

**RESPONSIVITAS PENGGUNA INTERNET TERHADAP KEBIJAKAN
PPKM LEVEL MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SENTIMEN
DI MEDIA SOSIAL**

(Skripsi)

OLEH

**DIMAS ADI SAPUTRA
1816041069**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2022**

**RESPONSIVITAS PENGGUNA INTERNET TERHADAP KEBIJAKAN
PPKM LEVEL MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SENTIMEN
DI MEDIA SOSIAL**

Oleh

**DIMAS ADI SAPUTRA
1816041069**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI NEGARA**

Pada

**Jurusan Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2022**

ABSTRAK

RESPONSIVITAS PENGGUNA INTERNET TERHADAP KEBIJAKAN PPKM LEVEL MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SENTIMEN DI MEDIA SOSIAL

Oleh

Dimas Adi Saputra

Dinamika perkembangan kebijakan penanganan pandemi covid-19 membuat berbagai spekulasi muncul didalam masyarakat. Sebagai bagian pengguna internet, masyarakat menjadikan media sosial sebagai alat menyampaikan aspirasi. Salah satu yang menjadi tajuk diskursif bagi pengguna media sosial adalah kebijakan PPKM level. Terdapat banyak opini yang telah disampaikan kepada pemerintah. Sehingga diperlukan analisis sentimen untuk melihat respon yang terjadi. Penelitian ini akan dilakukan proses analisa opini pengguna internet dengan mengklasifikasikannya kedalam 3 sentimen yaitu positif, negatif dan netral. Tujuannya yaitu melihat bagaimana respon pengguna internet dimedia sosial mengenai pelaksanaan kebijakan PPKM level. Metode penelitian yang digunakan adalah *mix methode* dengan pendekatan riset digital. Sumber data yang digunakan berasal dari media sosial Twitter, Facebook dan Instagram. Proses analisis menggunakan bantuan aplikasi internet monitoring yang menggabungkan teknik *natural language processing* (NLP) dan teknik machine learning. Hasil penelitian diketahui bahwa sentimen pengguna internet terkait kebijakan PPKM level didominasi oleh sentimen netral. Perbandingan nilai yang muncul adalah pertama sentimen netral mencapai rata-rata 38%, kedua sentimen positif mencapai rata-rata 36% dan ketiga sentimen negatif mencapai rata-rata 29 %. Respon yang dihasilkan pengguna internet di media sosial didominasi reaksi positif terhadap kebijakan PPKM level. Sebagian besar pengguna internet percaya bahwa kebijakan PPKM level dapat berjalan dengan baik. Diskusi yang sering dilakukan adalah perdebatan massa keberlanjutan kebijakan PPKM level.

Kata kunci : Sentimen, PPKM Level, Respon, Pengguna internet

ABSTRACT**RESPONSIBILITY OF INTERNET USERS TO POLICY LEVEL OF PPKM-
LEVEL A SENTIMENT ANALYSIS APPROACH ON SOCIAL MEDIA****By****Dimas Adi Saputra**

The dynamics of policy developments for handling the COVID-19 pandemic have made various speculations appear in the community. As part of internet users, people use social media as a tool to convey their aspirations. One of the discursive topics for social media users is the PPKM level policy. Many opinions have been submitted to the government. So sentiment analysis is needed to see the response that occurs. This research will analyze the opinion of internet users by classifying them into 3 sentiments, namely positive, negative and neutral. The goal is to see how internet users respond on social media regarding the implementation of the PPKM level policy. The research method used is a mixed method with a digital research approach. The data sources used are from social media Twitter, Facebook, and Instagram. The analysis process uses the help of an internet monitoring application that combines natural language processing (NLP) techniques and machine learning techniques. The results of the study note that the sentiment of internet users related to the PPKM policy level is dominated by neutral sentiment. The comparison of values that emerge is that firstly, neutral sentiment reaches an average of 38%, secondly, positive sentiment reaches an average of 36% and thirdly negative sentiment reaches an average of 29%. The responses generated by internet users on social media are dominated by positive reactions to the PPKM level policy. Most internet users believe that the PPKM level policy can run well. Discussions that are often held are mass debates on the sustainability of PPKM-level policies.

Keywords: Sentiment, PPKM Level, Response, Internet users

Judul Skripsi : **RESPONSIVITAS PENGGUNA INTERNET
TERHADAP KEBIJAKAN PPKM LEVEL
MELALUI PENDEKATAN ANALISIS
SENTIMEN DI MEDIA SOSIAL**

Nama mahasiswa : **Dimas Adi Saputra**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1816041069**

Program Studi : **Administrasi Negara**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

Dodi Faedjullah S.Sos., M.Si
NIP. 19880712 2019031 012

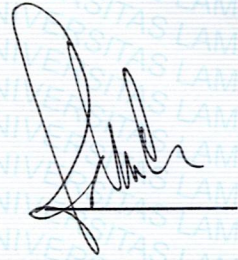
2. **Ketua Jurusan Administrasi Negara**

Meiliyana S.IP., M.A
NIP. 19740520 200112 2 002

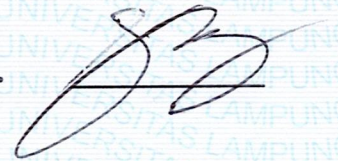
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : **Dodi Faedlullah S.Sos., M.Si**



Penguji Utama : **Simon Sumanjoyo H, S.A.N., M.P.A.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **05 Oktober 2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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 Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis 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 tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 04 November 2022
Yang membuat pernyataan,



Dimas Adi Saputra
NPM 1816041069

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Pekon Margoyoso, Kecamatan Sumberjo, Kabupaten Tanggamus pada tanggal 14 Mei 1999. Dibesarkan dalam keluarga sederhana dari Bapak Susyadi dan Ibu Manisah dan merupakan anak pertama dari 3 saudara atas nama Zahra Mustika Sari sebagai Anak kedua serta Refka Adi Mahendra sebagai Anak ketiga. Tahun 2005, Penulis mengawali pendidikan ditingkat Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Talang Beringin diselesaikan pada tahun 2011, dilanjutkan ke tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Sumberjo diluluskan pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan ke tingkat Sekolah Menengah Akhir (SMA) di SMA Negeri 1 Sumberejo dan selesai pada tahun 2017.

Pada tahun 2017, penulis terdaftar sebagai mahasiswa baru di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Prancis, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) di Universitas Lampung, akan tetapi proses pendidikan hanya berjalan 1 tahun dan memutuskan berhenti untuk memulai pendidikan di jurusan yang baru. Kemudian penulis melakukan seleksi ulang untuk mahasiswa baru melalui Seleksi Mandiri Masuk Universitas Lampung (SIMANILA) Jalur Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan (PMPAP) dan lolos seleksi di jurusan Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) tahun 2018 hingga saat ini.

