan kontroversi di kalangan gereja ortodoks Swedia. Mereka khawatir jika nyanyian tersebut menyimpang dari ajaran gereja.²

Kalangan gereja kemudian mengumpulkan sejumlah sarjana untuk meneliti himne tersebut. Sebagian sarjana menghitung simbol-simbol agama yang ada dalam nyanyian, sementara sarjana lain menghitung simbol yang sama dalam nyanyian resmi dan membandingkannya dengan buku Nyanyian Zion. Ternyata tidak ada perbedaan di antara keduanya. Perkembangan penting analisis isi terjadi pada abad XIX ketika mulai dibukanya studi mengenai jurnalisme dan surat kabar di Amerika. Sekolah kewartawanan mulai muncul dan menimbulkan kebutuhan penelitian empiris terhadap persuratkabaran, sejak saat itu muncul analisis isi terhadap surat kabar. Krippendorff secara spesifik menyebut fase penting analisis isi terjadi pada tahun 1920-an ketika para ilmuwan sosial dari berbagai bidang secara tidak langsung menaikkan status analisis isi sebagai metode ilmiah.

c. Jenis-jenis Analisis Isi

Berdasarkan pendekatan yang digunakan, analisis isi dibagi menjadi dua pendekatan yaitu analisis isi kuantitatif (quantitative content analysis) dan analisis isi kualitatif (qualitative content analysis) yaitu:³

1. Penelitian kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah dari sampel atau populasi yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka. Pengambilan datanya disebut penelitian kuantitatif.

Lockyer mengembangkan analisis isi lebih mendalam dengan menyebutkan bahwa analisis isi yang dimaksudkan tidak saja berupa narasi tertulis yang diambil dari koran, majalah, acara TV, naskah pidato, tetapi juga melebar hingga arsitektur, model pakaian, bahkan perkantoran, rumah makan dan sarana-sarana di ruang publik. Misalkan kita ingin mengetahui apakah lagu-lagu di Indonesia saat ini lebih berorientasi cinta atau kritik sosial, apakah sinetron di televisi lebih mengungkapkan kehidupan hedonistis daripada realistis, apakah surat kabar A menunjukkan sikap konservatif, apakah pidato tokoh politik cenderung menggunakan kata-kata abstrak dan sloganistis, dan sebagainya.

Analisis isi kuantitatif menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Maka tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap merupakan

¹ Sumarno. "Analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra" jurnal elsa 18, hal 2

² Jumal Ahmad. "Desain Penelitian Analisis Isi (content Analysis)" hal 3

³ Henri Subiakto, - (1990) Analisis Isi Siaran Berita Nasional Televisi Republik Indonesia. FISIP UNAIR, Surabaya. Hal.165

representasi dari seluruh populasi. Maka secara umum analisis isi kuantitatif adalah teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis komunikasi yang tampak (manifest), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel dan dapat direplikasi. Karena peneliti harus menjaga sifat objektif dan valid maka dalam analisis data, peneliti tidak boleh mengikutsertakan analisis dan interpretasi yang bersifat subjektif sehingga hasil analisis benar-benar obyektif dan bila dilakukan penelitian oleh peneliti lainnya, hasilnya relatif sama atau tidak jauh berbeda. Analisis isi harus dikuantitatifkan ke dalam angka-angka, misalnya “70% berita Media Indonesia adalah bertema ekonomi”. Dari pengertian di atas kita bisa mengklasifikasikan karakteristik penelitian analisis isi kuantitatif sebagai berikut: ⁴

1. Prinsip Sistematis

Hal ini diartikan bahwa perlakuan prosedur yang sama pada semua isi yang dianalisis. Penelitian ini tidak dibenarkan melakukan analisis hanya pada isi yang sesuai dengan perhatian dan minatnya, tetapi harus pada keseluruhan isi yang telah ditetapkan untuk diteliti serta telah ditetapkan dalam memilih populasi dan sampel.

2. Prinsip Objektif

Ini berarti hasilnya tergantung pada prosedur penelitian bukan pada orangnya, yaitu ketajaman kategorisasi yang ditetapkan, sehingga orang lain dapat menggunakannya apabila digunakan untuk isi yang sama dengan prosedur yang sama pula walaupun penelitiannya berbeda.

3. Kuantitatif

Diartikan dengan mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk melukiskan berbagai jenis isi yang didefinisikan.

4. Isi yang Nyata (Manifest)

Yang diteliti dan yang dianalisis adalah isi yang tersurat, tampak, bukan makna yang dirasakan oleh peneliti, hasil akhir dan analisisnya nanti menunjukkan adanya suatu isi yang tersembunyi, hal ini dibenarkan namun semuanya bermula dari analisis yang nyata.

5. Replikabel

Penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil-hasil dari analisis isi sepankang menggunakan bahan dan teknik yang sama, harusnya menghasilkan hasil yang sama. Temuan yang sama ini berlaku untuk peneliti yang berbeda, waktu yang berbeda dan konteks yang berbeda.

6. Perangkuman

Analisis isi umumnya dibuat untuk membuat gambaran umum karakteristik dari suatu isi/pesan. Analisis isi tidak berpetensi menyajikan secara detail satu atau beberapa kasus isi. Analisis isi bertipe nomotetik yang ditujukan membuat generalisasi dari pesan, bukan jenis idiographic yang umumnya membuat gambaran detail dari fenomena.

