

## Daftar Isi

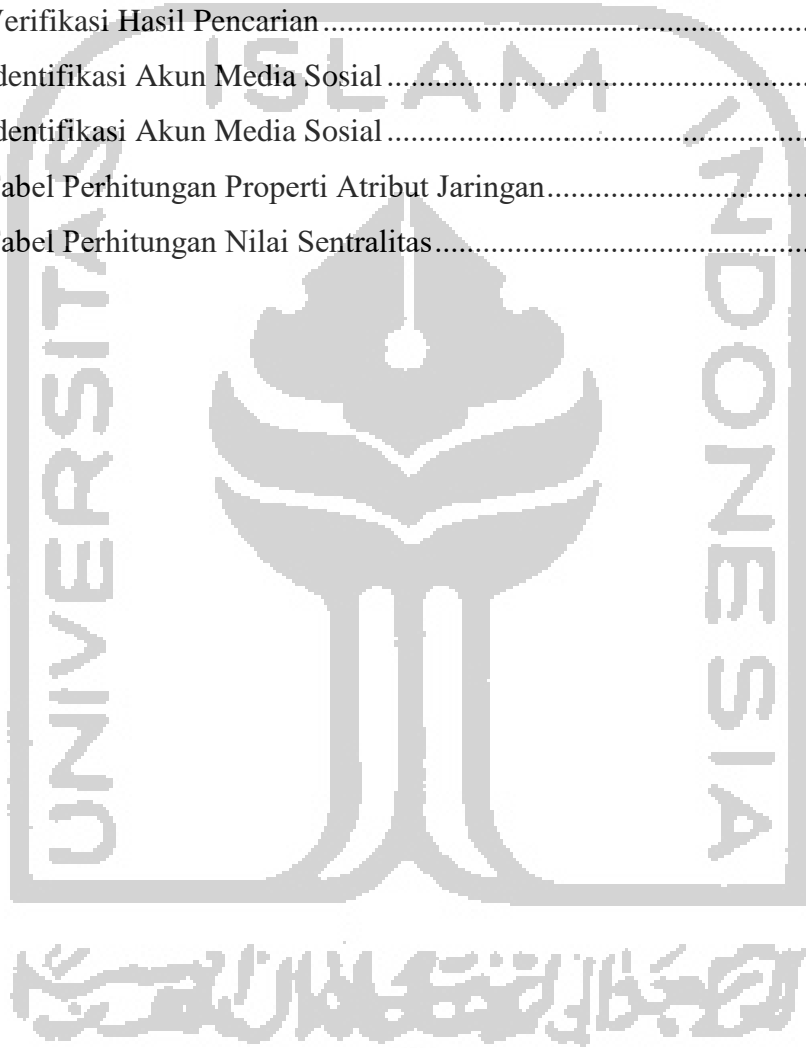
1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Rumusan Masalah .....	6
1.3	Batasan Masalah .....	6
1.4	Tujuan Penelitian .....	6
1.5	Manfaat Penelitian .....	6
1.6	Literatur Review .....	6
1.7	Metode Penelitian .....	17
1.8	Sistematika Penulisan .....	19
2.1	Digital Forensik .....	20
2.1.1	Bukti Digital .....	21
2.1.2	Social Media Forensik .....	22
2.2	Media Sosial .....	23
2.3	Teori Graf .....	24
2.3.1	Jenis-Jenis Graf .....	25
2.3.2	Terminologi Graf .....	27
2.4	Analisis Jejaring Sosial ( <i>Social Network Analytic</i> ) .....	30
2.4.1	Representasi Graf dalam Analisis Jejaring Sosial .....	31
2.4.2	Jenis Pengukuran Dalam Analisis Jejaring Sosial .....	32
2.5	Visualisasi .....	33
2.5.1	Visualisasi Dasar .....	33
2.5.2	Visualisasi Tingkat Lanjut .....	34
3.1	Studi Literatur .....	35
3.2	Persiapan Sistem .....	36
3.3	Pengumpulan Data .....	42
3.4	Analisis Data .....	43
3.5	Laporan Investigasi (Hasil Analisa) .....	45

4.1	Persiapan Sistem .....	46
4.2	Perancangan Sistem Investigasi Media Sosial .....	47
4.3	Skenario Kasus .....	49
4.3.1	Studi Kasus "Raditya Dika" .....	49
4.3.2	Studi Kasus "FH" .....	64
4.4	Analisa Data Menggunakan Visualisasi Berbasis Graf Berarah .....	67
4.5	Hasil Analisis .....	75
5.1	Kesimpulan .....	77
5.2	Saran .....	77



## Daftar Tabel

Tabel 1.1 <i>Literature review</i> terhadap penelitian sebelumnya.....	10
Tabel 3.1 Tabel Identifikasi Informasi Dasar .....	42
Tabel 3.2 Tabel Perhitungan Properti Atribut Jaringan.....	44
Tabel 3.3 Tabel Perhitungan Nilai Sentralitas .....	45
Tabel 4.1 Verifikasi Hasil Pencarian .....	57
Tabel 4.2 Identifikasi Akun Media Sosial .....	64
Tabel 4.3 Identifikasi Akun Media Sosial .....	66
Tabel 4.4 Tabel Perhitungan Properti Atribut Jaringan.....	72
Tabel 4.5 Tabel Perhitungan Nilai Sentralitas.....	73



## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Seluruh Dunia (www.hootsuite.com).....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia (www.hootsuite.com). ....	2
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Media Sosial Berdasarkan Jenis Media Sosial.....	3
Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Media Sosial Berdasarkan Jenis Perangkat Digital.....	4
Gambar 1.5 Alur Metode Penelitian.....	17
Gambar 2.1 Proses Digital Forensik (Mckemmish, 1999).....	20
Gambar 2.2 Graf.....	25
Gambar 2.3 Graf Sederhana .....	25
Gambar 2.4 Graf Ganda.....	26
Gambar 2.5 Graf Semu.....	26
Gambar 2.6 Graf Berarah .....	26
Gambar 2.7 Graf Dengan Simpul Terkecil $V_3$ .....	27
Gambar 2.8 Graf Kosong.....	27
Gambar 2.9 Nilai Derajat Pada Graf Tidak Berarah .....	28
Gambar 2.10 Nilai Derajat Pada Graf Berarah.....	28
Gambar 2.11 Graf.....	30
Gambar 3.1 Alur Metode Penelitian.....	35
Gambar 3.2 Proses Pengumpulan Data .....	43
Gambar 3.3 Rencana Hasil Visualisasi Investigasi di Media Sosial .....	43
Gambar 4.1 Aplikasi Maltego Classic Eval 4.2.4.....	46
Gambar 4.2 Aplikasi Gephi 0.9.2 .....	46
Gambar 4.3 Tahapan Analisis Dalam Penelitian.....	47
Gambar 4.4 API Key Transform Hub Social Links .....	49
Gambar 4.5 Proses Pencarian dan Pengumpulan Data.....	49
Gambar 4.6 Proses Memasukkan Nama Seseorang .....	50
Gambar 4.7 Proses Pencarian Email Dari Pengguna Menggunakan Transform Hub .....	50
Gambar 4.8 Proses Transform Sedang Berjalan.....	50
Gambar 4.9 Hasil Pencarian Email Dari Pengguna.....	51
Gambar 4.10 Properties Entitas Email .....	51
Gambar 4.11 Email yang dianggap tidak relevan.....	52
Gambar 4.12 Hasil Pencarian Alias/Username .....	52
Gambar 4.13 Pencarian akun facebook berdasarkan alias. ....	53

Gambar 4.14 Detail View akun Fajar As Shidiq .....	53
Gambar 4.15 Detail View akun Raditya Dika .....	54
Gambar 4.16 Pencarian Akun Twitter Berdasarkan Alias .....	54
Gambar 4.17 Akun Twitter Real Raditya Dika .....	54
Gambar 4.18 Pencarian Akun Instagram .....	55
Gambar 4.19 Akun Instagram Real Raditya Dika .....	55
Gambar 4.20 Entitas LinkedIn .....	56
Gambar 4.21 Hasil Pencarian Akun dan Aktivitas Di LinkedIn .....	56
Gambar 4.22 Hasil Pencarian Akun Pada Berbagai Media Sosial .....	56
Gambar 4.23 Mencari Pertemanan di Facebook .....	58
Gambar 4.24 Hasil Pencarian Pertemanan di Facebook Ditunjukkan oleh Sisi “ <i>relatives</i> ” .....	58
Gambar 4.25 Pencarian Halaman Facebook Berdasarkan Yang Disukai Oleh Target. ....	59
Gambar 4.26 Hasil Pencarian Halaman Facebook Berdasarkan Yang Disukai Oleh Target. .....	59
Gambar 4.27 Selain Memiliki Akun Facebook, Pengguna Juga Memiliki Halaman Facebook.....	59
Gambar 4.28 Pencarian Aktivitas Facebook berupa Postingan Text dan Foto. ....	60
Gambar 4.29 Hasil Pencarian Aktivitas Postingan Facebook. ....	60
Gambar 4.30 Hasil Pencarian Aktivitas Postingan Foto di Facebook.....	60
Gambar 4.31 Salah Satu Hasil Pencarian Berupa Foto <i>Tagged</i> di Facebook.....	61
Gambar 4.32 Pencarian Aktivitas Pada Akun Instagram .....	61
Gambar 4.33 Salah Satu Hasil Pencarian Foto Dimana Ada Graf Mengarah Ke Salah Satu Pengguna Lain .....	61
Gambar 4.34 Pengguna Lain Yang Mengomentasi Postingan Foto.....	62
Gambar 4.35 Hasil Pencarian Informasi Pengguna.....	63
Gambar 4.36 Hasil Pencarian Aktivitas Di Twitter.....	63
Gambar 4.37 Hasil Pencarian Aktivitas Di LinkedIn.....	63
Gambar 4.38 Akun yang diambil alih orang lain .....	65
Gambar 4.39 Tweet yang mengandung informasi tentang akun yang diambil alih orang lain .....	65
Gambar 4.40 Visualisasi Hasil Pencarian Aktivitas Di Media Sosial.....	67
Gambar 4.41 Visualisasi Hasil Pencarian Aktivitas Berdasarkan Banyaknya Aktivitas ....	67

Gambar 4.42 Visualisasi Hasil Pencarian Aktivitas Berdasarkan Banyaknya Aktivitas Dengan Tampilan Organic.....	68
Gambar 4.43 Visualisasi <i>Neighbors</i> (tetangga).....	69
Gambar 4.44 Visualisasi <i>Parents</i> .....	70
Gambar 4.45 Visualisasi Aktivitas Pada Beberapa Media Sosial .....	71
Gambar 4.46 Visualisasi hasil Tweet dari FH dan bb .....	74
Gambar 4.47 Node bertetangga dengan akun bb.....	74