Selama menjadi mahasiswa penulis telah mengikuti berbagai kegiatan yang ada didalam maupun diluar kampus. Mulai dari kegiatan organisasi mahasiswa (ormawa), pengabdian dan penelitian, pelatihan, workshop serta kegiatan sosial lainnya. Dalam riwayat penulis pernah mengikuti dan aktif di berbagai organisasi yaitu Ikatan Mahasiswa Bahasa Prancis (IMASAPRA), UKM Pramuka, Himpunana Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni (HMJPBS), Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) FKIP, UKM Bulu Tangkis, UKM Bidang Seni, dan

Himpunan Mahasiswa Administrasi Negara (HIMAGARA). Dalam proses organisasi penulis pernah diamanahkan menjadi Kepala Bidang Pendidikan di HMJBPS pada tahun 2017/2018, serta menjadi Sekertaris Umum di HIMAGARA tahun 2020/2021.

Selain aktif dalam bidang Ormawa penulis juga aktif dalam bidang pengabdian dan penelitian , beberapa kegiatan penelitian dan pengabdian yang telah dilakukan adalah penelitian dan pengabdian masyarakat di kecamatan abarawa, Kabupaten Pringsewu terkait pembuatan *website* desa dengan domain desa.id, Penelitian dan pengabdian kepada masyarakat terkait kaum muda dan *enveromental literacy* di Kabupaten Pringsewu, Workshop Bincang Desa Wisata (BI-DEWI) dengan para penggiat wisata diprovinsi Lampung, Workshop Revitalisasi nilai nilai kebangsaan pada lingkup organisasi kemahasiswaan secara kekinian, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat terkait Gender dan Lingkungan : Kelola Sampah Sejak di Rumah di Kabupaten Pringsewu. Tim Survei Lemabaga Pandawa Riset, Tim Survie Lembaga Indikator

Selain itu Penulis juga aktif kegiatan pengembangan diri seperti Mengikuti kegiatan Kampus Mengajar Angkatan 1 di SDN 3 Margoyoso, mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata di Desa Dadisari Kecamatan Wonosobo, mengikuti Magang Merdeka Belajar Di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Bandar Lampung, mengikuti berbagai pelatihan Virtual Public Speaking, Mengikuti Pelatihan Bootcamp Bahasa Pemrograman Python dasar, Serta Mengikuti berbagai Pelatihan Invesment Pasar Modal,

MOTTO

**“Hidup Kita Adalah Tanggung Jawab Kita. Yang Paham Baik Buruknya
Ialah Niat Dari Orangnya”**

(Penulis)

**“Tanpa Pengetahuan Tindakan tidak berguna, Pengetahuan Tanpa
Tindakan adalah sia sia”**

(Abu Bakar)

**“Siapapun yang tidak pernah melakukan kesalahan berarti tidak pernah
mencoba sesuatu yang baru”**

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur yang tiada henti kepada Allah SWT, Aku persembahkan karya ini untuk :

KELUARGA BESAR IBU DAN AYAH KU TERCINTA

Ibu. MANISAH DAN Bpk. SUSYADI

Yang senantiasa memberikan do'a, semangat, dan dukungan
Terimakasih atas cinta, kerja keras, dan kesabaran yang telah diberikan untuk
keberhasilan dan kesuksesan pendidikanku

PARA PENDIDIK DAN CIVITAS AKADEMIK UNIVERSITAS LAMPUNG

Terimakasih atas memberikan Bekal ilmu serta moral untuk melangkah lebih jauh
di masa depan.

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas selesainya skripsi yang berjudul "RESPONSIVITAS PENGGUNA INTERNET TERHADAP KEBIJAKAN PPKM LEVEL MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SENTIMEN DI MEDIA SOSIAL" yang telah tersusun secara baik. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini belum tentu tersusun dengan baik seperti saat ini. Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tuaku tercinta, Bapak Susyadi dan Ibu Manisah, Terimakasih telah menjadi orang tua terbaik untuk anak-anakmu . Terimakasih, atas penguatan dan kasih sayang yang terus diberikan untukku disetiap harinya, serta untuk waktu, tenaga, biaya yang telah dikorbankan.
2. Ibu Dra.Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Meiliyana, S.IP., MA., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Ibu Ita Prihantika, S.Sos., M.A. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Nana Mulyana, M.S. selaku dosen pembimbing akademik penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
6. Bapak Dodi Faedlullah, S.Sos.,M.Si., selaku dosen pembimbing utama penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas ilmu, waktu, saran nasehat, dan bimbingannya
7. Ibu Selvi Diana Meilinda, S.AN., M.PA., selaku dosen pembimbing pendamping penulis. Terima kasih atas segala ilmu, masukan, waktu, serta nasehat yang diberikan kepada penulis untuk membantu menyelesaikan

skripsi. Terlepas dari hal itu terimakasih atas segala kesempatannya telah diberikan banyak pengalaman dan ilmu yang ibu berikan.

8. Bapak Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.PA. selaku dosen penguji skripsi penulis. Terimakasih untuk semua kritik, dan saran yang diberikan untuk membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi menjadi lebih baik
9. Seluruh tim pendidik dan kependidikan Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung atas semua ilmu yang telah diberikan bantuan kepada penulis selama perkuliahan.
10. Kepada Sahabat karib SMA ku Diki Ovi, Yofa Mubarak, Aan Bonjovi, Annas Sai, Clara-San, Delta, Feby-San, Mputt, terimakasih gess sudah jadi support sistem terbaik
11. Kepada Sahabat SKT 55, founder resmi Bpk Agung pemilik land of down dan tim investor Bpk Avin pemilik tanah Kaliawi, Bpk Hizbul pemilik tanah Betawi , dan Bpk Aldi yang sudah punya jet pribadi, terimakasih atas modal perkuliahan yang kalian sudah berikan, semoga SKT 55 tetap jaya, amin.
12. Kepada sahabat-sahabat kampusku gandi, krisdi, anggara, chiesa, albi, aji, fijay, tini, asri, mita, vitaa, della, zanu, raida, manda, nenden dan semua anak andalusia yang tidak bisa disebutin satu-satu terimakasih atas suport system kalian, kenangan, pengalaman, hiburan dan segalanya selama di kampus.
13. Kepada sahabat Demisioner Kabinet Catra Byakta, Amek, Zanu, Agung prasejarah, Ramvita, mang Gandhi, pakde Kris, Rido, Susan, Fiola, Makros, Rahma, Klarisa, Riki, Iqbal, Khozin, Dela, Terimakasih atas segala pengalaman yang luar biasa
14. Kepada sahabat Magang MBKM BPJS Ketenagakerjaan Albi, Chiesa, ida vivi, gisella, Rizky untar, Putri unmal, dimas unmal, royyan unmal, zye UBL, terimakasih telah mengisi warna kehidupan selama 6 bulan magang.
15. Kepada sahabat KKN dadisari amal, puja, destri, nurul, alif, rizky terimakasih atas keriwahan 40 hari selama diwonosobo, pengalaman yang mengasikkan
16. Terimakasih untuk mba abang HIMAGARA terkhusus Bang Ega, Mba Vira serta abang mba lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Terimakasih atas bantuannya selama perkuliahan hingga menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

17. Kepada para deking GRANADA, ADAMANTIA wabil khusus paling rewel Aya terimakasih atas segala bantuannya, walaupun kadang nyebelin tapi lu baik dan untuk Anada, faradipa, amalia, oliv, zahra, kezia, anindya, egi, alif, hendra, jimmy, yayin, ajul, dinda, dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semangat terus kalian untuk proses kuliahnya
18. Kepada Seluruh pihak yang telah membantu secara langsung dan tidak langsung saya ucapkan terimakasih

Skripsi ini ditulis dengan usaha yang maksimal sesuai dengan kemampuan peneliti. Jika masih terdapat banyak kekurangan, dapat dijadikan evaluasi atau penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang memerlukannya.

