

Nama : Restu Wibisono

NPM : 2340506061

Pemanfaatan Big Data pada penelitian “Peluang dan Tantangan Big Data sebagai Metode dalam kajian Komunikasi (*Sebuah Kajian Literatur*)”

Dalam penelitian “Peluang dan Tantangan Big Data sebagai Metode dalam kajian Komunikasi (*Sebuah Kajian Literatur*)” ini memanfaatkan Big Data sebagai metode untuk pengumpulan data. Penelitian ini dapat dilihat bagaimana Big Data membantu pengumpulan data secara efisien dan cepat, terutama dari platform digital seperti medsos. Melalui jejak digital yang ada di Twitter, Facebook, dan Instagram, peneliti dapat mengumpulkan data dalam jumlah yang besar di mana sebelumnya itu susah untuk dilakukan jika dengan melakukan survei dan wawancara. Big Data dapat membuka peluang peneliti agar bisa menganalisis fenomena komunikasi secara lebih luas serta mendalam.

Salah satu pemanfaatan Big Data dalam penelitian ini adalah menganalisis sentimen dan opini publik. Contohnya, dalam komunikasi politik, Big Data memungkinkan para peneliti mengklasifikasi opini masyarakat kepada tokoh politik atau isu yang ada. Dengan sekali jalan dapat mengakses jutaan data dari medsos, maka analisis dapat dilakukan dengan lebih cepat dan menghasilkan wawasan yang lebih akurat dibandingkan metode tradisional karena sangat terbatas.

Teknologi seperti Hadoop sangat membantu dalam memproses Big Data untuk penelitian ini. Hadoop dipakai untuk menghitung data secara bersamaan di berbagai tempat, sehingga memproses data lebih cepat. Dalam dunia komunikasi online, teknologi ini membantu peneliti untuk menganalisis data yang banyak dari berbagai sumber, seperti media sosial atau sistem digital lainnya. Dengan Hadoop, penelitian yang dulunya lama sekarang bisa dilakukan lebih cepat, membantu dalam menganalisis komunikasi yang lebih rumit.

Big Data digunakan dalam berbagai cabang ilmu komunikasi, seperti komunikasi politik, pemasaran, organisasi, dan bencana. Dalam komunikasi politik, Big Data digunakan untuk meramal hasil pemilihan umum dengan memeriksa pilihan politik dari informasi digital yang diberikan oleh masyarakat. Dalam komunikasi pemasaran, penggunaan Big Data memungkinkan peneliti untuk mempelajari cara orang membeli barang dan menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif sesuai dengan keinginan pasar. Di pihak lain, dalam hal komunikasi di saat terjadi bencana, Big Data dapat digunakan untuk memperkirakan apa yang

dibutuhkan di lokasi-lokasi yang terkena dampak bencana, seperti obat-obatan atau makanan, sehingga dapat mengurangi kerusakan yang ditimbulkan.

Walaupun Big Data ada berbagai macam kelebihan, kajian ini juga mengesahkan ada halangan yang perlu diperangi. Satu masalah utama adalah tentang data yang akurat dan bisa dipertanggungjawabkan. Informasi dari platform online seperti media sosial seringkali tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya karena adanya pengaruh subjektif atau kurangnya representasi yang sesuai. Selain itu, Penggunaan Big Data dalam statistik menimbulkan kekhawatiran tentang keakuratannya karena teknologi pemrosesan data seperti Hadoop masih belum sempurna dalam mengelola berbagai macam data yang ada. Itu artinya, meski Big Data bisa membantu penelitian komunikasi, masih perlu dikembangkan lebih lanjut, terutama dalam hal kebenaran data dan alat bantu yang lebih terhubung dengan baik.

Kesimpulan

Dalam penelitian "Peluang dan Tantangan Big Data dalam Penelitian Komunikasi", Big Data digunakan untuk memudahkan pengumpulan dan analisis Big Data dengan cepat, khususnya dalam komunikasi digital. Teknologi seperti Hadoop dan analitik prediktif dipakai untuk memproses data dari media sosial. Ini membantu peneliti mendapatkan informasi lebih mendalam tentang berbagai hal, seperti pendapat masyarakat, kebiasaan pembelian, dan tanggapan terhadap bencana. Masalah yang dihadapi adalah tentang keakuratan data dan keterbatasan teknis dalam pengolahan Big Data, yang masih perlu ditingkatkan lebih lanjut.

Islami, F. 2024. PELUANG DAN TANTANGAN BIG DATA SEBAGAI METODE DALAM KAJIAN KOMUNIKASI (Sebuah Kajian Literatur). KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 21(01).