

**SENTRALITAS AKTOR MODEL ENDORSE DI MEDIA SOSIAL
(JARINGAN KOMUNIKASI *INFLUENCER* DIGITAL MEDIA
AGENCY PT. SOSIAL COLONY INDONESIA)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



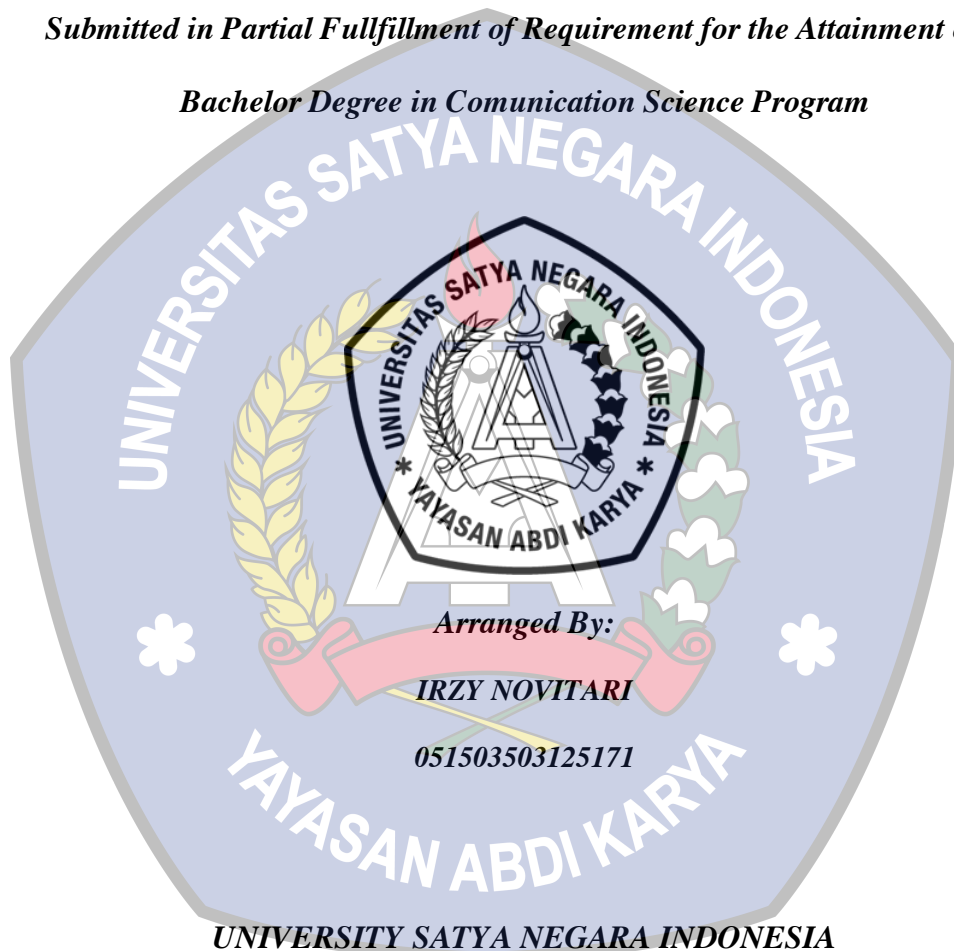
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

JAKARTA

2020

***CENTRALITY OF THE MODEL ACTOR ON SOCIAL
(SOCIAL COLONY INDONESIA DIGITAL MEDIA AGENCY
INFLUENCER COMMUNICATION NETWORK)
THE THESIS***

***Submitted in Partial Fullfillment of Requirement for the Attainment of a
Bachelor Degree in Communication Science Program***



***UNIVERSITY SATYA NEGARA INDONESIA
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE***

JAKARTA

2020

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



6000
ENAM RIBURUPIAH
(Irzy Novitari)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : Irzy Novitari
NIM : 051503503125171
JUDUL : Sentralitas Aktor Model Endorse Di Media Sosial
(Jaringan Komunikasi Influencer Digital Media Agency
PT. Sosial Koloni Indonesia)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Bertha Komala Sinambela, S.Sos., M.Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, MM)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : Irzy Novitari
NIM : 051503503125171
JUDUL : Sentralitas Aktor Model Endorse di Media Sosial
(Jaringan Komunikasi Influencer Digital Media Agency
PT. Sosial Koloni Indonesia)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 31 Agustus 2020

Menyetujui,

Ketua Penguji : **Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M** (.....)

Anggota Penguji I : **Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom** (.....)

Anggota Penguji II : **Ach. Budiman Sudarsono, S.Sos, M.Ikom** (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, MM)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Irzy Novitari
NIM : 051503503125171
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Sentralitas Aktor Model Endorse Di Media Sosial (Jaringan Komunikasi Influencer Digital Media Agency PT. Sosial Colony Indonesia)

Jumlah halaman : i-xi, 5 Bab, 95 Halaman
Bibliografi : 14 Buku (2009-2018), 4 Internet

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang Sentralitas Aktor Model Endorse di Media Sosial (Jaringan Komunikasi Influencer Digital Media Agency PT. Sosial Colony Indonesia) dengan Prespektif Analisis Crawling Data. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan penjelasan secara deskriptif.