Bandarlampung, 05 Oktober 2022

Dimas adi saputra

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Daftar Perubahan Kebijakan PPKM	2
Tabel 2 Daftar Perubahan Kebijakan PPKM	3
Tabel 3 Variabel Penelitian	34
Tabel 4 Uji Instrumen	54
Tabel 5 Hasil Uji Banding Instrumen	56
Tabel 6 Matriks Media Sosial	42
Tabel 7 Tahapan Scraping Data	44
Tabel 8 Hasil Data Scraping Pada Media Sosial.....	60
Tabel 9 Data Sebaran Mentions Pada Media Sosial	61
Tabel 10 Jumlah User.....	65
Tabel 11 Top 20 User.....	66
Tabel 12 Sebaran Top User di Media sosial	67
Tabel 13 Analisis Atribut Digital.....	68
Tabel 14 Sampel Data Asumsi User Sosial Buzzer	77
Tabel 15 Top Jangkauan 50 User Tertinggi.....	80
Tabel 21 Jumlah Pemakaian Kata Analisis Jilid 1	82
Tabel 22 Jumlah Pemakaian Kata Analisis Jilid 2.....	84
Tabel 23 Kelompok Data Kontens	86
Tabel 24 Hasil Identifikasi Isi	90
Tabel 16 Hasil Analisis Sentimen Pada Media Sosial	96
Tabel 17 Hasil Akhir Analisis Sentimen Pada Media Sosial.....	98
Tabel 18 Sampel Analisis Kalimat Sentimen Positif.....	102
Tabel 19 Sampel Data Sentimen Negatif Di Media Sosial	108
Tabel 20 Sampel Data Sentimen Netral	113

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Data Distribusi Covid-19 Di Dunia.....	1
Gambar 2 Tanggapan Di Media Sosial	5
Gambar 3 Deskripsi Teori Stimulus Organism Respons	11
Gambar 4 Lingkungan Kebijakan	21
Gambar 5 Kerangka Pikir.....	28
Gambar 6 Desain Penelitian.....	31
Gambar 7 Profil aplikasi brand24	35
Gambar 8 Mind Map Proses Analisis Brand24.....	37
Gambar 9 Tampilan bot scraper aplikasi mediatoolkit	38
Gambar 10 Tampilan bot scraper aplikasi mediatoolkit	39
Gambar 11 Integrasi Sosial Media.....	45
Gambar 12 scraber kata kunci.....	46
Gambar 13 Sortir Source.....	46
Gambar 14 Proses Ekstraksi Data.	47
Gambar 15 Data Scraping	48
Gambar 16 Alur Analisis Data.....	50
Gambar 17 Sebaran Jumlah Mentions	62
Gambar 18 Pola Sebaran Mention	63
Gambar 19 Contoh User Media Onlien Berjunalistik.....	70
Gambar 20 Akun Resmi Instansi Pemerintahan	72
Gambar 21 contoh user sosial influencer	75
Gambar 22 Mention dari twitter.....	75
Gambar 23 Konten Diskusi Jilid Pertama.....	81
Gambar 24 Konten Diskusi Jilid Kedua.....	83
Gambar 25 Presentase Penggunaan Kata.....	85

Gambar 26 Persentase Pengelompokan Data.....	88
Gambar 27 Pembagian Data Sentimen Positif.....	101
Gambar 28 Contoh Pola Asumtif.....	103
Gambar 29 Contoh Pola Pemberitahuan.....	104
Gambar 30 Contoh Pola Argumentatif.....	105
Gambar 31 Pemisahan Data Sentimen Negatif.....	107
Gambar 32 Pembagian Data Sentimen Netral.....	113
Gambar 33 Data Trend Penurunan Kasus Covid-19.....	124
Gambar 34 Hasil Survie Perilaku Masyarakat.....	126

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
MENYETUJUI	v
MENGESAHKAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	xvii
1.1 Latar Belakang Dan Masalah	1
1.2 Rumusan masalah	8
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pengguna internet	10
2.2 Responsivitas Dalam Kebijakan Publik	11
2.3 Opini Publik	16
2.4 Kebijakan Publik	18

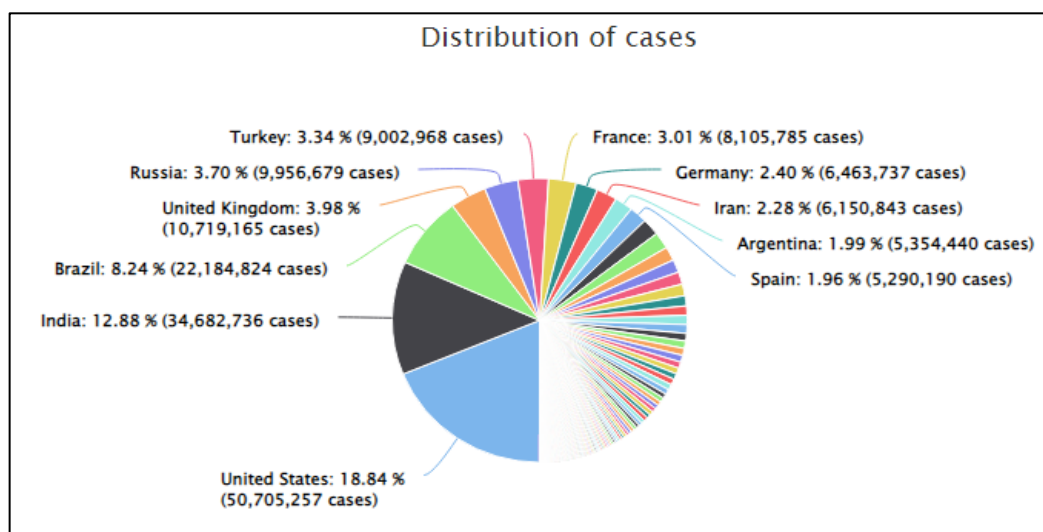
2.5	Analisis Sentimen (<i>Sentiment Analysis</i>).....	22
2.6	Media Sosial	24
2.7	Kerangka Pikir.....	28
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Desain penelitian	31
3.3	Batasan penelitian.....	33
3.4	Fokus penelitian	33
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.6	Instrumen penelitian	35
3.1	Parameter Sample.....	40
3.2	Sumber Dataset.....	40
3.3	Waktu Pengumpulan Dataset	42
3.4	Teknik Pengumpulan Dataset.....	42
3.5	Tahap Pengolahan Dataset	47
3.6	Tahap Analisis Data	49
1.	Tahap Analisis Jangkauan	50
2.	Tahap Konten diskusi	51
3.	Tahap Analisis sentimen.....	52
3.7	Validasi Data	54
1.	Uji instrumen penelitian.....	54
2.	Uji Kredibilitas	57
3.8	Tahap Akhir.....	58
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Deskripsi Identitas Digital.....	59
4.2	Hasil Penelitian.....	60

