

Politik Pencitraan dalam Wacana Gelandangan dan Pengemis: Analisis Jaringan Teks Pasca Pengangkatan Tri Rismaharini sebagai Menteri Sosial RI

Branding Politics in the Discourse on Vagrants and Beggars: Textual Network Analysis on Tri Rismaharini's Appointment as Minister for Social Affairs RI

D. Delfirman¹, Rudy G. Erwinsyah², Bilal As'adhanayadi³

^{1,2,3}Badan Riset dan Inovasi Nasional, BRIN Kampus Gatot Subroto, Jakarta Selatan, Indonesia

¹Magister Studi Pembangunan, Institut Teknologi Bandung, Bandung, Indonesia

³Magister Sosiologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

¹delf002@brin.go.id, ²rudy006@brin.go.id, ³bila001@brin.go.id

Naskah diterima: 9 Februari 2024, direvisi: 13 Mei 2024, disetujui: 2 Agustus 2024

Abstract

The issue of vagrants and beggars is often used by officials or political figures to gain public attention through news in the mass media. As happened in the news about Tri Rismaharini after being appointed as the Minister of Social Affairs of the Republic of Indonesia. This research uses the Textual Network Analysis (TNA) method on mass media coverage, then relates it to branding politics. Data collection was carried out using web scraping, by taking samples of news coverage on online news portals in the period December 2020 to January 2021. The results show that there are five main clusters in the discourse on vagrants and beggars. "Risma" and "Social" are the nodes with the highest level of centrality in the discourse, which shows high interconnectedness with other nodes. The branding politics carried out can be seen from the use of symbols that become differentiators and the authenticity raised from the central character, by showing her closeness and concern for the fate of vagrants and beggars in the capital city.

Keywords: textual network analysis, vagrants, beggars, branding politics.

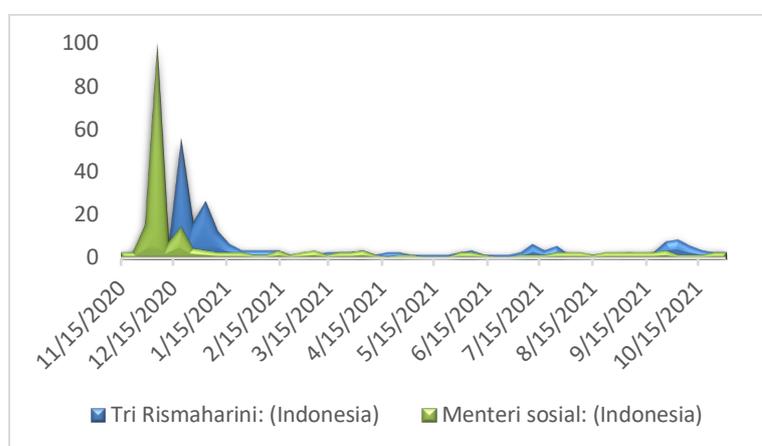
Abstrak

Isu gelandangan dan pengemis kerap digunakan pejabat atau tokoh politik untuk mendapatkan perhatian publik melalui pemberitaan di media massa. Seperti yang terjadi pada pemberitaan mengenai Tri Rismaharini setelah diangkat menjadi Menteri Sosial RI. Untuk melihat hal tersebut, penelitian ini menggunakan metode Textual Network Analysis (TNA) pada pemberitaan media massa, kemudian mengaitkannya dengan politik pencitraan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik web scraping, dengan mengambil sampel pemberitaan mengenai gepeng di portal berita online pada periode Desember 2020 hingga Januari 2021. Hasil penelitian menunjukkan ada lima kluster utama dalam wacana tentang gelandangan dan pengemis. "Risma" dan "Sosial" menjadi node dengan tingkat sentralitas tertinggi dalam wacana yang menunjukkan tingginya keterkaitan dengan node lainnya. Politik pencitraan terlihat dari aspek simbolis yang menjadi pembeda dan otentisitas yang dimunculkan, yaitu dengan memperlihatkan kedekatan dan kepeduliannya terhadap nasib gelandangan dan pengemis di ibukota.

Kata kunci: analisis jaringan teks, gelandangan, pengemis, politik pencitraan.

PENDAHULUAN

Tanggal 28 Desember 2020, mantan Walikota Surabaya Tri Rismaharini resmi diangkat oleh Presiden Joko Widodo menjadi Menteri Sosial RI periode 2020-2024 menggantikan menteri sebelumnya yang tersangkut kasus korupsi Bantuan Sosial Sembako untuk penanganan Pandemi COVID-19. Tidak perlu lama bagi Risma untuk mencuri perhatian publik dan media massa, misalnya saja seperti yang ditulis JPNN.com pada 28 Desember 2020 dengan judul “Mensos Risma Blusukan ke Bantaran Kali Temui Pemulung dan Gelandangan”. Senada juga dengan yang diberitakan oleh Kompas.com pada 29 Desember 2020 yang mengangkat kiprah Tri Rismaharini dengan judul “Hari Pertama Risma sebagai Mensos, Blusukan dan Ngobrol dengan Pemulung...”. Terdapat begitu banyak pemberitaan mengenai Tri Rismaharini selepas diangkat menjadi Menteri Sosial RI, baik di media massa maupun di media sosial. Data dari Google Trends menunjukkan tren pemberitaan mengenai Tri Rismaharini yang meningkat tajam pada periode akhir Desember 2020.



Gambar 1. Tren Pemberitaan Tri Rismaharini – Menteri Sosial RI Year on Year (November 2020 – November 2021) (Sumber: Google Trends)

Pemberitaan mengenai Risma di awal masa jabatannya sebagai Menteri Sosial RI memang didominasi oleh isu penanganan gelandangan dan pengemis, khususnya di wilayah DKI Jakarta. Kementerian Sosial RI sendiri secara kelembagaan memiliki Direktorat Khusus yang menangani permasalahan gelandangan dan pengemis, yaitu Direktorat Rehabilitasi Sosial Tuna Sosial dan Korban Perdagangan Orang (Dit TS-KPO). Selain itu, Kementerian Sosial RI juga sudah pernah melakukan berbagai studi terkait penanganan gelandangan dan pengemis, seperti penelitian mengenai rehabilitasi sosial melalui pendekatan kelembagaan bagi gelandangan dan pengemis (Wismayanti et al. 2021).

Berdasarkan data Pemerlu Pelayanan Kesejahteraan Sosial (PPKS) tahun 2019 pada Kementerian Sosial RI, jumlah tuna sosial korban perdagangan orang dan gelandangan pengemis adalah 1,04 juta jiwa. Sementara itu dikutip dari data Dinas Sosial DKI Jakarta melalui laman internet dinsos.dki.jakarta.go.id, Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) di DKI Jakarta berjumlah 4.622 orang. Data tersebut terdiri dari gelandangan berjumlah 1.044 orang, orang terlantar berjumlah 647 orang, sementara sisanya 1.602 orang lainnya sebagai kategori “PMKS lain-lain”.