Analisis isi mengupas suatu teks dengan objektif untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi apa adanya, tanpa campur tangan peneliti. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan dan kecenderungan tertentu dari peneliti. Hasil analisis isi benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks dan bukan akibat subjektivitas peneliti. Untuk mendapatkan hasil yang objektif, ada dua aspek penting yang harus diperhatikan, yaitu validitas dan reabilitas. Validitas berkaitan dengan apakah analisis isi mengukur apa yang benar-benar diukur. ⁵

Sementara reabilitas berkaitan dengan apakah analisis isi akan menghasilkan temuan yang sama walaupun dilakukan oleh orang yang berbeda. Misalnya, penelitian tentang Pilkada Jakarta, peneliti yang berbeda (satu orang Indonesia dan satu orang luar negeri) yang meneliti bahan yang sama, seharusnya menghasilkan temuan yang sama. Meskipun latar belakang berbeda, hasil dari

⁴ Sumarno. “Analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra” jurnal elsa 18, hal 4

⁵ Eriyanto, Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, hal. 26

analisis isi haruslah sama. Hal ini karena analisis isi didasarkan pada penelitian yang objektif dan menghilangkan bias atau kecenderungan subjektif peneliti. Maka secara umum, penilaian validitas penelitian kuantitatif dapat dilihat dalam validitas internal dan validitas eksternal berikut:

1. Validitas internal, mencakup:
 - a. Apakah alat ukur sesuai dengan apa yang diukur.
 - b. Pemilihan teori dan konsep
 - c. Pengukuran konsep (reabilitas) yaitu pada definisi operasional
2. Validitas eksternal

a. Pemilihan sampel, apakah sudah representatif atau belum, karena riset kuantitatif dimaksudkan untuk melakukan generalisasi hasil riset, artinya temuan data pada kelompok sampel tertentu dianggap mewakili populasi yang lebih besar.

b. Kemungkinan penelitian mampu diterapkan pada konteks dan waktu yang berbeda, dan bahwa jika ada peneliti yang melakukan penelitian yang sama maka ada kemungkinan bahwa hasil temuannya tidak akan jauh berbeda.

Ada beberapa langkah yang perlu dilakukan untuk melakukan analisis isi ini, yaitu:

1. Merumuskan masalah penelitian;
2. Melakukan studi pustaka;
3. Menentukan unit observasi dan unit analisis;
4. Menentukan sampel;
5. Menentukan variabel;
6. Membuat kategorisasi dan pedoman pengodingan;
7. Mengumpulkan data;
8. Melakukan koding data (data coding);
9. Mengolah data;
10. Menyajikan data dan memberikan interpretasi
11. Dan terakhir adalah menyusun laporan hasil penelitian. ⁶

Maka dapat disimpulkan bahwa analisis isi kuantitatif lebih memfokuskan pada isi komunikasi yang tampak (tersurat/manifest/nyata). Sedangkan untuk menjelaskan hal-hal yang sifatnya tersurat (laten), misalkan ideologi atau politik bahasa yang terkandung dalam suatu berita, maka dilakukan analisis isi kualitatif. Dalam perkembangan studi ilmu komunikasi, metode analisis isi kualitatif berkembang menjadi beberapa varian metode yang akan dibahas pada bagian analisis isi kualitatif, antara lain: analisis isi wacana, analisis isi semiotika dan analisis isi hermeneutika.

Berikut ini contoh analisis isi kuantitatif oleh Darwis Sagita yang meneliti kecenderungan isi berita media online tentang pernyataan Gubernur Ahok ketika mengutip Al-Quran Surat Al-Maidah Ayat 51 dengan judul “Analisis Isi Berita Pernyataan Kontroversial Gubernur Basuki Cahya Purnama tentang Isu Penistaan Agama pada Media Online. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif dan teknik analisis isi kuantitatif, penelitian deskriptif digunakan untuk mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara dalam masyarakat dan situasi tertentu, termasuk hubungan, kegiatan, sikap dan pandangan yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.⁷

2. Penelitian kualitatif Penelitian kualitatif dipengaruhi oleh paradigma naturalistik-interpretatif. Dimana peneliti berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya sehingga penelitian ini sangat memperhatikan proses, peristiwa, dan otensitas. Menggunakan metode analisis isi harus mengamati fenomena komunikasi, dengan merumuskan dengan tepat apa yang diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut. Selanjutnya memilih unit analisis yang akan dikaji, memilih objek penelitian yang menjadi sasaran analisis. Apabila objek penelitian berhubungan

⁶ Sumarno. “Analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra” jurnal elsa 18, hal 6

⁷ Darwis Sagita, Analisis Isi Berita Pernyataan Kontroversial Gubernur Basuki Cahya Purnama tentang Isu Penistaan Agama pada Media Online, Jurnal Ilmu Komunikasi, FISIP UNTIRTA

dengan data-data verbal maka perlu disebutkan tempat, tanggal dan alat komunikasi yang bersangkutan. Namun, kalau objek penelitian berhubungan dengan pesan-pesan satu dalam suatu media, perlu dilakukan identifikasi terhadap pesan dan media yang mengantarkan pesan itu. Krippendorff menyebutkan beberapa bentuk klasifikasi dalam analisis isi, yaitu: ⁸

1. Analisis Isi Pragmatis; Di mana klasifikasi dilakukan terhadap tanda menurut sebab akibatnya yang mungkin. Misalnya, berapa kali suatu kata tertentu diucapkan yang dapat mengakibatkan munculnya sikap suka terhadap suatu produk.
2. Analisis Isi Semantik; Dilakukan untuk mengklasifikasikan tanda menurut maknanya.
3. Analisis Sarana Tanda; Dilakukan untuk mengklasifikasikan isi pesan melalui sifat psikofisik dari tanda, misalnya berapa kali kata cantik muncul, kata seks muncul.

Metode analisis isi kualitatif yang penulis bahas dalam artikel ini adalah Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Hermeneutika.