4.2.1	Deskripsi data	60
4.2.2	Analisis jangkauan	65
4.2.3	Konten Diskusi	81
4.2.4	Analisis Sentimen.....	96
4.3	Pembahasan	119
4.3.1	Respon Pengguna internet Menjelaskan Kepercayaan Masyarakat terhadap Pemerintah	119
4.3.2	Media Arus Utama Mengendalikan Respon Pengguna internet Dimedia Sosial.....	127
4.3.3	Digitalisasi Protes terkait kebijakan PPKM level	129
4.3.4	Refleksi : Ambiguitas Diskursif Ruang Digital	132
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		137
5.1	KESIMPULAN	137
5.2	SARAN	138
DAFTAR PUSTAKA		139
LAMPIRAN.....		144

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Dan Masalah

Pandemi *Coronavirus Disease 2019* (covid-19) menjadi permasalahan kompleks yang harus dihadapi oleh seluruh negara di dunia. *World Health Organization* (WHO) menyatakan bahwa pandemi covid-19 merupakan krisis kesehatan sekali dalam seratus tahun yang dampaknya akan terasa dalam beberapa dekade (Anwar, 2020). Dikutip dari data Worldometer, (2022) menunjukkan tingkat persebaran kasus covid-19 di seluruh dunia mencapai jumlah 483,824,064 jiwa. Jumlah kematian yang telah terkonfirmasi di seluruh dunia mencapai 6,152,197 jiwa. Penyumbang kasus yang terbanyak untuk saat ini adalah Amerika Serikat, India, Brasil dan Prancis. Sedangkan perkembangan kasus covid-19 di Indonesia menduduki peringkat ke-4 di Asia dan peringkat ke-18 dalam skala dunia Worldometer, (2021). Catatan data dari Pusdatin Kementerian Kesehatan yang terkonfirmasi positif covid-19 berjumlah 6,001,751 jiwa dan jumlah kematian mencapai 154,774 jiwa (Satgas Covid19, 2021).



Sumber: worldometer,2021

Gambar 1 Data Distribusi Covid-19 Di Dunia

Merespon keadaan tersebut Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai strategi nasional guna memutus rantai penyebaran pandemi yang masuk di Indonesia. Dimulai sejak munculnya pandemi covid-19 pada awal tahun 2020 hingga saat ini berbagai kebijakan telah dikeluarkan oleh pemerintah guna memutus rantai penyebaran. Salah satu bentuk paket kebijakan nasional yang masih diberlakukan hingga saat ini ialah Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Kebijakan PPKM tertuang dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 1 Tahun 2021 kepada seluruh kepala daerah di Jawa dan Bali. Kebijakan ini menggantikan kebijakan sebelumnya yang berlangsung pada periode awal pandemi COVID-19 pada tahun 2020 yaitu Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Fokus Pelaksanaan kebijakan PPKM tersebut terdiri dari beberapa poin, seperti membatasi perkantoran dengan menerapkan kerja dari rumah (work from home/WFH) sebesar 75 persen dan kerja di kantor (work from office/WFO) sebesar 25 persen. Kemudian, melaksanakan kegiatan belajar mengajar secara dalam jaringan. Restoran makan atau minum di tempat hanya diperbolehkan sebesar 25 persen. Pembatasan jam operasional untuk pusat perbelanjaan atau mal sampai dengan pukul 19.00 WIB (Hasanudin, 2021). Kebijakan PPKM telah dilaksanakan sejak Januari 2021 dan telah mengalami beberapa kali perubahan selama pelaksanaannya sesuai situasi dan perkembangan pandemi. Hal ini tercantum dalam tabel dibawah ini.

Tabel 1 Daftar Perubahan Kebijakan PPKM

NO	Kebijakan	Tahap	Mulai	Hingga
1	PPKM jilid 1 dan 2	2	11-Jan-21	08-Feb-21
2	PPKM mikro	13	09-Feb-21	25-Jun-21
3	PPKM darurat	2	03-Jul-21	20-Jul-21
4	PPKM level 1-4	26	21-Jul-21	Hingga sekarang

Sumber: diolah oleh penulis,2022

Istilah Kebijakan PPKM yang saat ini diterapkan ialah PPKM dengan level yang terdiri dari level 1 hingga level 4. Perbedaan level PPKM ini mengacu pada pedoman Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) yang diterbitkan pada 2020. Dalam pedoman tersebut dinyatakan bahwa level krisis suatu daerah dapat dilihat dari dua faktor yaitu laju penularan dan kesiapan suatu wilayah. Penilaian 4 level pada kebijakan PPKM berdasarkan indikator WHO yang mengacu beberapa hal yaitu :

Tabel 2 Daftar Perubahan Kebijakan PPKM

KRITERIA	LEVEL			
	1	2	3	4
Angka kasus konfirmasi positif Covid-19/100 ribu penduduk/minggu	< 20 orang	20 - 50 orang	50 - 100 orang	>100 orang
Angka kasus konfirmasi positif Covid-19/100 ribu penduduk/minggu	< 5 orang	< 10 orang	10 - 30 orang	>30 orang
Angka kematian/100 ribu penduduk	< 1 orang	< 2 orang	< 5 orang	>5 orang

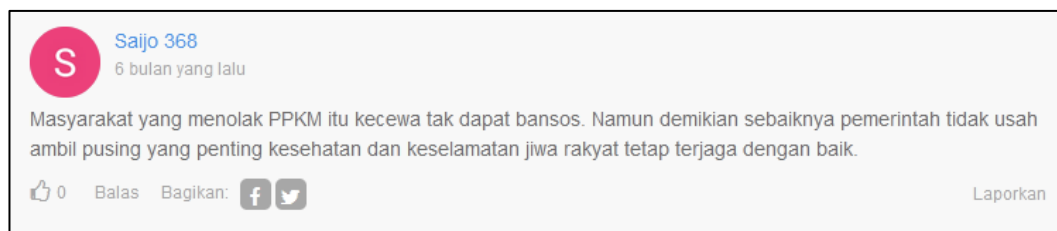
Sumber: diolah oleh penulis,2022

Setiap pemberlakuan kebijakan PPKM level diatas memuat peraturan – peraturan yang telah ditetapkan seperti persyaratan bepergian bagi masyarakat, pembatasan kegiatan belajar mengajar, penutupan pusat perbelanjaan dan restoran, serta pembatasan pekerjaan esensial dan non-esensial. Hingga tulisan ini dirilis kebijakan PPKM level telah berlangsung selama 10 bulan (21 mei 2022) dan dilaksanakan dalam 20 periode dengan skala 1 kali 2 minggu per periode. Untuk tiap periode, pemerintah terus melakukan penyesuaian mobilitas masyarakat secara bertahap dan mulai membuka sejumlah sektor di masyarakat. Selama keberlangsungan kebijakan tersebut, terdapat pro dan kontra didalam masyarakat tidak dapat terhindarkan. Selama masa pelaksanaan PPKM pemerintah dan masyarakat banyak diributkan terkait lonjakan kasus harian yang diakibatkan oleh varian virus covid-19 terbaru yang menimbulkan berbagai respon dari masyarakat.