Gelandangan dapat didefinisikan sebagai orang yang sehari-harinya hidup tanpa mempunyai tempat tinggal, pekerjaan, dan arah tujuan kegiatan yang tentu dan tetap (Beier and Ocobock 2008; Twikromo 1999). Sebagai gelandangan yang memiliki keterbatasan ruang lingkup

untuk mencukupi kebutuhan dasar, strategi bertahan hidup mereka adalah dengan menjadi pengemis, pemulung, pengamen, atau pedagang asongan (Murni 2016; Twikromo 1999; Wismayanti et al. 2021). Upaya bertahan hidup mereka memiliki risiko yang berat, karena beban ekonomi diri sendiri dan/atau keluarga, tekanan sosial dari masyarakat, serta penindakan dari aparat pemerintah (Lastiwi and Badruesham 2018; Rohim 2020).

Sementara itu istilah pengemis didefinisikan sebagai orang yang membutuhkan pemenuhan kebutuhan dasar seperti uang, makanan, atau tempat tinggal, dari orang lain dengan cara meminta-minta (Beier and Ocobock 2008; Irawan 2013). Dalam upaya meminta-minta, mereka menggunakan berbagai strategi seperti memakai pakaian lusuh, membawa anak kecil, menggunakan wadah kecil untuk memperlihatkan dan menempatkan uang receh yang mereka dapatkan (Irawan 2013). Kegiatan mengemis dijadikan sebagai mata pencaharian atas berbagai macam alasan, antara lain alasan faktor ekonomi, faktor sosial budaya, dan faktor psikologis (Kuntari and Hikmawati 2017).

Masalah gelandangan dan pengemis atau gepeng, telah diatur secara legal di Indonesia. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 1980 Tentang Penanggulangan Gelandangan dan Pengemis, gelandangan adalah “orang-orang yang hidup dalam keadaan tidak sesuai dengan norma kehidupan yang layak dalam masyarakat setempat, serta tidak mempunyai tempat tinggal dan pekerjaan yang tetap di wilayah tertentu dan hidup mengembara di tempat umum”. Sementara itu pengemis adalah “orang-orang yang mendapatkan penghasilan dengan meminta-minta di muka umum dengan berbagai cara dan alasan untuk mengharapkan belas kasihan dari orang lain”. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial Pasal 5 ayat (1) menjelaskan bahwa Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial ditujukan kepada: perseorangan, keluarga, kelompok, masyarakat. Dalam konteks ini gepeng (gelandangan dan pengemis) dikategorikan sebagai kelompok masyarakat yang mengalami disfungsi sosial atau Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS).

Masalah gepeng juga diatur melalui Perda DKI Nomor 8 Tahun 2007, pada pasal 40 menyebutkan bahwa setiap orang atau badan dilarang: 1) menjadi pengemis, pengamen, pedagang asongan, dan pengelap mobil; 2) menyuruh orang lain untuk menjadi pengemis, pengamen, pedagang asongan, dan pengelap mobil; 3) membeli kepada pedagang asongan atau memberikan sejumlah uang atau barang kepada pengemis, pengamen, dan pengelap mobil. Pemerintah pusat dan daerah sudah memiliki berbagai program pelayanan dan rehabilitasi bagi gelandangan dan pengemis, akan tetapi permasalahan terkait isu ini tidak pernah surut.

Dari berbagai pengertian dan penelitian tersebut, masalah gelandangan dan pengemis erat kaitannya dengan masalah kemiskinan. Dalam konteks politik Indonesia, isu kemiskinan menjadi salah satu isu yang paling populer dimainkan dalam politik pencitraan (Luhukay 2007; Sahab 2017; Bakti and Amin 2019; Sukmawati, Jufri, and Usman 2023). Selama satu dekade terakhir, tercatat banyak tokoh politik yang menonjolkan komunikasi politik melalui *blusukan* atau turun langsung ke masyarakat terutama pada daerah yang dianggap sebagai kantong-kantong kemiskinan (Panuju 2017; Zulkarnain and Harris 2017). Pada studi ini kami khusus menyoroti bagaimana komunikasi politik yang mengangkat isu gelandangan dan pengemis sebagai salah satu aspek dari kemiskinan di Indonesia. Persoalan ini menjadi isu actual pada pertempuran wacana di media massa, khususnya di ranah digital.

Politik pencitraan atau *branding politics* atau merupakan sebuah konsep yang digunakan oleh Serazio (2017) untuk menunjukkan suatu cara yang dilakukan oleh tokoh politik untuk mendekatkan dirinya kepada pasar atau dalam konteks ini adalah masyarakat umum yang akan

menjadi pemilih nanti. *Branding* merupakan sebuah cara yang sangat mengedepankan sisi emosional ketimbang rasional, hal inilah yang banyak dimanfaatkan oleh pemilik produk ketika menawarkan barang produksi ke konsumen (Thompson, Rindfleisch, and Arsel 2006). Selanjutnya Arvidsson (2005) menyebut *branding* sebagai sebuah proses dua arah yang melibatkan konsumen secara aktif untuk memberikan nilai dan pemaknaan.

Dalam *branding politics*, Serazio (2017) mengemukakan beberapa temuan dari penelitiannya, yaitu adanya penggunaan *symbolic differentiation* dan *use-value marginalization*. *Symbolic differentiation* merupakan sebuah citra pembeda yang harus dimiliki oleh para politisi agar mendapatkan perhatian dan segmentasi yang jelas dari masyarakat. Mereka harus punya sisi unik, dan sisi ini yang akan terus dieksplorasi untuk mendapatkan tempat di pasar potensialnya, misalnya seorang tokoh politik yang ingin dicap pro terhadap kebijakan pengentasan kemiskinan, hak buruh, hak perempuan dan lainnya.

Lalu, ada juga *authenticity proxies* dan *disinterested brand pose*, yang menyajikan otentisitas dari seorang tokoh politik, yaitu hal yang tidak dimiliki oleh tokoh politik lain, bahkan oleh tokoh yang paling populer sekalipun. Namun, segala otentisitas yang coba dihadirkan merupakan bentukan atau ciptaan dari beberapa pihak belakang panggung yang telah mengatur segalanya bagi mereka. Di sini peran media massa dan media sosial (Anggara, Al Hamdi, and Suswanta 2024; Samad 2024) menjadi sangat signifikan dan sentral dalam membentuk citra seorang pejabat atau tokoh politik.

Media massa memiliki kemampuan untuk mengonstruksi realitas sosial, Konstruksi realitas yang dilakukan oleh media tidak hanya melibatkan pemilihan isu atau peristiwa tertentu, tetapi juga bagaimana isu tersebut diinterpretasikan (Aristi, Janitra, and Prihandini 2021), begitu juga yang terjadi dalam isu gelandangan dan pengemis. Hal ini diperkuat oleh kehadiran media massa di *platform* digital yang memberikan banyak ruang bagi perkembangan wacana politik, karena sifatnya yang lebih cepat dalam menyebarkan pemberitaan.