- 1) Analisis Semiotik (Semiotik Analysis) Semiotika adalah ilmu tentang tanda. Istilah ini diambil dari kata Yunani Semeion yang berarti “tanda”. Tanda ada dimana-mana, bisa berupa kata, gambar, bunyi, struktur karya sastra, struktur film, struktur musik dan sebagainya. Semiotik juga merupakan suatu ilmu yang mengkaji gejala kebudayaan dengan memahami makna tanda-tanda kehidupan. Semiotik sering digunakan sebagai sebuah pendekatan dalam analisis teks, baik verbal maupun non verbal Semiotika di bidang komunikasi tidak terbatas, misalnya saja bisa mengambil objek penelitian, seperti pemberitaan di media massa, komunikasi periklanan, tanda-tanda nonverbal, film, komik kartun, dan sastra sampai kepada musik.

Contoh penelitian analisis dengan metode semiotika dalam bidang komunikasi adalah penelitian iklan sabun kecantikan yang dilakukan oleh Aquarini (2004). Ia mengambil sejumlah sampel iklan sabun mandi LUX yang dibintangi Tamara Blezinsky dan iklan sabun GIV yang dibintangi oleh Sophia Latjuba, iklan ini dipilih karena menurut Aquarini kedua model ini adalah wanita berdarah asing yang berkulit putih dan Aquarini melihat bagaimana iklan yang menampilkan artis cantik ini menampilkan citra keunggulan kulit putih, kulit putih direpresentasikan sebagai yang disukai, diinginkan dan citra ideal perempuan.¹³ Dalam Kajian Islam, pendekatan semiotika pernah dilakukan oleh Muhammad Arkoun, lewat kajiannya ia berupaya melihat setiap teks dalam konteksnya masing-masing. Karena teks al-Qur'an tidak hanya bisa dilihat dari individualitasnya, teks selalu berada dalam jaringan terbuka yang merupakan infinitas tertinggi bahasa dan terstruktur terus-menerus. Al-Qur'an telah berdialog dengan realitas, menciptakan perubahan makna yang ditransformasikan dari makna linguistik dalam bahasa Arab kepada makna baru, dengan demikian teks telah merekonstruksi dan mentransformasikan sistem budaya tempat ia sebelumnya terbentuk⁹

Asumsi lainnya mengatakan bahwa teks yang sedang dibaca adalah suatu korpus (al-Qur'an) yang bersifat terbuka. Di dalam teks Qur'ani mengatakan sesuatu, mengungkapkan suatu komunikasi, memberikan sesuatu untuk dipikirkan. Isi komunikasi inilah yang harus terus menerus dieksplorasi ketika membaca suatu teks

- 2) Analisis wacana (discourse analysis) adalah suatu cara atau metode untuk mengkaji wacana (discourse) yang terdapat atau terkandung dalam pesan-pesan komunikasi baik secara tekstual maupun kontekstual. Analisis wacana barangkali merupakan kelanjutan dari analisis semiotika, karena secara historis memang lahirnya didahului oleh analisis semiotika. Dalam perkembangannya, analisis wacana memang cenderung untuk mengambil posisi sebagai metode penggali kerja ideologi dan hubungan kekuasaan dalam teks.

⁸ Sumarno. “Analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra” jurnal elsa 18, hal 9

⁹ Eriyanto, Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, hal. 29

Kendati demikian, banyak istilah yang secara mendasar diambil dari tradisi semiotika. Dalam beberapa hal, analisis semiotika berkemungkinan untuk menggali ideologi di balik teks, sehingga batas yang tegas antara kedua jenis analisis itu memang agak kabur. Preskripsi sederhana untuk memperlihatkan perbedaan keduanya kira-kira adalah bahwa analisis semiotika berupaya melihat aspek „what“ dan „how“ dari teks, sementara analisis wacana cenderung kepada menjawab pertanyaan tentang „how“ dan „why“ dari teks. Analisis wacana adalah analisis isi yang lebih bersifat kualitatif dan dapat menjadi salah satu alternatif untuk melengkapi dan menutupi kelemahan dari analisis isi kuantitatif yang selama ini banyak digunakan oleh para peneliti. Beberapa perbedaan mendasar antara analisis wacana dengan analisis isi yang bersifat kuantitatif adalah sebagai berikut.¹⁰

1. Analisis wacana lebih bersifat kualitatif daripada yang umum dilakukan dalam analisis isi kuantitatif karena analisis wacana lebih menekankan pada pemaknaan teks daripada penjumlahan unit kategori, seperti dalam analisis isi.
2. Analisis isi kuantitatif digunakan untuk membedah muatan teks komunikasi yang bersifat manifest (nyata), sedangkan analisis wacana justru memfokuskan pada pesan yang bersifat latent (tersembunyi).
3. Analisis isi kuantitatif hanya dapat mempertimbangkan “apa yang dikatakan” (what), tetapi tidak dapat menyelidiki bagaimana ia dikatakan (how).
4. Analisis wacana tidak berpretensi melakukan generalisasi, sedangkan analisis isi kuantitatif diarahkan untuk membuat generalisasi.

Salah satu pendekatan dalam analisis wacana adalah pendekatan fenomenologi, yang menganggap subjek memiliki intensi-intensi yang mempengaruhi bahasa atau wacana yang diproduksinya. Dalam pandangan ini subjek memiliki peran yang penting karena ia dapat melakukan kendali-kendali atas apa yang diungkapkannya, atas apa yang ia maksud, atas bagaimana maksud itu dikemukakan, apakah secara terselubung atau eksplisit.

Contohnya adalah analisis wacana terhadap pernyataan mantan presiden Soeharto mengajak semua pihak untuk menghormati konsensus nasional tentang keberadaan tiga kekuatan politik, yakni dua partai politik (PDI, P3) dan Golkar. Ia menegaskan penolakannya terhadap gagasan pembentukan partai politik baru. Katanya: "Marilah kita semua menghormati konsensus nasional yang telah kita mufakati dengan susah payah dan memakan waktu panjang. Janganlah konsensus nasional ini kita kotak-katik lagi hanya untuk memenuhi ambisi-ambisi pribadi dan golongan. Jika kita belum puas dengan peranan ketiga wadah kekuatan politik yang kita miliki, marilah kita perbaiki wadah yang telah ada. Bukan dengan membuat wadah baru yang sama sekali tidak jelas dukungannya dari rakyat" (Kompas Online, 18 Agustus 1996).