Sejak varian Omicron mulai ditemukan di Indonesia kasus harian meningkat tajam. Awal Januari 2022 menjadi permulaan gelombang ketiga Covid-19 di Tanah Air. Bahkan di pekan ini saja kasus Covid-19 sempat menyentuh angka 64.718 pada 16 Februari lalu. Jumlah kasus harian ini melampaui puncak (peak) dari kasus infeksi pada gelombang sebelumnya. Hal tersebut menimbulkan berbagai reaksi dari masyarakat yang berspekulasi kebijakan yang dijalankan. Beberapa ahli beranggapan kebijakan PPKM level serta program vaksinasi dianggap tidak berdampak terhadap penurunan kasus COVID-19, karena yang terjadi adalah kenaikan jumlah kasus yang sangat tinggi.

Hasil survei dari lembaga Indikator Politik Indonesia menyebut mayoritas responden tidak dan kurang setuju terhadap perpanjangan kebijakan PPKM meski diakui efektif menekan laju penularan virus corona. Hal tersebut dikuatkan juga oleh hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan mayoritas masyarakat merasa jenuh selama pembatasan aktivitas di luar. (Tusianti et al., 2021). Pernyataan tersebut juga didukung oleh Direktur Riset SMRC Deni Irvani yang mengemukakan bahwa terdapat perimbangan persentase pada masyarakat yang mendukung dan yang menolak kebijakan PPKM. Secara nasional ada sekitar 44% yang memilih menjalani PPKM dan 40 % yang memilih untuk menghentikan PPKM. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pandangan masyarakat mengenai kebijakan PPKM cukup terbelah.

Dinamika perkembangan kebijakan PPKM membuat berbagai spekulasi muncul didalam masyarakat. Tidak jarang berbagai spekulasi tersebut sering dijumpai di media sosial dalam merespon keadaanya yang sedang terjadi. Berbagai respon tersebut ada yang mendukung dan menolak setiap informasi yang ada. Berdasarkan hasil riset Indonesia Indicator menyatakan bahwa selama berlangsungnya kebijakan PPKM level tren pergerakan percakapan pengguna internet di media sosial setiap harinya rutin membicarakan PPKM. Jumlah tangkapan percakapan yang dilakukan sedikitnya 2.500-an percakapan per hari. Seperti contohnya salah satu pengguna sosial media dalam memberikan tanggapan terkait kebijakan PPKM. Dari tanggapan tersebut kita dapat melihat terkait emosional dari pengguna internet.



Sumber: mediatookit.com

Gambar 2 Tanggapan Di Media Sosial

Hal ini membuktikan bahwa keterlibatan media dan pengguna media cukup intensif terutama terkait keberlangsungan kebijakan pemerintah. Hal tersebut tentu dapat dimanfaatkan oleh pemerintah dalam mengenali fenomena didalam masyarakat terutama terkait kebutuhan masyarakat selama kebijakan PPKM dilaksanakan agar kebijakan yang dijalan terus disesuaikan sehingga keberhasilan kebijakan dapat tercapai (Ilyas, 2021). Kehadiran media online dapat memberitakan berbagai peristiwa penting bagi publik dalam waktu yang sangat cepat. Melalui media online, masyarakat pengguna internet, dengan mudah dapat memperoleh beragam berita secara online.

Bukan hanya sekedar membaca, beberapa situs media berita online pun memberikan kesempatan kepada pengguna internet untuk berpartisipasi sebagai kontrol sosial. Berbagai pemberitaan yang disajikan oleh media berita online dapat dipantau dan dikritisi oleh para pengguna internet. Adanya kolom “komentar” di media berita online membuka ruang publik bagi mereka untuk dapat terlibat langsung dalam proses demokrasi. Intensitas opini pengguna internet dalam kolom “komentar” dapat menunjukkan adanya pemanfaatan ruang publik secara terbuka bagi seluruh pengguna internet di Indonesia. Kehadiran media sosial memungkinkan manusia saling berbagi wawasan, pengetahuan, perspektif satu sama lain. Karena kelebihanannya, media sosial kini menjadi bagian yang hampir tak terpisahkan dari kehidupan kita. Media ini memiliki beberapa karakteristik salah satunya menarik dan unik, karena memungkinkan adanya kebersamaan antara sumber dan penerima dalam bentuk konten. Tidak mengherankan jika jumlah pengguna media sosial meningkat dari waktu ke waktu.

Berdasarkan data HootSuite dalam laporan bertajuk “Digital21” dinyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia adalah peringkat ke-5 terbesar di dunia dari kurang- lebih 4,66 miliar warga dunia yang mengakses internet. Sementara penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 202,6 juta orang atau sekitar 73,7% dari total populasi. Sedangkan pengguna aktif sosial media di Indonesia berjumlah 170 juta jiwa. Setiap hari para digital native tersebut menggunakan waktunya sekitar 37% atau sekitar 8 jam 52 menit untuk mengakses internet, termasuk dalam penggunaan media sosial. Ini terbukti dalam kehidupan di sekitar kita bagaimana mereka selalu asik dengan gadgetnya disetiap kesempatan dan dimanapun berada.

Oleh karena itu media sosial memiliki potensi cukup besar yang dapat dijadikan sumber penting penilaian opini publik (Ipmawati et al., 2017). Selain itu Media sosial, merupakan salah satu ruang publik yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berperan serta dalam mengevaluasi kebijakan dalam hal ini ialah evaluasi kebijakan PPKM. Keterlibatan semua pihak dalam mewujudkan keberhasilan kebijakan dianggap penting, termasuk peran media dan pengguna media yang menjadi alat kontrol sosial dalam berbagai aspek kehidupan berbangsa dan bernegara (Pradhana, 2021)

Pada dasarnya fungsi utama media ialah sebagai kontrol sosial sebagaimana yang tertuang dalam pasal 6 Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999 menyebutkan bahwa media memiliki peran untuk melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum. Namun, peran media, dalam hal ini media online, juga perlu dipantau , baik oleh lembaga resmi yang mengawasi media maupun oleh Pengguna internet sendiri sebagai publik yang memanfaatkan media online. Media berita online sebagai salah satu sumber informasi bagi Pengguna internet, dituntut untuk memberikan pemberitaan yang akurat, independen, dan kritis. Tiga unsur pemberitaan ini sesuai dengan prinsip keterbukaan informasi yang merupakan salah satu konsep masyarakat madani (*civil society*). Apalagi berbagai situs berita online yang ada umumnya menampilkan kolom “Komentar” yang dapat digunakan oleh Pengguna internet untuk menyampaikan pandangannya tentang apa yang diberitakan

Dengan keterbukaan opini yang tidak terbatas baik secara positif maupun negatif diperlukan sebuah filterasi opini yang berkualitas. Salah satu filterasi opini media yang dapat dilakukan adalah analisis sentimen (*sentiment analysis*). Analisis sentimen adalah sebuah teknik atau cara yang digunakan untuk mengidentifikasi emosional yang dikategorikan, sebagai sentimen positif maupun sentimen negatif untuk memperoleh opini dari masyarakat (Monarizqa et al., 2014). Dengan cara menganalisis teks dari postingan publik dapat menghasilkan informasi yang lebih detail dan memberikan gambaran bagaimana sikap publik terhadap kebijakan yang akan dan sedang dilaksanakan (Adekitan et al., 2019).