Berbagai kajian pernah dilakukan untuk menganalisis wacana politik yang hadir di media digital. Tri Rismaharini atau yang dikenal publik dengan Risma memang kerap menjadi sorotan dalam pemberitaan media massa ataupun sosial media. Tidak hanya pada isu gepeng saja Risma menjadi perbincangan. Saat menjadi Walikota Surabaya beberapa kali Risma menjadi sorotan seperti pada saat terjadi pandemi COVID-19 di Surabaya, di mana terjadi konflik dalam cara penanganan dengan Gubernur Jawa Timur saat itu, yang dianalisis menggunakan konsep *framing* media (Khoirulla et al. 2021).

Penelitian yang dilakukan Nagara (2021) menganalisis peran kapital dengan perspektif Bourdieu dalam wacana pemberitaan mengenai Risma di Twitter, sehingga terlihat *mapping* dan peran-peran aktor yang berkaitan dalam wacana tersebut. Sebagai seorang pejabat pemerintah sekaligus tokoh politik, Risma memang dinilai memiliki ciri khas atau citra tersendiri dalam politik. Citra yang positif coba ditampilkan Risma dalam pemberitaan mengenai penanganan gepeng di Jakarta setelah diangkat menjadi Menteri sosial RI, dengan menggunakan strategi inklusi dan eksklusif (Prasetyo 2022). Wacana gelandangan dan pengemis pasca pengangkatan Tri Rismaharini menjadi Menteri Sosial RI ini menarik untuk ditelaah lebih dalam, agar dapat melihat pola dan makna keterkaitan antar narasi dan aktor di dalamnya.

Dari beberapa kajian yang sudah dilakukan tersebut, penelitian ini mencoba memberikan kontribusi terhadap cara untuk menganalisis *branding politics* yang dilakukan oleh pejabat publik atau tokoh politik dalam hal ini Tri Rismaharini dengan menggunakan metode dan analisis teks berbasis digital. Untuk melihat itu kami menggunakan sebuah pendekatan digital melalui metode Analisis Jaringan Teks, yang dirancang sebagai penelaah klaster-klaster dalam wacana

pemberitaan media massa. Melalui metode ini penulis ingin menawarkan salah satu alternatif dalam memahami pola komunikasi publik tokoh politik. *Branding politics* dapat dibaca melalui klusterisasi dan tingkat sentralitas kata yang didapat melalui pemberitaan di media massa. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menjawab pertanyaan: (1) Bagaimana pola klusterisasi dan tingkat sentralitas kata wacana gelandangan dan pengemis yang terbentuk pasca pengangkatan Tri Rismaharini sebagai Menteri Sosial RI? (2) Bagaimana *branding politics* yang dilakukan oleh Tri Rismaharini dalam wacana gelandangan dan pengemis?

METODE

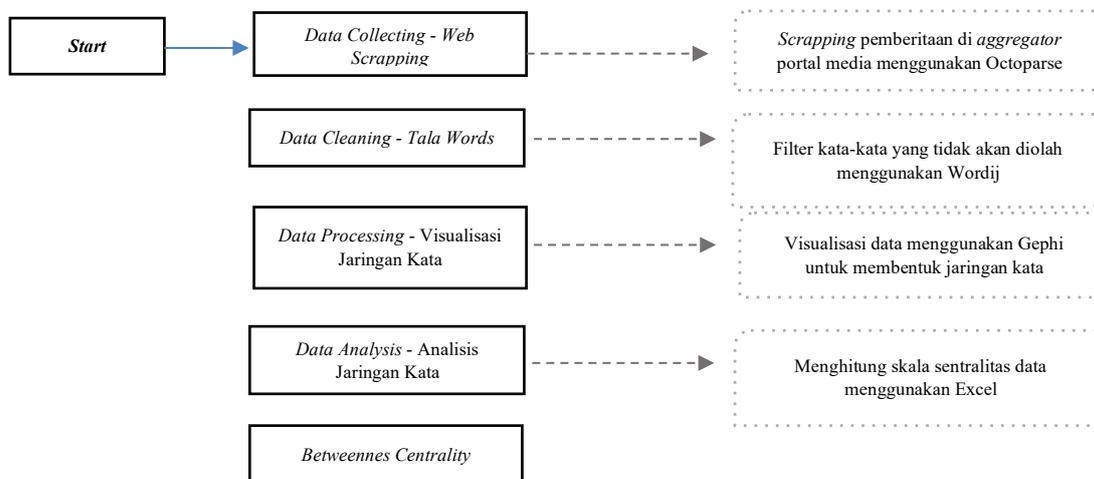
Untuk menelaah wacana gelandangan dan pengemis tersebut, studi ini menggunakan sebuah metode penelitian berbasis digital yang dikenal dengan *Textual Network Analysis (TNA)* atau Analisis Jaringan Teks. Metode ini merupakan sebuah prosedur analisis jaringan yang mengubah teks menjadi peta visual kata-kata (Dawson 2020; Segev 2020a, 2020b). Berbeda dengan *Social Network Analysis (SNA)* yang berfokus pada pemetaan aktor (Yusriyah et al. 2020; Bahri and Widhyarto 2021), metode ini berupa analisis konten yang berfokus pada jaringan kata-kata yang muncul bersama dalam teks. TNA didasarkan pada prinsip bahwa kombinasi kata-kata yang muncul bersama-sama memiliki arti dan makna yang unik. Aktor (*nodes*) dalam jaringan yang dijelaskan dalam tulisan ini adalah kata-kata yang sering muncul dalam teks. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi (a) kata-kata paling sentral dalam teks, dan (b) kelompok kata, yang mewakili kombinasi unik dari makna, topik, tema, dan bingkai (Segev 2020b).

Posisi TNA terletak di antara analisis konten dan analisis jaringan. Analisis jaringan lebih berfokus pada interaksi (*ties, links, connections, atau edges*) antara *nodes* (aktor atau simpul) dan struktur yang menyertainya. Analisis jaringan berusaha mengidentifikasi, mengukur, dan memahami dampak kekuatan ikatan antar *nodes*, posisi *nodes* dalam jaringan, dan pola kluster yang terhubung (Borgatti et al. 2009; Carley 1993, 1994; Granovetter 1973). Sentralitas suatu *nodes* dapat diukur dengan jumlah koneksi yang dimilikinya dengan *nodes* lain (*degree centrality*), jaraknya dari *nodes* lain (*closeness*), atau kemampuannya untuk menengahi antara node lain (*betweenness*). Pengukuran sentralitas yang berbeda mencerminkan aspek pengaruh sosial yang berbeda.