Seorang peneliti bisa mengajukan beberapa pertanyaan dari pidato Soeharto di atas. Apakah konsensus dan mufakat memang nyata dan benar ada dengan mempertimbangkan keterwakilan rakyat? Ataukah konsensus tersebut adalah konsensus semu? Melalui analisis wacana fenomenologis ini dapat diungkap apa kira-kira maksud Soeharto mengajak masyarakat untuk melestarikan konsep dua parpol Golkar dan untuk tidak berpikiran membentuk partai baru.

- 3) Analisis Hermeneutika Secara umum Hermeneutika didefinisikan sebagai suatu teori atau filsafat tentang interpretasi makna. Kata hermeneutika berasal dari kata kerja Yunani *hermeneuein* yang memiliki arti menafsirkan, menginterpretasikan atau menterjemahkan. Hermeneutika memiliki asosiasi etimologis dengan nama dewa mitologi Yunani, Hermes, yang bertugas menyampaikan dan menerjemahkan pesan-pesan Tuhan kepada manusia ke dalam bahasa yang dapat dimengerti manusia. Fungsi Hermes sangat

¹⁰ Sumarno. "Analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra" jurnal elsa 18, hal 11

penting, sebab bila terjadi kesalah-pahaman tentang pesan dewa akan berakibat sangat fatal bagi seluruh kehidupan manusia. Untuk itu, Hermes harus bisa merepresentasikan pesan Tuhan ke dalam bahasa pendengarnya. Contoh penelitian dengan pendekatan Hermeneutika dalam bidang Ilmi Sosial adalah “Hermeneutika Gadamerian, Kuasa Bahasa dan Wacana Politik Gus Dur” oleh Prof. Dr. Mudjia Rahardjo, M.Si. bahwa dalam proses interpretatif, menurut Gadamer, terjadi interaksi antara penafsir dan teks, dimana penafsir mempertimbangkan konteks historisnya bersama dengan prasangka-prasangka sang penafsir seperti tradisi, kepentingan praktis, bahasa dan budaya.¹¹

Pendekatan hermeneutik merupakan satu metode penafsiran yang berangkat dari analisa bahasa dan kemudian melangkah kepada analisa konteks, untuk selanjutnya "menarik" makna yang didapat kedalam ruang dan waktu saat pemahaman dan penafsiran tersebut dilakukan. Jika pendekatan ini dipertemukan dengan kajian teks al-Qur'an, maka persoalan dan tema pokok yang dihadapi adalah bagaimana teks al-Qur'an hadir ditengah masyarakat, lalu dipahami, ditafsirkan, diterjemahkan dan didialogkan dengan dinamika realitas historisnya. Oleh karena itu, perlu diperhatikan tiga hal yang menjadi asumsi dasar dalam penafsiran, yakni :

- 1). Manusia sebagai penafsir ayat.
- 2). Penafsiran tidak akan lepas dari kajian bahasa, sejarah dan tradisi,
- 3). Tidak ada teks yang menjadi wilayah bagi dirinya sendiri.

Contoh pendekatan hermeneutik dalam studi Islam adalah “Hermeneutika Qur'ani : antara teks, konteks, dan kontekstualisasi : melacak hermeneutika Tafsir Al-Manar dan Tafsir Al-Azhar” oleh Fakhruddin Faiz. Dalam kajiannya, Faiz menyebutkan bahwa cara Tafsir al-Manar dan Tafsir al-Azhar dalam mengolah teks yang berbentuk kata, kalimat ataupun ayat dan surat, dan kedua tafsir tersebut secara umum berupaya menggali dan melacak makna yang ada di balik apa yang disimbolkan oleh teks. Kedua tafsir tersebut bercorak hermeneutik, sebab kedua tafsir tersebut dari aspek teks, kontek, dan kontekstualisasi kedua tafsir tersebut amatkental, walaupun tak dapat diingkari bahwa ketiga aspek tersebut masih jarang dapat berjalan secara bersama-sama.

d. Kelebihan dan Kekurangan Analisis Isi

Apabila dibandingkan dengan penelitian lapangan, analisis isi relatif lebih mudah dilakukan serta memiliki beberapa kelebihan, yaitu:

1. Lebih hemat waktu, tenaga dan biaya;
2. Analisis isi lebih aman dilakukan;
3. Analisis isi memungkinkan kita meneliti dalam jangka waktu yang sangat panjang;
4. Analisis isi tidak memiliki efek sosial karena objeknya bersifat pasif.

Meskipun demikian, analisis isi memiliki beberapa kelemahan, yaitu:

1. Peneliti memiliki keterbatasan kemampuan merekam data; pada masalah validitas data;
2. Informasi yang digali sangat banyak, sehingga memerlukan kehati-hatian dan kejelian peneliti terutama saat melakukan koding data.

B. PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Salah satu keajaiban di masa sekarang adalah perkembangan dan penggunaan teknologi yang belum pernah terjadi sebelumnya yang mendukung adanya interaksi sosial. Media sosial telah

¹¹ Edi Mulyono, M.Ag., dkk., Belajar Hermeneutika: Dari Konfigurasi Filosofis menuju Praksis Islamic Studies, Cetakan kedua, (Jogjakarta:IRCISOd, 2013), hal. 15

menimbulkan cara baru yang radikal untuk bekerja, bermain, menciptakan makna, bertukar informasi antara satu individu dengan individu lainnya yang tidak bertemu langsung. Jutaan orang sekarang merajut hubungan sosial melalui email, facebook, twitter, SMS, Instagram, dan sebagainya. Peran media sosial adalah menghubungkan pengguna dengan orang-orang yang diinginkan atau orang-orang yang mereka sayangi. Semakin banyak orang mengakses media sosial dengan menggunakan perangkat seluler sebagai upaya untuk menyampaikan pesan pada pihak lain secara real time. Di balik firewall berbasis organisasi, sejumlah alat media sosial "Enterprise 2.0" menggemakan alat "Web 2.0" di Internet publik. Cara baru yang telah diadopsi dan disesuaikan kebutuhan dan kondisi seseorang. Teknologi media sosial ini diciptakan sebagai bentuk upaya untuk memenuhi berbagai kebutuhan seseorang yang semakin dinamis dan berkembang dalam berkomunikasi dengan pihak lain.¹²