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana respon pengguna internet terhadap kebijakan PPKM menggunakan pendekatan analisis sentimen. Tulisan ini juga didasarkan atas beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan yaitu penelitian dari Renas Madya Pradhana,(2021) dengan topik pembahasan analisis Sentimen Publik Terhadap Kebijakan PPKM Skala Mikro. Beliau menggunakan studi kasus di aplikasi twitter sebagai data utamanya dan menggunakan Algoritma *Support Vector Machine* untuk pengolahan data. Selain itu penelitian dari Taofik Krisdiyanto dan Erry Maricha Oki Nurharyanto (2021) telah melakukan penelitian yang sama mengenai analisis sentimen publik terhadap kebijakan PPKM darurat. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode analisis yang berbeda yaitu *Naïve Bayes Classifiers* dengan data twitter sebagai sumber utamanya.

Dari penelitian terdahulu tersebut peneliti menemukan beberapa kekurangan yaitu data yang digunakan terbatas hanya menggunakan data dari twitter. Diketahui bahwa tingkat penggunaan twitter di Indonesia saat ini berada dalam urutan ke-5 terbesar di Indonesia. Data yang digunakan belum cukup untuk mengintepretasikan keseluruhan opini masyarakat. Oleh karenanya, diperlukan penelitian dengan menggunakan data yang cakupannya cukup luas sehingga analisis yang di dapatkan dapat mewakili presensi dari media sosial. Sehingga penulis mencoba membuat penelitian lanjutan mengenai analisis sentimen di media sosial dengan judul “Responsivitas Pengguna Internet Terhadap Kebijakan PPKM Level Melalui Pendekatan Analisis Sentimen di Media Sosial”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka dapat di rumuskan masalah yang ada yaitu, bagaimana responsivitas pengguna internet terhadap kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) level melalui pendekatan analisis sentimen di media sosial?

1.3 Tujuan

Berdasarkan uraian permasalahan diatas tujuan penelitian yang dibangun adalah memperoleh hasil analisis responsivitas pengguna internet terhadap kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) level melalui pendekatan analisis sentimen di media sosial sehingga dapat diketahui anggapan positif dan negatif masyarakat terhadap kebijakan tersebut.

1.4 Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana pengembangan kajian riset administrasi publik sesuai dengan perkembangan teknologi dan informasi mengenai pengolahan metode riset sosial melalui pendekatan digital. Dengan adanya sistem informasi di pemerintah dan banyaknya data yang ada. Dapat dijadikan sumber penting untuk pengembangan keilmuan administrasi seperti pengembangan teori opini publik, pelayanan sistem informasi dan digital governansi. Selain itu dengan tersebarnya bigdata diberbagai server pemerintah dapat dijadikan alat untuk masyarakat dalam menjalankan kontrol sosial terhadap produk pemerintah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi pembaca, pemangku kepentingan, dan peneliti selanjutnya.

- a. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pemahaman terkait evaluasi kebijakan publik mengenai analisis sentimen masyarakat di sosial media.
- b. Bagi pemangku kepentingan, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan penilaian terhadap sebuah kebijakan yang dapat dijadikan dasar dalam mengambil sebuah keputusan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan penelitian lanjutan terkait analisis sentimen masyarakat terhadap kebijakan PPKM di media sosial

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengguna internet

Pengguna internet adalah sebutan bagi “*internet wordbcommunity*” atau warganet, yaitu orang-orang yang aktif menggunakan internet untuk berkomunikasi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Istilah warganet atau pengguna internet adalah sebuah lakuran dari kata warga (*citizen*) dan Internet yang artinya "warga internet" (*citizen of the net*). Kata tersebut menyebut seseorang yang aktif terlibat dalam komunitas maya atau Internet pada umumnya. Istilah tersebut juga umum ditujukan kepada kepentingan dan kegiatan aktif di Internet, menjadikannya wadah sosial dan interlektual, atau struktur politik di sekitarnya, khususnya terkait akses terbuka, netralitas internet dan kebebasan berbicara. Pengguna internet juga umum disebut sebagai warga siber atau *cybercitizen*, yang memiliki pengertian yang sama.

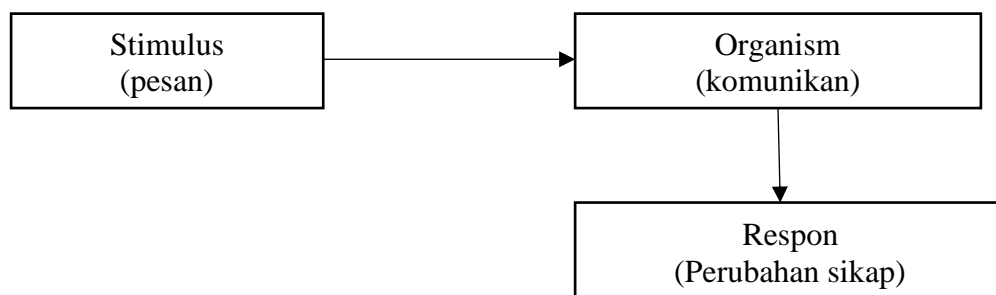
Pengguna internet pertama kali dipelopori oleh Michael F. Hauben mengungkapkan idenya tentang para pengguna Internet di tulisannya, "*The Net and Netiens: The Impact the Net Has on People's Lives*". Hauben mengungkapkan bahwa Pengguna internet adalah sebuah kata untuk mendeskripsikan siapapun di internet yang mendukung publik dan berkolaborasi dengan internet untuk membantu menjaga dan melestarikan internet itu sendiri. Menurut Hauben, pengguna internet adalah wujud individu yang menjadi warga/masyarakat/penghuni dunia maya yang secara virtual tidak memiliki batasan, dan individu dapat berkomunikasi tanpa ada batasan (Hauben, 1993).

Terkait dengan penelitian ini, yang dimaksud dengan pengguna internet adalah pengguna, pembuat, pembaca, penonton yang mengungkapkan pendapat dan perasaannya dalam membagikan informasi dan opini di internet tentang kebijakan PPKM. Wujud dari pengguna internet tidak memiliki batasan frekuensi umur dan jenis kelamin, sehingga objek yang dimaksud tidak terbatas.

2.2 Responsivitas Dalam Kebijakan Publik

Konsep responsifitas erat kaitannya dengan beberapa teori psikologi sosial salah satunya adalah teori *stimulus organism respons* (S-O- R) (Islam & Rahman, 2017). Teori S-O-R ditemukan oleh Hovland (1953) yang awalnya berasal dari psikologi. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristic. Namun dalam perkembangan juga digunakan dalam ilmu komunikasi. Objek materil dari psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen komponen (sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi). Menurut teori stimulus response ini, dalam proses komunikasi, berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Dalam proses perubahan sikap, tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar- benar melebihi semula.

Dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel yang penting yaitu perhatian, pengertian, penerimaan. Titik penekanan dalam model komunikasi ini lebih kepada pesan yang disampaikan mampu menumbuhkan motivasi, menumbuhkan gairah kepada komunikan sehingga komunikan cepat menerima pesan yang diterima dan selanjutnya terjadi perubahan sikap perilaku. Prinsip dari teori ini merupakan prinsip yang sederhana, dimana manusia akan merespon suatu hal yang mereka dapat dengan komponen – komponen yang sudah disebutkan di definisi diatas, yang mempengaruhi pada perubahan sikap yang ditunjukkan oleh manusia (Kamboj et al., 2018).



Sumber : (Islam & Rahman, 2017)

Gambar 3 Deskripsi Teori Stimulus Organism Respons

Stimulus respon merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan reaksi audien. Dalam teori stimulus respon terdapat unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan. Ketiga unsur tersebut adalah pesan (stimulus), komunikan (Organism) dan efek (Respon). Masing-masing unsur memiliki pengertian sebagai berikut :

1. Pesan (stimulus, S)

Pesan atau message merupakan elemen penting dalam komunikasi. Sebab pesan merupakan pokok bahasan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi publik, pesan bernilai sangat besar. Karena inilah yang menjafi inti dari terjalannya komunikasi. Tanpa adanya pesan maka komunikasi baik antara komunikator dan komunikan tidak akan dapat berjalan.

2. Komunikan (Organism, O)

Komunikan merupan elemen yang akan menerima stimulus yang diberikan oleh komunikator. Sikap komunikan dalam menyikapi stimukus yang diteria,akan berbeda-bea. Tergantung kepada masing-masing pribadi menyikapi bentuk stimulus tersebut. Dalam mempelajari sikap ada tiga variabel yang penting menunjang proses belajar tersebut yaitu: perhatian, pengertian, penerimaan. Ketiga variabel imi menjadi penting sebab akan menentukan bagaimana kemudian respon yang akan diberikan oleh komunikan setelah menerima stimulus. Sikap yang dimaksud disini adalah kecendrungan bertindak, berpikir, berpersepsi, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukanlah perilaku, tetapi lebih merupakan kecendrungan untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek sikap, dengan demikian pada kenyataan tidak ada istilah sikap yang berdiri sendiri. Sikap juga bukanlah sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah seseorang harus setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan.

3. Efek (respon, R): perubahan sikap

Hosland, mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

- a. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
- b. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya
- c. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
- d. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).
- e. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang diterima benar-benar melebihi semula. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Dengan teori inilah dapat dilihat bagaimana proses respon terjadi sehingga akan menimbulkan sebuah reaksi tertentu. Dalam perkembangan pemaknaan responsifitas terus berubah dan menjadi sebuah bagian dari beberapa pengembangan ilmu lainnya. Tidak jarang responsifitas menjadi sebuah indikator untuk mengukur sebuah isu sosial. Hal ini banyak terjadi dalam kajian

pengembangan ilmu sosial salah satunya kajian kebijakan publik. Responsifitas dimaknai cukup berbeda di dalam kajian kebijakan publik. Beberapa ahli telah mengungkapkan terkait peranan responsifitas dalam kebijakan publik yaitu

1. Hormon dalam (Setianingrum dan Tsalatsa, 2016) mendefinisikan responsivitas sebagai kemampuan pemerintah (organisasi) untuk mengidentifikasi kebutuhan, menetapkan agenda dan prioritas, serta membuat rencana berdasarkan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Responsivitas dapat digambarkan sebagai konsistensi antara proyek dan kegiatan dengan kebutuhan masyarakat. Semakin banyak kebutuhan dan keinginan masyarakat yang direncanakan dan dijalankan oleh organisasi publik, semakin baik pula daya tanggap organisasi dipertimbangkan. Hal ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana suatu organisasi merespon harapan, keinginan dan aspirasi, dan kebutuhan sosial.
2. Selain itu Nurani dkk., (2015) mengatakan bahwa *responsiveness* adalah kemampuan lembaga publik untuk merespon kebutuhan masyarakat, terutama yang berkaitan dengan kebutuhan dasar dan hak asasi manusia yaitu, hak sosial hak politik, hak ekonomi, hak sipil, dan hak budaya.
3. (Lejiu dkk., 2014) Responsivitas kebijakan publik diartikan sebagai respon tujuan kebijakan publik terhadap implementasi kebijakan. Dalam konsep evaluasi kebijakan, responsivitas membantu menjawab apakah hasil kebijakan memenuhi kebutuhan, preferensi, atau nilai-nilai kelompok tertentu. Suatu kebijakan yang memuaskan kelompok tertentu berarti berhasil memecahkan masalah yang mereka hadapi, meskipun tidak akan mencapai tingkat kepuasan semua pihak
4. Dunn, (2012) menjelaskan hal tersebut dengan mengemukakan bahwa *responsiveness* berkaitan dengan sejauh mana kebijakan dapat memenuhi kebutuhan, preferensi, atau nilai-nilai kelompok masyarakat tertentu. Keberhasilan suatu kebijakan dapat dilihat dari respon masyarakat terhadap implementasinya setelah terlebih dahulu memprediksikan dampak yang akan terjadi setelah implementasi kebijakan tersebut. Respon masyarakat setelah mereka mulai merasakan pengaruh kebijakan dapat diidentifikasi dari dukungan positif maupun bentuk penolakan. Dunn juga percaya bahwa

responsivitas itu penting, karena jika analisis gagal memenuhi kebutuhan aktual kelompok yang seharusnya diuntungkan dari kebijakan tersebut, maka analisis terkait efektivitas, efisiensi, kecukupan, dan kesetaraan akan tetap gagal. .

Dari pengertian diatas diketahui bahwa dalam kajian kebijakan publik pemaknaan responsifitas lebih kepada gambaran atau proyeksi dari perubahan sikap publik. Dari proyeksi ini pemerintah secara tidak langsung dapat mengartikan apakah produk yang dihasilkan dapat memberikan hasil positif terhadap perubahan sikap publik. Sehingga dalam melihat keberhasilan dari produk pemerintah responsifitas menjadi bagian terpenting untuk dinilai.

Jika dikaitkan dengan teori SOR diatas dapat dilihat bahwa dalam mengartikan responsifitas sesuai dengan pandangan kebijakan publik. Dimaknai bahwa pemerintah merupakan pemegang kendali dari sebuah stimulus (pesan) artinya segala bentuk stimulus yang diterima berasal dari pemerintah. Sedangkan untuk organism merupakan bagian yang mayoritas dikendalikan oleh publik (rakyat). Sehingga ada sebuah hubungan sebab akibat dari apa yang dilakukan oleh pemerintah akan berdampak kepada rakyat.