Selain *nodes*, TNA juga mengidentifikasi *cluster* atau kelompok kata yang sering didefinisikan sebagai sub-jaringan. Mengidentifikasi *cluster* membantu peneliti untuk memahami keterpaduan dalam jaringan, yang dapat mencerminkan modal sosial dan kepercayaan, polarisasi, homogenitas, keterbukaan untuk ide-ide baru, dan lebih umum lagi kemampuan jaringan untuk berfungsi sebagai satu kesatuan. Pada dasarnya TNA menjembatani metode kualitatif dan kuantitatif. Sifatnya lebih efektif (lebih cepat) dan lebih efisien (lebih murah) daripada pengkodean manual (Delfirman et al. 2022), serta lebih sederhana daripada pemrosesan bahasa alami, karena dapat diterapkan ke bahasa apa pun, tanpa perlu melatih algoritma dengan struktur tata bahasa.

Penggunaan TNA dalam analisis wacana adalah untuk mengidentifikasi isu terkini yang sedang terjadi sekaligus memetakan topik yang sedang diperbincangkan di media digital (Segev 2020b). Selain itu, TNA dapat digunakan untuk mendeteksi isu politik dan ekonomi yang beredar pada konten yang ada di media digital seperti artikel berita (Segev 2020a). Politik pencitraan sering menggunakan teknologi komunikasi melalui media digital (Serazio 2017; Suseno and Utami 2022), sehingga melalui TNA dapat menjadi salah satu metode yang memungkinkan untuk menyaring informasi penting, mengidentifikasi pengaruh dan koneksi, menganalisis sebaran pesan dan isu, serta memahami sentimen dan opini. Di media sosial banyak terdapat data teks

tersedia untuk dianalisis sehingga memungkinkan untuk menggali wacana dan interaksi yang terjadi di ranah digital ini.



Gambar 2. Alur Penelitian (Sumber: Segev 2020b)

Penelitian ini mengambil sampel pemberitaan mengenai gelandangan dan pengemis (gepeng) dalam satu bulan pada periode 28 Desember 2020 hingga 27 Januari 2021 di tiga portal media daring. Kami memilih portal media daring dengan jumlah pengunjung/visitor terbesar di Indonesia menurut data similarweb.com per Juni 2021, yaitu Kompas.com, Detik.com dan Tribunnews.com. Pemilihan ketiga portal media ini juga didasarkan pada jumlah terbanyak pada pemberitaan mengenai isu gelandangan dan pengemis pada periode tersebut. Penulis tidak mencoba menganalisis kecenderungan dan kepentingan politik pada ketiga media tersebut, sehingga nuansa kekhasan tiap media tidak termasuk dalam analisis.

Rentang waktu ini dipilih berdasarkan tren tertinggi isu tersebut menurut *Google Trend* (lihat gambar 1). Pengumpulan data menggunakan teknik *web scraping*. Teknik *web scraping* adalah proses pengumpulan data secara otomatis dari laman internet untuk diekstraksi ke dalam basis data yang telah dibuat (Singrodia, Mitra, and Paul 2019). Tujuan *web scraping* ini adalah untuk mengkonversikan data yang tidak terstruktur yang dikumpulkan dari berbagai laman internet menjadi data atau informasi yang lebih terorganisir (Priyanto and Ma'arif 2018; Singrodia, Mitra, and Paul 2019).

Data Collecting

Setelah menentukan *keywords* (gelandangan dan pengemis) serta sampel media dan rentang waktunya, maka proses pengumpulan data melalui metode *web scraping* bisa dilakukan. *Web scraping* dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak Octoparse versi 8.0. Perangkat ini memungkinkan proses *web scraping* berjalan secara otomatis atau tanpa proses koding yang memerlukan pemahaman lebih lanjut di bidang Teknologi Informasi. Peneliti cukup menyalin tautan hasil pencarian berita ke kolom pencarian Octoparse, lalu perangkat ini akan mendeteksi data secara otomatis. Selanjutnya adalah menentukan bagian data mana saja yang akan ditarik dan mana yang tidak, misal yang akan ditarik adalah data berupa judul artikel, tanggal, isi berita, nama situs internet dan lainnya. Setelah itu, menentukan *looping* data jika hasil pencarian berupa paginasi atau lebih dari satu halaman. Hasil *web scraping* terhadap tiga portal media daring, didapatkan data sebanyak 55 judul artikel dari tiga portal media daring yang terdiri 1.790 kata.

Data Cleaning

Sebanyak 55 artikel yang sudah dikumpulkan kemudian melalui proses *data cleaning* untuk mengidentifikasi kata-kata apa saja yang tidak termasuk dalam analisis jaringan kata nantinya. Untuk melakukan *data cleaning* ini juga dapat dibantu oleh perangkat lunak bernama Wordij. Kata-kata ini biasanya berupa kata sambung kalimat atau pun partikel kata yang tidak memiliki arti unik, sehingga keberadaannya akan mengganggu analisis, seperti kata “yang”, “dan”, “kemudian”, dan lainnya. Kata-kata ini juga dikenal dengan istilah *Tala Words*, yakni kumpulan kata-kata dalam bahasa Indonesia yang tidak dibutuhkan atau tidak penting (Amalia et al. 2018).

Data Processing

Setelah data sudah bersih dan siap diolah, maka tahap selanjutnya adalah melakukan visualisasi data. Tahap ini dilakukan untuk mendapatkan jaringan kata yang terbentuk dari wacana berita yang sudah ditarik dan dibersihkan sebelumnya. Proses *data processing* ini menggunakan perangkat lunak lainnya, yaitu Gephi versi 0.9.1. Perangkat ini memungkinkan peneliti untuk menentukan *layout network* yang akan menjadi visual utama jaringan kata nantinya. Tahap selanjutnya adalah sparsifikasi data, yaitu proses untuk mereduksi data secara mendasar untuk memudahkan dalam visualisasi, eksplorasi, serta penafsiran data (Goodall 2011; Mathioudakis et al. 2011). Peneliti kemudian dapat menyesuaikan skala atau *Degree Range*, untuk membuat filter syarat atau kriteria kata yang akan dianalisis berikutnya.

Data Analysis

Tahap terakhir yaitu melakukan analisis data. Pada setiap jaringan kata terdapat nilai-nilai yang menentukan jarak atau kedekatan antar satu kata dengan yang lainnya, yang dituliskan dengan angka 0 – 1, di mana 0 adalah yang terendah atau memiliki keterikatan terkecil dan 1 adalah yang tertinggi atau memiliki keterikatan antar kata tertinggi. Peneliti akan melakukan analisis data berdasarkan angka-angka ini, dengan beragam cara yang akan dijelaskan di bagian berikutnya.

Secara garis besar terdapat empat cara untuk mengukur *centrality* dalam *network analysis*. Keempat cara ini antara lain dengan menghitung *degree centrality*, *betweenness centrality*, *closeness centrality*, dan *eigenvector centrality*. Pengukuran ini dapat digunakan dalam metode *Textual Network Analysis* (TNA) seperti pada tulisan ini dan juga *Social Network Analysis* (SNA). Penelitian ini secara khusus menggunakan *betweenness centrality* dan *closeness centrality*.