Sebagai pisau bedah dalam penelitian, penulis menggunakan teori besar yaitu teori jaringan sosial yang diikuti dengan teori runutan komunikasi *digital marketing*. Dari besarnya data yang terkumpul dilakukan ekstrasi data menggunakan *Big Data*. Peranan aktor dalam distribusi jaringan sosial di twitter dianalisa dengan beberapa tahapan dengan menggunakan perangkat lunak tambahan Gephi.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme. Paradigma positivisme yang mengacu kepada ilmu yang bersifat empiris analitis dan di dalam penelitian ini untuk mengukur kualitas endorsment atau influencer.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan influencer dan PT. Sosial Colony Indonesia menemukan keganjalan jaringan komunikasi melalui media sosial. Jaringan influencer memiliki kendala yang ternyata tidak semua influencer mengenal satu sama lain para influencer hanya saling mengetahui dan saling berkonektor melalui media sosial.

Pada hasil analisis dengan menggunakan *software* Gephi, pada tingkat mikro dan makro endorsement sendiri juga masih tidak terlihat bahwa jaringan sosial yang dimiliki endorsement ditingkat mikro dan makro memiliki relasi yang luas, sehingga dapat dikatakan bahwa ketika endorsement di tingkat mikro dan makro tersebut tidak terlihat memiliki jaringan yang luas.

Kata kunci : Sentralitas Aktor, Endorse, Influencer, media *social*, Jaringan Komunikasi.

Pembimbing I : Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, MM
Pembimbing II : Bertha Komala Sinambela, S.Sos., M.Si

*FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE UNIVERSITY
SATYA NEGARA INDONESIA*

*NAME : Irzy Novitari
NIM : 051503503125171
STUDY PROGRAM : Communication Studies
INSTITUTION : Public Relations Centrality of Endorse Model*

*Actors in Social Media (Influencer Communication Network Digital Media
Agency PT. Sosial Colony Indonesia)*

*Number of pages : i-xi, 5 Bab, 95 page
Bibliography : 14 Book (2009-2018), 4 Internet*

ABSTRACT

This study describes the Centrality of Endorse Model Actors in Social Media (Influencer Communication Network Digital Media Agency PT. Sosial Colony Indonesia) with a data crawling analysis perspective. This research uses quantitative research methods with descriptive explanations.

As a scalpel in research, the author uses a large theory, namely the social network theory followed by the digital marketing communication sequence theory. From the amount of data covered, data extraction is carried out using Big Data. The role of actors in the distribution of social networks on Twitter is analyzed in several steps using additional Gephi software.

The paradigm used in this research is the positivism paradigm. The positivism paradigm refers to an analytical empirical science and in this study to measure the quality of endorsements or influencers.

The results of this study indicate that the relationship between influencer and PT. Social Colony Indonesia found obstruction of communication networks through social media. Influencer networks have a problem that turns out that not all influencers know each other, influencers only know each other and connect with each other through social media.

In the results of the analysis using Gephi software, at the micro and macro levels, the endorsement itself also does not show that the social networks owned by the endorsement at the micro and macro levels have extensive relationships, so it can be said that when the endorsements at the micro and macro levels have a wide network. .

Keywords: Actor Centrality, Endorse, Influencer, social media, Communication Network.

Advisor I: Dr. Radita Gora Tayyibnapis., S.Sos, MM

Advisor II: Bertha Komala Sinambela., S.Sos, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Sentralitas actor model endorse di media sosial (Jaringan Komunikasi Influencer Digital Media Agency PT. Sosial Colony Indonesia)”.

Dalam proses pembuatan Skripsi ini penulis tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, orang-orang yang terus disamping saya yang telah senantiasa mendoakan dan mendukung selama berjalannya pembuatan penelitian Skripsi ini. Dan tak lupa penulis sampaikan terima kasih kepada;

1. Dra. Merry L. Panjaitan, M.M., MBA selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia
2. Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I dan Bertha Komala Sinambela, S.Sos., M
3. Sandra Olifia., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bertha Komala Sinambela, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing II.
5. Untuk Orang Tua dan keluarga saya yang tidak henti-hentinya mendoakan serta memberikan kasih sayang dan support kepada penulis.

6. Helen Olivia, S.Ikom., M. Ikom selaku *support system* dalam mengawal pembelajaran di kampus tercinta Universitas Satya Negara Indonesia dari awal masuk kuliah hingga saat ini.
 7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia yang telah banyak memberikan ilmu dari awal perkuliahan hingga saat ini.
 8. Gerry Novandika Age, S.Sos selaku *support system* dalam mengawal pembuatan penulisan saya dari awal sampai akhir.
 9. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia umumnya, khususnya mahasiswa seperbimbingan.
 10. Terima kasih juga untuk rekan-rekan PT. Sosial Colony Indonesia.
- Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian Skripsi ini.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Penulis,



Irzy Novitari