Meskipun berkembang di mana-mana, teknologi media sosial mempunyai potensi untuk berkembang dari waktu ke waktu. Pengembangan teknologi media sosial bukanlah hal sederhana, hal ini tidak lepas dari interaksi yang kompleks antara praktik sosial dan infrastruktur teknologi. Sebagai ilustrasi, arsitek akan memberi tahu Anda bahwa desain fisik bangunan atau kota dapat secara dramatis mempengaruhi cara orang berinteraksi satu sama lain. Pemberian materi pelajaran di sebuah ruangan kelas dengan kursi yang diatur dalam lingkaran versus kursi yang diatur dalam barisan menghadap ke depan mengundang berbagai bentuk partisipasi siswa. Meski tata letak fisik tidak sepenuhnya menentukan bentuk interaksi, hal itu membuat interaksi tertentu lebih mudah dan yang lainnya lebih menantang.

Demikian pula, infrastruktur sosioteknik, atau bentuk karakteristik media sosial akan menentukan aktivitas online setiap individu dalam melakukan interaksi sosial. Munculnya media sosial merupakan jawaban dari kebutuhan individu dalam melakukan interaksi sosial dengan tujuan pertemanan, bisnis, kampanye politik, kegiatan sosial, dan lainnya. Teknologi mengubah struktur dunia material, yang pada gilirannya mengubah dunia sosial. Misalnya, situs microblogging seperti Twitter memungkinkan pertukaran singkat ideal untuk sumber daya yang tepat secara efisien atau mengetahui konferensi apa yang dihadiri oleh orang lain, sementara diskusi dan analisis mendalam tidak menentu pada platform itu sendiri.

Sebaliknya, blog tradisional tanpa batasan panjang dan dengan dukungan mereka untuk sharing multimedia dan komentar lebih cocok untuk presentasi dan percakapan yang lebih mendalam. Media lain termasuk buku, surat kabar, wiki, email, situs jaringan sosial, dan sebagainya masing-masing memiliki seperangkat properti yang menciptakan medan interaksi yang unik. Sebagai upaya untuk menciptakan media sosial yang efektif dalam memenuhi tujuan penggunaannya maka penggunaan media sosial memerlukan pemahaman tentang medan dan praktik sosial yang berkembang di sekitar penggunaannya.

Salah satu aspek paling menarik dari alat media sosial online adalah bahwa mereka menghasilkan sejumlah besar data sosial yang dapat digunakan untuk lebih memahami karakteristik orang, organisasi, dan komunitas yang telah menggunakan media sosial. Lebih khusus lagi, pengguna telah menciptakan informasi atau data relasional tentang berbagai hal, diantaranya : informasi tentang siapa saja yang terlibat percakapan dalam media sosial, siapa berkomunikasi dengan siapa, siapa yang berkomunikasi dengan siapa dalam real time, dan hal-hal apa saja yang dibicarakan diantara pengguna media sosial.

Untuk itu, di dalam makalah ini perlu diperkenalkan beberapa sistem media sosial yang sering digunakan pengguna, kerangka kerja media sosial, dan berapa sifat utama media sosial. Hal ini juga dimaksudkan untuk memperkenalkan secara informal hubungan antara sistem media sosial dan jaringan yang tercipta baik secara implisit dan eksplisit. Hal utama yang perlu dibahas dalam buku ini dengan memulai definisi media sosial, diikuti oleh kerangka kerja untuk jenis media sosial yang menarik perhatian, dan beberapa teknologi media sosial penting yang telah muncul di masa kini.

¹² Nurhadi catur dan Yuli . Metode Analisis Sosial Media Berbasis Big Data. Hal 3

Istilah terkait yang menggambarkan lebih banyak dari sistem yang berbasis online adalah Web 2.0. Pada hakekatnya Web 2.0 merupakan generasi baru atau wajah baru dari world wide web (WWW) yang lebih partisipatif. Istilah web 2.0 menjadi terkenal semenjak O'Reilly Web 2.0 Conference di tahun 2004. Web 2.0 tidak merujuk teknologi baru dalam world wide web, meskipun web 2.0 memiliki kecenderungan tertentu dalam design dan penggunaannya. Sederhananya, web 2.0 adalah klasifikasi dari web (yang kemudian berevolusi menjadi lebih dari sekedar klasifikasi atau sebuah era) yang membuat "semua orang" terhubung ke web yang mampu menyediakan dan mendistribusikan konten (teks, grafis, dll). Website yang membuat orang dapat berbagi konten di web dengan mudahnya (tidak perlu pengetahuan pemrograman pun bias berbagi data di web).

Media yang tergolong dalam web 2.0 diantaranya blog, lickr (foto sharing), youtube (video sharing), slideshare.net (presentation sharing), jaringan sosial (facebook, myspace, Friendster, linkedIn). Perintis era informasi adalah Vannevar Bush yang mencetuskan perangkat hypertext-like yang disebut "memex". Memex (singkatan dari memory extender) merupakan nama yang diberikan oleh Vannevar Bush untuk sebuah mesin teoritis yang ia usulkan dalam artikelnya "As We May Think" pada tahun 1945 pada Atlantic Monthly. Memex disebut-sebut sebagai pioner dari teknologi hiperteks yang muncul kemudian

Dalam computer, hiperteks merupakan paradigma antarmuka pengguna untuk menampilkan dokumen yang berisi referensi silang otomatis ke dokumen lainnya. Memilih hyperlink menyebabkan komputer menampilkan dokumen yang berhubungan dalam waktu singkat. Sebuah dokumen dapat dibuat secara static atau dinamik. Oleh karena itu, sebuah system hiperteks yang dikonstruksi dengan baik dapat menangani, menggunakan atau melebihi banyak interface pengguna lainnya seperti menu dan baris perintah, serta dapat digunakan untuk mengakses kedua dokumen referensi silang yang dikumpulkan secara static dan interaktif. Implementasi paling terkenal dari hiperteks adalah world wide web (WWW).