Betweenness centrality adalah jumlah jalur terpendek antar *nodes/kata*. Pengukuran *betweenness centrality* digunakan untuk menentukan dan mengukur *centrality* dalam suatu jaringan sosial yang diteliti, dengan cara menemukan *node/kata* yang mempengaruhi alir keterhubungan di dalam sebuah wacana (Arfina and Khotimah 2018; Nasution 2018). Pengukuran ini menjadi indikator potensial dari sebuah *node/kata*, kemudian menjadi *gatekeeper* yang mengendalikan arus informasi dalam suatu jejaring tertentu. *Betweenness centrality* pada tiap-tiap *node* dalam jaringan tertentu dapat dihitung dengan rumus berikut ini.

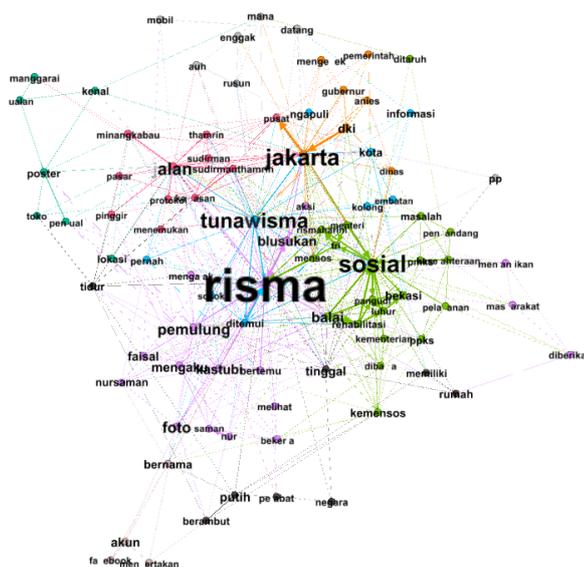
$$C_B(v) = \sum_{s \neq v \neq t \in V} \frac{\sigma_{st}(v)}{\sigma_{st}}$$

σ_{st} = jumlah jalur terpendek dari s ke t

$\sigma_{st}(v)$ = jumlah jalur terpendek dari s ke t yang melewati simpul v.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wacana gelandangan dan pengemis ini terdapat lima klaster utama yang terbentuk oleh jaringan *nodes*. Klaster pertama yang berada di tengah jaringan adalah *nodes* yang paling banyak berhubungan dengan klaster lainnya, yaitu klaster yang berisi *nodes* “risma” dan “tunawisma”. Lalu ada klaster kedua yang sangat dekat dengan klaster pertama, yaitu klaster yang berisi *nodes* “sosial”, “balai”, “kemensos”. Klaster ketiga yang ditandai dengan *nodes* “pemulung”, “blusukan”, “kastubi”, “foto”. Klaster keempat ditandai dengan *nodes* “jakarta”, “gubernur”, “anies”. Kemudian klaster kelima yang ditandai dengan *nodes* “jalan”, “sudirmanthamrin”, “minangkabau”. Kelima klaster ini menggambarkan lima wacana utama yang ada dalam pemberitaan mengenai gelandangan dan pengemis pasca pengangkatan Tri Rismaharini sebagai Menteri Sosial RI.



Gambar 3. *Betweenness Centrality* Wacana Gelandangan dan Pengemis (*Degree Range 9 – 200*)
(Sumber: hasil olah data)

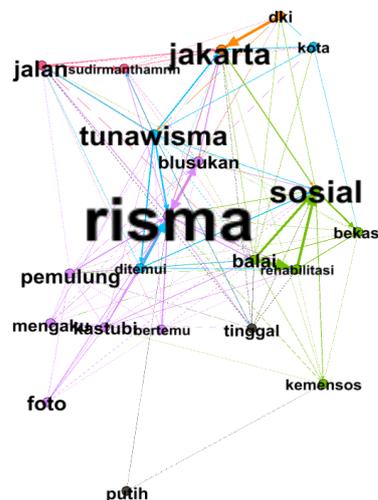
Node utama dalam wacana gelandangan dan pengemis ini adalah Menteri Sosial RI yaitu Tri Rismaharini atau biasa disebut dan ditandai dengan *node* “risma”, selain itu ada *nodes* lain yang merujuk pada aktor yang diangkat, yaitu seorang “pemulung” yang ditemui di jalan bernama “kastubi” yang belakangan disebut juga sebagai “nursaman”. Klaster mengenai aktor lain dalam wacana ini merupakan akibat dari kegiatan yang ditandai dengan *node* “blusukan”, yang dilakukan dengan mendatangi secara langsung gepeng yang ditemui di jalan, hal ini ternyata mendapatkan banyak respon dari media massa yang mengangkat ceritanya. Selain itu, wacana ini juga mengungkap klaster yang merupakan lokasi, setidaknya ada tiga klaster yang terbentuk berdasarkan narasi lokasi. Klaster pertama adalah “jakarta” sebagai lokasi utama dari wacana, *node* mengenai “jakarta” berhubungan erat dengan *nodes* “jalan”, “sudirman thamrin”, “pusat”.

Dalam klaster “jakarta” ini terdapat *nodes* “gubernur” “anies” yang dalam wacana banyak mempertanyakan kegiatan yang dilakukan oleh Menteri Sosial RI. Klaster ini bisa dikatakan sebagai klaster berupa wacana tandingan yang dimunculkan sebagai reaksi terhadap kegiatan *blusukan* Risma sebagai menteri Sosial RI, seperti yang diberitakan Tribunnews.com pada 7 Januari 2021, “Blusukan Risma membuat Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan bereaksi karena sejumlah gelandangan itu ditemui di pusat kota... Anies sampai meminta Dinas Sosial DKI Jakarta untuk mengecek identitas tunawisma yang ditemui Risma di kawasan Sudirman-Thamrin”.

Lalu, yang terakhir ada klaster yang terbentuk dari *nodes* “balai”, “rehabilitasi”, “sosial”, “kemensos”, “bekasi”, dalam hal ini yaitu Balai Rehabilitasi Sosial Pangudi Luhur milik Kementerian Sosial RI. Balai ini merupakan unit kerja yang khusus menangani para gelandangan dan pengemis (gepeng) yang ada di sekitar Jabodetabek. Keberadaan *nodes* yang membentuk klaster mengenai balai rehabilitasi sosial ini merupakan wacana solusi yang coba diberikan dan diangkat oleh Menteri Sosial RI, Tri Rismaharini, seperti yang diberitakan oleh Detik.com pada 7 Januari 2021, “Kedua tunawisma yang ditemui Risma di pinggir Jalan Thamrin itu dibawa ke Balai Rehabilitasi Sosial Eks Gelandangan dan Pengemis Pangudi Luhur, Bekasi. Mereka bersedia untuk dibimbing oleh Kemensos”.

Betweenness Centrality

Analisis berikutnya adalah menggunakan *betweenness centrality*, analisis ini dilakukan dengan cara menghitung *nodes* yang memiliki nilai *betweenness centrality* dari yang paling tinggi hingga ke rendah. Dari hasil perhitungan ditemukan bahwa *node* “risma” memiliki nilai *betweenness centrality* tertinggi, yaitu 0,0711. Artinya *node* “risma” merupakan *nodes* yang paling sentral, karena berada di antara *nodes* atau klaster lainnya dalam wacana. *Node* “risma” ini yang menghubungkan atau menjadi *bridging* setiap kelompok jaringan kata dalam wacana.



Gambar 4. *Betweenness Centrality* Wacana Gelandangan dan Pengemis (*Degree Range 25 – 200*)
 (Sumber: hasil olah data)

Node “risma” memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap semua hal yang terjadi dalam jejaring teks. *Node* ini menjadi penghubung antar klaster, sebut saja dalam wacana ini adalah klaster dari *node* “pemulung”, klaster dari *node* “sosial”, serta klaster dari *node* “jakarta”. Apabila *node* “risma” dihilangkan atau tidak terdapat di dalam jejaring ini, maka akan menghilangkan keterkaitan antar *node* dari berbagai klaster. Pada gambar 2 terlihat jelas sentralitas *node* “risma” ini yang menjadi penghubung utama dan menjadikan satu kesatuan beberapa jaringan kata.

Tabel 1. *Betweenness Centrality* Wacana Gelandangan dan Pengemis (*Degree Range 25 – 200*)

id	Label	Betweenness centrality
3	risma	0,0711
12	sosial	0,0279
9	jakarta	0,0262
17	tunawisma	0,0221
106	jalan	0,0154

46	pemulung	0,0113
427	foto	0,0112
31	balai	0,0094
15	blusukan	0,0079
93	kastubi	0,0076

Sumber: hasil olah data

Dari data *betweenness centrality* di tabel bisa terlihat *gap* yang cukup besar antara *node* “risma” dengan nilai 0,0711 dengan *node* tertinggi kedua yaitu sosial dengan nilai 0,0279. Hal ini mengindikasikan semakin sentralnya keberadaan nodes ini. Nilai ini juga mengindikasikan *node* “risma” sebagai yang paling menentukan dalam wacana gelandangan dan pengemis.

Nodes dalam degree range 25-200 (lihat gambar 2) menyaring lagi *nodes* dengan sentralitas tertinggi, sehingga tersisa 21 *nodes* paling sentral dalam wacana. Lima klaster utama masih memiliki *nodes* dalam range ini, namun bisa kita lihat bahwa *nodes* yang berfungsi sebagai tandingan dalam wacana ini, yaitu “gubernur” dan “anies” tidak terlihat lagi. Artinya secara wacana masih kurang sentral dibanding klaster lainnya.

Lalu, *nodes* mengenai “balai” “rehabilitasi” “bekasi” yang menandai penanganan gepeng oleh Kementerian Sosial RI, tetap muncul sebagai wacana yang sentral. Hal ini artinya klaster yang berisi *nodes* mengenai Balai Rehabilitasi Sosial di Bekasi juga sangat terkait dan sentral dalam wacana ini. Balai Rehabilitasi Sosial Eks Gelandangan dan Pengemis (BRSEGP) Pangudi Luhur adalah lembaga pelayanan rehabilitasi sosial gelandangan dan pengemis dengan tugas dan fungsi menyelesaikan permasalahan gelandangan dan pengemis, sehingga mereka kembali memiliki keberfungsian sosial dan berperan untuk diri sendiri dan keluarganya (Murni 2016).

Branding Politics Tri Rismaharini dalam Wacana Gepeng di Jakarta

Berdasarkan hasil pemetaan klaster pada gambar 3 dan 4 dalam wacana gelandangan dan pengemis, ditemukan hal-hal yang sangat berkaitan dengan konsep *branding politics*. Gelandangan dan pengemis merupakan suatu isu yang dapat sangat menyentuh sisi emosional atau perasaan masyarakat, karena memperlihatkan sisi kehidupan dari masyarakat yang kurang beruntung dari sisi ekonomi dan penghidupan. Dalam wacana ini Risma mencoba menyentuh sisi emosional masyarakat dengan melakukan pendekatan dan mencoba memahami masalah yang dihadapi oleh pemulung yang ia temui di sekitar Jakarta. Tokoh Kastubi yang digambarkan dengan sangat “menyedihkan” merupakan representasi sempurna sosok gelandangan dan pengemis, kelompok marjinal yang jarang tersentuh program pemerintah.

Risma berusaha memperlihatkan *symbolic differentiation* dibanding dengan tokoh politik atau pejabat lainnya di Ibu Kota. Dengan pendekatan yang lugas dan cepat dalam mendatangi para gelandangan dan pengemis ini, Risma berusaha menyampaikan bahwa kondisi mereka sudah diperhatikan dan akan diberikan solusi secepatnya. Dialog dengan para gelandangan dan pengemis pun ia lakukan, sebagai sebuah pembeda bahwa ia merupakan sosok yang tanpa batasan dengan golongan masyarakat manapun, sebuah pembeda yang coba diciptakan dan ditekankan kepada masyarakat. Risma juga sudah dikenal oleh masyarakat umum sebagai seorang mantan kepala daerah yang sangat ceplas-ceplos, asal “terabas” dan terkesan galak, yang menempel dengan simbol kultur nya yang berasal dari wilayah Jawa Timur. Simbol ini juga terus berupaya diperlihatkan kepada publik, bahwa sosok risma memang sangat melekat dengan hal tersebut. Sebuah simbol yang selayaknya dibutuhkan oleh seorang pemimpin yang ada di pusat pemerintahan.

Pendekatan simbolik yang digunakan Risma tidak hanya terbatas pada tindakannya yang langsung dan tegas, tetapi juga mencerminkan upaya untuk menciptakan citra sebagai pemimpin yang merakyat dan tanpa sekat. Dalam konteks politik Indonesia, simbol-simbol seperti ini menjadi penting untuk membangun kepercayaan publik dan memperkuat legitimasi kekuasaan. Melalui interaksinya dengan masyarakat marjinal, Risma seolah-olah ingin menegaskan bahwa dirinya berbeda dari tokoh-tokoh politik lainnya yang sering kali dianggap elitis dan terpisah dari realitas rakyat biasa. Dengan demikian, strategi ini juga dapat dilihat sebagai upaya untuk mengokohkan posisinya dalam lanskap politik nasional, dengan menggunakan simbol budaya dan gaya kepemimpinan yang khas sebagai alat untuk menciptakan resonansi emosional dengan konstituen.

Authenticity proxies atau otentisitas juga tercermin dalam wacana gelandangan dan pengemis ini, selain melalui simbol-simbol yang sudah melekat dengan atribut seorang Risma, dalam wacana ini ia juga memperlihatkan kelihaiannya dalam menangani masalah sosial, baik secara kelembagaan maupun kemampuannya sebagai personal. Hal-hal ini yang kemudian menjadi perhatian dari berbagai pihak termasuk pihak yang berseberangan secara politis dan kebijakan darinya. Dalam wacana ini bisa kita lihat bagaimana Gubernur DKI Jakarta, yaitu Anies Baswedan yang merasa terusik dengan pergerakan yang dibuat Risma karena dianggap menyalahi tugas dan tanggung jawabnya. Sehingga memberikan wacana tanggapannya terhadap isu gelandangan dan pengemis di wilayah DKI Jakarta.