Tokoh lain pada era informasi adalah Douglas Engelbart yang melihat masa depan dengan menciptakan antarmuka grafis (windows), mouse komputer, dan konten digital multi-authored. Disadari atau tidak, pada dekade ini merupakan sebuah masa yang mempunyai upaya kuat untuk menambah kecerdasan manusia. Dengan kata lain, mereka ingin mengembangkan sistem yang "meningkatkan kapasitas manusia untuk mendekati situasi masalah yang kompleks, untuk mendapatkan kesesuaian agar sesuai dengan kebutuhannya, dan untuk mendapatkan solusi terhadap masalah" Pada akhirnya, tujuan ini perlahan diwujudkan melalui perkembangan yang luarbiasa dalam hyper-text, interaksi manusia-komputer, World Wide Web, dan telepon pintar. Seiring dunia semakin berhubungan satu sama lain, fokusnya pengembangan teknologi media sosial bukan sekedar mencerdaskan manusia tetapi juga untuk menambah pengalaman sosial dan kecerdasan kolektif.

Alat media sosial memungkinkan menyatukan pengguna media sosial secara kolektif untuk membuat, menemukan, berbagi, mengevaluasi, dan memahami informasi yang tersedia secara online. Media sosial juga memungkinkan pengguna untuk berhubungan satu sama lain, menginformasikan, menginspirasi, dan melacak orang lain. Perpaduan baru antara aksi sosial dan infrastruktur teknologi memungkinkan cara-cara baru untuk berkolaborasi. Pengguna dapat menerima rekomendasi secara personal berdasarkan kebiasaan pembelian yang dilakukan oleh ribuan orang lainnya, mengidentifikasi berita berkualitas tinggi berdasarkan voting real-time oleh orang banyak, berkolaboratif menjadi penulis ensiklopedia terbesar dan paling banyak dibaca di dunia.

C. METODE ANALISIS ISI SOSIAL MEDIA

Blaikie (2000 : 72) mengklasifikasikan tujuan penelitian ke dalam beberapa tipe yaitu exploration, description, explanation, understanding, dan prediction. Penelitian analisis media sosial merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif. Penelitian analisis media

sosial tidak menguji hubungan antar variabel tetapi mencoba untuk menggambarkan konsep atau variabel yang diteliti dengan dukungan data-data yang ada.¹³

Metode ini menggambarkan arus informasi yang membentuk sebuah jaringan komunikasi antar pengguna media sosial. Selain itu, metode ini juga akan memetakan jangkauan pesan, aktor-aktor yang terlibat dalam jaringan komunikasi untuk membicarakan, peran masing-masing aktor jumlah kelompok-kelompok yang terbentuk akibat adanya aliran arus informasi, dan juga tentang mengukur kekompakan jaringan kelompok yang terbentuk dalam media sosial. Untuk memetakan arus informasi yang membentuk jaringan komunikasi dalam media sosial dan juga mengukur efektivitas pesannya maka peneliti menggunakan salah satu software tertentu seperti NodeXL Pro, Gephy, Phytton, dan sebagainya.

a. Defenisi Konseptual

Analisis social media tidak sesederhana memantau berapa banyak pengunjung yang datang ke akun Facebook fanpage perseorangan atau perusahaan. Bentuk analisis media sosial saat ini cukup kompleks. Untuk itu, pemahaman metode analisis media sosial sebagai sarana promosi atau kampanye dirancang dengan menggunakan tiga level analisis, antara lain :¹⁴

1) Analisis media

Analisis media merupakan tahapan pertama dari sebuah evaluasi atau analisis untuk mengukur kinerja sebuah akun brand produk atau pribadi di media sosial. Analisis media sosial terdiri dari tiga aspek analisis utama yaitu reach, engagement, dan virality. Reach mengukur jangkauan pesan media sosial terhadap audiens, contohnya adalah jumlah fans atau followers, total views/unique views dan informasi mengenai demografi atau perilaku dari audiens yang diterpa pesan media sosial. Kemudian aspek kedua adalah engagement. aspek ini berusaha untuk mengukur seberapa besar aktivitas pengguna yang memproduksi konten dan juga mengukur seberapa banyak konten tersebut mendapatkan feedback dari pengguna media sosial.

2) Analisis Percakapan (conversation analysis)

Percakapan merupakan salah satu kegiatan berkomunikasi yang melibatkan partisipan atau orang lain. Percakapan bukan hanya sekadar pertukaran informasi, oleh sebab itu jika seseorang mengambil bagian didalam percakapan maka mereka termasuk ke dalam proses percakapan tersebut sehingga cara dan tujuan mengenai isi percakapan, serta bagaimana informasi disampaikan akan berpengaruh dalam kualitas penerimaan pesan atau informasi yang disampaikan. Suatu percakapan, agar informasi bisa diterima, komunikator menyampaikan informasi secara langsung atau melalui media daring dengan menggunakan kata-kata atau kalimat yang tepat, serta etika saat melakukan komunikasi.