Media massa dalam hal ini adalah portal berita daring yang dengan masif memberitakan isu ini seperti berfungsi sebagai agen yang memberikan ruang bagi Risma untuk menunjukkan karakternya sebagai seorang pejabat publik sekaligus tokoh politik yang berkarakter. Dengan narasi-narasi yang sangat menarik dan menyentuh sisi emosional pembaca, mereka berhasil menyita perhatian publik pada saat itu dan menjadikan isu gelandangan dan pengemis menjadi isu populer serta semakin mempopulerkan Risma.

KESIMPULAN

Dari analisis menggunakan *Tekstual Network Analysis (TNA)*, terdapat lima kluster utama dalam wacana Gelandangan dan Pengemis (Gepeng) pasca Pengangkatan Tri Rismaharini sebagai Menteri Sosial RI. Kluster wacana tersebut ditandai dengan *nodes* “risma”; “sosial”; “pemulung”; “Jakarta”; dan “jalan”, Penelitian ini juga mengidentifikasi tingkat sentralitas kata dalam wacana gepeng, yang diukur dengan *betweenness centrality*. “Risma” menjadi *node* utama yang paling sentral dalam wacana ini, yang menunjukkan sentralitas tokoh dan menjadi penghubung semua kluster wacana lainnya. Selain *node* “risma”, *betweenness centrality* dalam wacana ini adalah *node* “sosial” yang merujuk kelembagaan dan program Kementerian Sosial RI. Balai Rehabilitasi Sosial milik Kemensos di Bekasi, yaitu BRSEGP Pangudi Luhur menjadi kluster wacana sentral yang berupa solusi permasalahan gepeng.

Dalam wacana gelandangan dan pengemis ini *branding politics* dilakukan oleh Risma dengan melakukan pendekatan ke kelompok marjinal. Simbol-simbol dan otentisitas Risma sebagai pejabat public sekaligus Tokoh Politik berusaha ditampilkan dalam pemberitaan media yang dibungkus narasi yang sarat unsur emosional, seperti rasa sedih, kekecewaan, kepasrahan terhadap nasib yang dialami gelandangan dan pengemis yang ditemui. Pada akhirnya wacana ini dapat menarik perhatian publik dan menjadi perbincangan, serta menjadikan Risma semakin populer di kalangan masyarakat, khususnya di DKI Jakarta.

Artikel ini memberikan kontribusi akademis melalui metode analisis jaringan teks yang dapat

digunakan untuk mengidentifikasi arah kebijakan pejabat publik melalui pemberitaan di media massa. Di sisi lain, secara praktis analisis jaringan teks dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai upaya pejabat publik dalam melakukan politik pencitraan melalui kebijakan yang dikeluarkan. Ke depannya penelitian mengenai kebijakan publik di media massa dapat diperluas pada berbagai isu, tidak hanya berfokus pada politik pencitraan pejabat publik akan tetapi isi wacana dari kebijakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Semua penulis adalah kontributor utama dalam artikel ini. DD berkontribusi dalam konseptualisasi ide, metode, olah data, dan analisis. RGE berkontribusi dalam studi literatur, metode, olah data, dan analisis. BA berkontribusi dalam metode, olah data, visualisasi, dan analisis. Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Kementerian Sosial RI dan Badan Riset dan Inovasi Nasional yang menjadi wadah para penulis dalam melaksanakan riset dan menyelesaikan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A., W. Oktinas, I. Aulia, and R. F. Rahmat. 2018. "Determination of Quality Television Programmes Based on Sentiment Analysis on Twitter." *Journal of Physics: Conference Series* 978 (1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/978/1/012117>.
- Anggara, Reksi, Ridho Al Hamdi, and Suswanta. 2024. "Utilizing Social Media As a Strategic Communication Tool By The Minister In Indonesia." *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi* 25 (2): 241–56. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.25.2.2023.241-256>.
- Arfina, Ayuni, and Husnul Khotimah. 2018. "Visualisasi Co-Authorship Peneliti IPB Menggunakan Metode Chi." *Jurnal Ilmu Komputer Dan Agri-Informatika* 5 (1): 31. <https://doi.org/10.29244/jika.5.1.31-39>.
- Aristi, Nindi, Preciosa Alnashava Janitra, and Puji Prihandini. 2021. "Fokus Narasi Kekerasan Seksual Pada Portal Berita Daring Selama Pandemi COVID-19." *Jurnal Kajian Komunikasi* 9 (1): 121. <https://doi.org/10.24198/jkk.v9i1.30673>.
- Arvidsson, Adam. 2005. "Brands." *Journal of Consumer Culture* 5 (2): 235–58. <https://doi.org/10.1177/1469540505053093>.
- Bahri, Mohammad Thoriq, and Derajad Sulisty Widhyharto. 2021. "Twitter Based Digital Social Movement Pattern to Fight COVID-19." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 25 (2): 95–112. <https://doi.org/doi.org/10.22146/jsp.56872>.
- Bakti, Indra Setia, and Khairul Amin. 2019. "Konstruksi Kekuasaan Politik Melalui Program Charity Show Media Televisi." *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 16 (1): 63–72. <https://doi.org/10.21831/socia.v16i1.27003>.
- Beier, A. L., and Paul Ocobock, eds. 2008. *Cast Out: Vagrancy and Homelessness in Global and Historical Perspective*. 1st ed. Athens, Ohio: Ohio University Press.
- Borgatti, Stephen P, Ajay Mehra, Daniel J Brass, and Giuseppe Labianca. 2009. "Network Analysis in the Social Sciences." *Science* 323 (April): 892–96.
- Carley, Kathleen. 1993. "Coding Choices for Textual Analysis: A Comparison of Content Analysis and Map Analysis." *Sociological Methodology* 23 (May): 75. <https://doi.org/10.2307/271007>.
- . 1994. "Extracting Culture through Textual Analysis." *Poetics* 22 (4): 291–312.

- [https://doi.org/10.1016/0304-422X\(94\)90011-6](https://doi.org/10.1016/0304-422X(94)90011-6).
- Dawson, Catherine. 2020. *A – Z of Digital Research Methods*. New York: Routledge.
- Delfirman, D., Rudy G. Erwinsyah, Bilal As'adhanayadi, Nuzul Solekah, and Ririn Purba. 2022. "Identifying Narrations on the Social Media Discourse of Moving the Indonesia's Capital City Using Textual Network Analysis." In *2022 International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)*. IEEE. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/ICISS55894.2022.9915085>.
- Goodall, J. R. 2011. "An Evaluation of Visual and Textual Network Analysis Tools." *Information Visualization* 10 (2): 145–57. <https://doi.org/10.1057/ivs.2011.2>.
- Granovetter, Mark S. 1973. "The Strength of Weak Ties." *American Journal of Sociology* 78 (6): 1360–80. <https://www.jstor.org/stable/2776392>.
- Irawan, Dimas Dwi. 2013. *Pengemis Undercover: Rahasia Seputar Kehidupan Pengemis*. Jakarta: Titik Media Publisher.
- Khoirulla, Annas K, Sulthan Abiyu, Sheila AT Raihan, and Roziana Febrianita. 2021. "Membingkai Risma Di Portal Berita Online: Jejak Penanganan Covid-19 Di Surabaya." *Tuturlogi* 02 (01): 53–62. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2020.002.01.4>.
- Kuntari, Sri, and Eny Hikmawati. 2017. "Melacak Akar Permasalahan Gelandangan Pengemis (Gepeng)." *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 41 (No. 1): 11–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.31105/mipks.v41i1.2272>.
- Lastiwi, Danarsiwi Tri, and Nurfarawahidah Badruesham. 2018. "Library for The Homeless : A Case Study of a Shelter House and A School for Homeless in Indonesia," 1–13. <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>.
- Luhukay, Marsefio S. 2007. "Presiden SBY Dan Politik Pencitraan: Analisis Teks Pidato Presiden SBY Dengan Pendekatan Retorika Aristoteles." *Scriptura* 1 (2): 51–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/scriptura.1.2>.
- Mathioudakis, Michael, Francesco Bonchi, Carlos Castillo, Aristides Gionis, and Antti Ukkonen. 2011. "Sparsification of Influence Networks." *Proceedings of the ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 529–37. <https://doi.org/10.1145/2020408.2020492>.
- Murni, Ruaida. 2016. "Peran Jejaring Kerja Dalam Pelaksanaan Pelayanan Dan Rehabilitasi Sosial Terhadap Gelandangan Dan Pengemis Di Panti Sosial Bina Karya Pangudi Luhur Bekasi." *Sosio Konsepsia* 5 (2): 45–65. <https://doi.org/10.33007/ska.v5i2.191>.
- Nagara, Grady. 2021. "Peran Kapital Pada Media Sosial: Pertarungan Kuasa Wacana Tri Rismaharini Di Twitter Dengan Analisis Jaringan Sosial." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 8 (1): 64. <https://doi.org/10.22146/jps.v8i1.68244>.
- Nasution, Fahrendi Rizky. 2018. "Social Network Analysis Untuk Co-Authorship Peneliti IPB." IPB University.
- Panuju, Redi. 2017. "Komunikasi Politik Jokowi: Antara Pencitraan Dan Jejaring Politik." *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi* 6 (2): 92–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.33508/jk.v6i2.1709>.
- Prasetyo, Anggik Budi. 2022. "Mengungkap Citra Tri Rismaharini Sebagai Menteri Sosial Dalam Berita Online." *MABASAN* 16 (1): 121–38. <https://doi.org/10.26499/mab.v16i1.513>.
- Priyanto, Agung, and Muhammad Rifqi Ma'arif. 2018. "Implementasi Web Scrapping Dan Text Mining Untuk Akuisisi Dan Kategorisasi Informasi Dari Internet (Studi Kasus: Tutorial Hidroponik)." *Indonesian Journal of Information Systems* 1 (1): 25–33. <https://doi.org/10.24002/ijis.v1i1.1664>.
- Rohim, Syaiful. 2020. "Vagrants' Communication Behavior in Interpersonal Relations in Jakarta." *Buletin Al-Turas* 26 (2): 367–82. <https://doi.org/10.15408/bat.v26i2.15793>.

- Sahab, Ali. 2017. "Realitas Citra Politik Tri Rismaharini." *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik* 30 (1): 20. <https://doi.org/10.20473/mkp.V30I12017.20-33>.
- Samad, M. Yusuf. 2024. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Komunikasi Politik: Propaganda Isu Sistem Pemilu Proporsional." *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi* 25 (2): 257–70. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.25.2.2023.257-270>.
- Segev, Elad. 2020a. "Teaching & Learning Guide for: Textual Network Analysis." *Sociology Compass* 14 (4): 3–5. <https://doi.org/10.1111/soc4.12780>.
- . 2020b. "Textual Network Analysis: Detecting Prevailing Themes and Biases in International News and Social Media." *Sociology Compass* 14 (4): 1–14. <https://doi.org/10.1111/soc4.12779>.
- Serazio, Michael. 2017. "Branding Politics: Emotion, Authenticity, and the Marketing Culture of American Political Communication." *Journal of Consumer Culture* 17 (2): 225–41. <https://doi.org/10.1177/1469540515586868>.
- Singrodia, Vidhi, Anirban Mitra, and Subrata Paul. 2019. "A Review on Web Scrapping and Its Applications." *2019 International Conference on Computer Communication and Informatics, ICCCI 2019*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICCCI.2019.8821809>.
- Sukmawati, S., J. Jufri, and U Usman. 2023. "Pencitraan Teks Berita Pemilu 2024 Pada Media Daring: Kajian Teun A. van Dijk." *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra* 9 (2): 901–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.2395>.
- Suseno, Bayu Aji, and Putri Prabu Utami. 2022. "Jokowi's Sneakers Politics: Personal Branding, Politics of Imaging and Millennial Votes The 2019 Presidential Election." *Politika: Jurnal Ilmu Politik* 13 (2): 321–36. <https://doi.org/10.14710/politika.13.2.2022.321-336>.
- Thompson, Craig J., Aric Rindfleisch, and Zeynep Arsel. 2006. "Emotional Branding and the Strategic Value of the Doppelgänger Brand Image." *Journal of Marketing* 70 (1): 50–64. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.1.050.qxd>.
- Twikromo, Y. Argo. 1999. *Gelandangan Yogyakarta: Suatu Kehidupan Dalam Bingkai Tatanan Sosial-Budaya Resmi*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Press.
- Wismayanti, Yanuar Farida, Husmiati Yusuf, Alit Kurniasari, Aulia Rahman, Mery Ganti, Widiarto Widiarto, Hari Harjanto Setiawan, et al. 2021. "Social Rehabilitation for Vagrants and Beggars Through Institutional Approach in Indonesia." *Asian Social Work Journal* 6 (6): 13–22. <https://doi.org/10.47405/aswj.v6i6.192>.
- Yusriyah, Kiayati, Sudaryanto Sudaryanto, Ahmad Fatoni, and Muhammad Akram Mansyur. 2020. "Communication Networks Analysis on Information Dissemination of the Moving Of Capital City From Jakarta to East Kalimantan." *Aspiration Journal* 1 (July): 31–55.
- Zulkarnain, A, and Syamsuddin Harris. 2017. "Fenomena Blusukan Dalam Model Kepemimpinan Politik Joko Widodo." *Politik: Jurnal Kajian Politik Dan Masalah Pembangunan* 13 (1): 1928–43. <http://journal.unas.ac.id/politik/article/view/233/0>.