Tahapan analisis ini masih sering kali ditinggalkan karena ketidaktahuan atau teknologi yang belum cukup memadai. Contohnya seperti ada sebuah akun brand di social media yang memiliki banyak fans atau followers dan memiliki jumlah mentions yang sangat banyak tiap harinya. Namun pernahkah melihat bahwa dari sekian banyak wall, comments, mentions yang masuk tersebut berbicara tentang apa dan bagaimana tone-nya? Analisis pada tahapan ini berusaha untuk memahami kata-kata yang paling sering digunakan oleh audiens ketika berusaha berkomunikasi dengan pengguna lainnya.

Kemudian, isu-isu yang menjadi perhatian diantaranya : banyaknya tweet dan walls di akun media sosial. Tidak hanya berhenti di situ, diperlukan mengukur dengan analisis sentiment. Dengan tiga indikasi tone positif, netral, dan negatif, berusaha memahami emosi dari konsumen dengan tiga tolak ukur tersebut. Bisa saja kehadirannya di media sosial hanya sebagai pelampiasan dari kekecewaan dari pelanggan yang tidak puas. Hal terakhir dari analisis tahapan ini adalah menggunakan pisau analisis digital etnografi. Analisis ini berbentuk kualitatif dan hasil analisisnya

¹³ Nurhadi catur dan Yuli . Metode Analisis Sosial Media Berbasis Big Data. hal 47

¹⁴ Ibid hal 47

pun berupa narasi/katakata yang hendak menjelaskan bagaimana keunikan dari persepsi atau perilaku pengguna media sosial terhadap brand tersebut di sosial media.

3. Analisis jaringan (network analysis)

Salah satu tujuan branding tentang personal dan sebuah produk/jasa di media sosial pada hakekatnya untuk menghimpun sebuah komunitas. Orang-orang tentunya akan mudah percaya jika yang memberitahukan kebaikan citra personal atau produk/jasa adalah teman, keluarga, atau tokoh masyarakat yang dikagumi.

Untuk itu, analisis pada tahapan ini berbicara mengenai tentang sejauh mana keberhasilan dalam memengaruhi influencer dan jaringan pertemanannya di sosial media. Analisis jaringan diperlukan untuk mengetahui siapa saja orang-orang yang memiliki pengaruh (influence) tinggi dalam sebuah jaringan pertemanan. Orang berpengaruh (influencer) tidak harus artis, karena bisa saja dia seseorang yang tidak pernah muncul di TV atau media massa lainnya namun sangat dikenal di media sosial. Orang berpengaruh (influencer) juga bukan buzzer karena sekarang audiens pun sudah semakin cerdas ketika seorang buzzer mulai nge-tweet karena dibayar oleh pihak tertentu. Di dalam pengukuran efektivitas media sosial, perlu dijelaskan beberapa konsep atau variabel yang perlu digambarkan dalam penelitian ini :

- a). Degree centrality, yaitu jumlah koneksi yang dimiliki sebuah node. Tingkatan (degree) memperlihatkan actor dalam jaringan sosial yang terbentuk di media sosial. Tingkatan (degree) adalah jumlah link dari dan ke aktor.
- b). Closeness centrality, yaitu jarak rata-rata antara suatu node dengan semua node lain di jaringan, sehingga ukuran ini menggambarkan kedekatan node ini dengan node lain. Semakin dekat, semakin terhubung orang tersebut dengan lainnya. Sentralitas kedekatan diperoleh dengan membagi jumlah jalur terpendek actor dengan actor lain dalam suatu jaringan.
- c). Betweenness centrality, dihitung dengan menjumlahkan semua shortest path yang mengandung node tersebut. Pengukuran ini memperlihatkan peran sebuah node menjadi bottleneck. Sentralitas keperantaraan memperlihatkan posisi seseorang atau aktor sebagai perantara (betweenness) dari hubungan satu dengan aktor lain dalam suatu jaringan. Sentralitas keperantaraan penting karena berkaitan control dan manipulasi informasi (Eriyanto, 2015 : 180).
- d). Eigenvector centrality, yaitu pengukuran yang memberikan bobot yang lebih tinggi pada node yang terhubung dengan node yang juga memiliki keterhubungan tinggi. Dapat juga dikatakan versi rekursif dari degree centrality. Secara sederhana, eigenvector bisa digambarkan sebagai seberapa penting orang yang mempunyai jaringan dengan aktor.
- e). Clustering coefficient, yang menghitung proporsi keterhubungan node di dalam kelompok. Semakin kuat ikatan kelompok (semakin tinggi clustering coefficient) maka semakin terhubung satu sama lain node-node di dalam kelompok tersebut.

b. Unit analisis, Sampel, dan Populasi

Unit analisis dalam penelitian adalah jaringan atau relasi antar pengguna di dalam sebuah platform media sosial (Facebook, Instagram, Twitter) karena pembicaraan tentang sebuah isu tertentu. Pembicaraan yang dilakukan antar pengguna media sosial bisa berjumlah ribuan mungkin jutaan orang. Hal inilah yang akan menjadi problem dalam penarikan sampel.

Penarikan sampel selalu dimulai dari populasi, dimana hasil penelitian kita akan digeneralisasikan. Penentuan populasi harus tepat, karena populasi menjadi dasar dari penarikan sampel. Populasi yang ditentukan secara salah akan mengakibatkan sampel yang diambil tidak mencerminkan populasi yang akan diteliti. Penentuan populasi pada analisis media sosial diambil berdasarkan partisipan pengguna media sosial dalam membicarakan isu-isu tertentu. Sebagai contoh, peneliti ingin memahami respon (engagement) pengguna media sosial tentang pembicaraan isu pemilihan presiden 2019. Kita dapat memahami secara jernih ukuran populasi pengguna media sosial yang membicarakan pilihan presiden setelah kita mengunduh data melalui software tertentu.

Dengan menggunakan kata kunci “presiden pilihanku 2019” maka akan terunduh data sejumlah pengguna yang telah membicarakan isu tersebut.

Bisa saja data yang kita peroleh banyak jumlahnya, dan mungkin juga data yang terambil sangat sedikit. Sekali lagi, data yang terambil sangat tergantung pada kondisi riil pengguna media yang membicarakannya. Inilah resiko dari penelitian analisis media sosial. Peneliti harus mampu memilih isu-isu yang menjadi kontroversial dan menarik menjadi pembicaraan masyarakat. Jika peneliti ingin memaksakan sebuah isu yang tidak menjadi polemik maka bisa jadi data yang terunduh sangat sedikit. Kalau data yang terambil jumlahnya sedikit dan tidak sebanding dengan kondisi riil dari jumlah penduduk dari suatu masyarakat maka akan terjadi kesalahan dalam penarikan sampel (sampling error). Ada juga kondisi populasi yang luar biasa besar karena jumlahnya mencapai jutaan orang. Hal ini akan menyulitkan peneliti dalam melakukan analisis data.

Dengan dukungan software, analisis populasi dengan ukuran besar bukan menjadi persoalan jika didukung dengan sarana prasarana yang memadai seperti : tersedia komputer dengan memori besar, server, dan bandwidth internet yang memadai. Jika tidak tersedia hal ini maka pengunduhan data dalam populasi besar menjadi sebuah kendala. Penentuan populasi dalam analisis media sosial menjadi persoalan yang serius. Akan tetapi merujuk pada pendapat Borgati dan Halgin (2009 : 161), kesulitan studi jaringan adalah tidak ada batas natural/alami seperti halnya pada penelitian kuantitatif lainnya.

Unit analisis dalam studi analisis media sosial tidak mempunyai batas-batas yang natural yang eksis sehingga bisa ditentukan sebagai populasi yang jelas. Permasalahan dalam mendefinisikan populasi tersebut tidak akan muncul pada penelitian kuantitatif lainnya---seperti survey.

Untuk mengatasi hal di atas, peneliti analisis media sosial bisa melakukan dua pendekatan berdasarkan pendapat Laumann dalam Eriyanto (2014 : 81) untuk meneliti sebuah jaringan komunikasi. Analisis pengguna media sosial pada hakekatnya adalah analisis jaringan komunikasi antar pengguna media sosial. Laumann mengidentifikasi dengan dua pendekatan utama dalam membuat pembatasan spesifik (specification boundaries). Pandangan pertama disebut pendekatan realis. Pendekatan ini melihat jaringan komunikasi yang terbentuk dalam media sosial harus dilihat apa adanya.

Peneliti tidak melakukan tindakan untuk memfilter atau membatasi dengan alasan apapun. Jika peneliti ingin melakukan pendekatan yang realis maka peneliti harus menyediakan sarana prasarana yang memadai untuk mengunduh jumlah data pengguna media sosial secara keseluruhan. Peneliti tidak diperkenankan membatasi atau memfilter jaringan komunikasi yang terbentuk diantara pengguna media sosial.

Pendekatan kedua disebut nominalis, pendekatan ini melihat bahwa jaringan komunikasi yang terbentuk diantara pengguna media sosial bisa ditentukan berdasarkan kerangka konseptual dari peneliti. Peneliti bisa mendefinisikan jaringan pengguna media sosial dan batas-batasnya sesuai dengan tujuan dan kerangka penelitian yang dipakai. Sebagai contoh, peneliti hanya ingin membatasi pembicaraan pengguna media sosial tentang pemilihan presiden 2019 pada rentang waktu dari mulai Debat Presiden I sampai dengan Debat Presiden II. Secara software, peneliti tinggal melakukan sebuah filter dengan mengambil data pengguna media sosial dari tanggal dimulai Debat I sampai pada tanggal dimulainya Debat II.

SIMPULAN

Analisis isi mengupas suatu teks dengan objektif untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi apa adanya, tanpa campur tangan peneliti. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan dan kecenderungan tertentu dari peneliti. Hasil analisis isi benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks dan bukan akibat subjektivitas peneliti. Untuk mendapatkan hasil yang objektif, ada dua aspek penting yang harus diperhatikan, yaitu validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan apakah analisis isi mengukur apa yang benar-benar diukur.

Alat media sosial memungkinkan menyatukan pengguna media sosial secara kolektif untuk membuat, menemukan, berbagi, mengevaluasi, dan memahami informasi yang tersedia secara online. Media sosial juga memungkinkan pengguna untuk terhubung satu sama lain, menginformasikan, menginspirasi, dan melacak orang lain. Perpaduan baru antara aksi sosial dan infrastruktur teknologi memungkinkan cara-cara baru untuk berkolaborasi. Pengguna dapat menerima rekomendasi secara personal berdasarkan kebiasaan pembelian yang dilakukan oleh ribuan orang lainnya, mengidentifikasi berita berkualitas tinggi berdasarkan voting.

DAFTAR PUSTAKA

- Catur, Nurhadi dan Yuli . Metode Analisis Sosial Media Berbasis Big Data.
Banyumas: SUSANTI INSTITUTE,2019
- Sumarno. “Analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra”
jurnal elsa 18, no. 2, september 2020
- Jumal Ahmad. “Desain Penelitian Analisis Isi (content Analysis)” 2018
- Eriyanto, analisis isi: pengantar metodologi untuk penelitian komunikasi dan ilmu sosial lainnya.
- Henri Subiakto, Analisis Isi Siaran Berita Nasional Televisi Republik Indonesia.
FISIP UNAIR, Surabaya. 1990,
- Sagita, Darwis, Analisis Isi Berita Pernyataan Kontroversial Gubernur Basuki Cahya Purnama tentang Isu Penistaan Agama pada Media Online, Jurnal Ilmu Komunikasi, FISIP UNTIRTA
- Mulyono, Edi, dkk., Belajar Hermeneutika: Dari Konfigurasi Filosofis menuju Praksis Islamic Studies, Cetakan kedua, (Jogjakarta:IRCiSoD, 2013)