Dalam beberapa kajian untuk menilai responsivitas penyelenggaraan kebijakan publik, digunakan beberapa indikator yang dijelaskan oleh Ziethaml (dalam Hardiyansyah, 2012), dimensi respon terdiri dari beberapa indikator yaitu cepat, tepat, hati-hati, tepat waktu dan tanggap terhadap segala keluhan dari pejabat. Sementara itu, Dwiyanto (2008) menggambarkan responsivitas dalam beberapa indikator, antara lain;

- a. Ada tidaknya pengaduan dari masyarakat
- b. Sikap aparat birokrasi dalam merespons pengaduan dari masyarakat
- c. Penggunaan pengaduan dari masyarakat sebagai referensi bagi perbaikan penyelenggaraan pelayanan pada masa mendatang
- d. Berbagai tindakan aparat birokrasi untuk memberikan kepuasan pelayanan kepada masyarakat.

2.3 Opini Publik

Istilah opini publik secara etimologi diterjemahkan dari bahasa Inggris yaitu *public opinion*. Kata tersebut di ambil dari bahasa latin yaitu *opinari* berarti fikir atau menduga serta *publicus* yang berarti milik masyarakat luas. Secara sederhana opini publik bisa diartikan sebagai pendapat dari masyarakat. Didalam bahasa Indonesia opini publik sering diterjemahkan dengan kata “pendapat umum” dengan demikian publik diterjemahkan dengan “umum” sedangkan opini dialih bahasakan dengan “pendapat”. Akan tetapi istilah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah opini publik karena akan cukup membingungkan bila *public opinion* diterjemahkan dengan pendapat umum. Istilah “umum” dalam bahasa Indonesia masih kurang jelas pemaknaanya dan dapat membuat pemaknaan ganda (ambigu).

Oleh karena ini dalam penelitian ini akan melihat berbagai kajian literatur konsep opini publik dari berbagai kajian keilmuan. Berdasarkan kajian teori ilmu komunikasi politik opini publik di pahami sebagai sejenis tanggapan publik terhadap pemikiran dan usaha para aristokrat. Pendapat umum yang dibentuk oleh komunikator politik akan menghasilkan pemikiran, reaksi, ide, gagasan, dan perilaku baru. Selain itu, upaya tersebut akan memicu opini publik terhadap isu, kebijakan, dan rencana pemerintah yang dimunculkan oleh komunikator politik yang memiliki tujuan tertentu untuk mendukung kepentingan politik. Pandangan ini kemudian diperjelas oleh Wahid & Luhur, (2020), yang menyimpulkan bahwa opini publik adalah:

1. Perpaduan pemikiran, perasaan, dan saran warga terhadap pilihan kebijakan komunikator politik.
2. Interaksi pribadi dihasilkan melalui debat.
3. Sekelompok pandangan pribadi tentang isu/masalah yang sama dengan mengukur intensitas, stabilitas, dukungan informasi dan dukungan sosial.
4. Ada banyak unit sosial, aktif berkomunikasi, membiarkan semua pihak berpartisipasi, dan mengenali masalah bersama.
5. Sikap pribadi dari individu atau kelompok dalam kelompok.
6. Terbentuk dari proses awal yang tidak nyata menjadi nyata, tetap kuat dan tidak mudah berubah

Hal yang sama juga di ungkapkan oleh Emory Begardus, yang menjelaskan opini publik sebagai hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan didalam masyarakat demokratis. Opini publik bukan merupakan seluruh jumlah pendapat individu-individu yang dikumpulkan, dengan demikian berarti:

1. Opini publik tidak bulat (*senstemimig*)
2. Bukan jumlah opini yang dihitung dengan “angka”, yaitu berapa orang yang ada di masing-masing partai, sehingga opini mayoritas dapat disebut opini publik.
3. Opini publik hanya dapat berkembang di negara-negara demokrasi di mana setiap orang memiliki kebebasan untuk menyatakan pendapat secara lisan, tulisan, gambar, tanda, dan simbol-simbol lain yang dapat dipahami.

Lebih lanjut, Nimmo dalam (Wahid & Luhur, 2020) berpendapat opini publik mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Terdapat isi, arah, dan intensitas mengenai opini publik..
2. Terdapat kontroversi yng menandai adanya opini publik yang tidak dipercayai oleh rakyat.
3. Mempunyai volume yang menciptakan afiliasi kelompok yang sepakat dan mendukung sebuah isu yang diperdebatkan.
4. Relatif tetap walaupun dapat diubah dari positif ke negatif, atau sebaliknya

Bernard Hennessy dalam , juga mengemukakan pandangan terkait pembentukan sebuah opini publik. Ia menjelaskan bagaimana sebuah opini publik terbentuk yang didasarkan 5 faktor dasar yaitu;

1. Keberadaan sebuah isu (*presence of an issue*). Isu dapat didefenisikan sebagai suatu kontemporer yang di dalamnya mungkin tidak terdapat kesepakatan atau kontroversi juga konflik kontemporer.
2. Terdapat kelompok berkepentingan terhadap suatu isu yang dikenal (*nature of public*).
3. Preferensi pilihan yang kompleks, yang mengacu pada keseluruhan pendapat anggota masyarakat tentang isu-isu terkini.
4. Terdapat Ekspresi pendapat, berbagai pernyataan ada pada sekitar isu dan biasanya melalui lisan atau tertulis

5. Ada banyak orang yang terlibat. Publik adalah jumlah orang yang peduli dengan masalah. Tujuannya adalah untuk mengesampingkan isu-isu kecil dari pernyataan yang kurang penting yang tidak penting bagi individu yang sifatnya sangat pribadi (Olii, 2007: 20).

2.4 Kebijakan Publik

Konsep kebijakan publik merupakan kajian yang sangat kompleks, terlihat dari banyaknya definisi dalam berbagai kepustakaan. Untuk itu diperlukan peninjauan teori kebijakan publik dari berbagai ahli (Desrinelti dkk., 2021). Dalam penelitian ini pandangan kebijakan publik merujuk pada (Solichin, 2017) yang menjelaskan kebijakan publik sebagai tindakan pemerintah yang mempunyai tujuan. Hal ini juga diperkuat atas pandangan dari (Santoso, 2017) yang menjelaskan pengertian kebijakan publik sebagai aturan-aturan yang harus ditaati dan bersifat mengikat terkait kehidupan bersama untuk seluruh warga negara.

Secara spesifik kebijakan publik didefinisikan oleh Alamsyah, (2016) sebagai tindakan yang dikendalikan oleh pemerintah dalam mengatur dan mengendalikan pemerintahan pusat maupun daerah. Pengertian tersebut selaras dengan pandangan Prof. DR. H. Sunarto, Msi dalam (Taufiqurakhman, 2016) mendefinisikan kebijakan publik sebagai kegiatan pemerintah untuk memecahkan masalah di masyarakat secara langsung atau melalui berbagai instansi pemerintah. (Abdoellah dan Yudi, 2016) juga menjelaskan kebijakan publik yang berimplikasi pada beberapa hal yaitu;

- 1) Bentuk perdana kebijakan pemerintah adalah penetapan tindakan-tindakan pemerintah;
- 2) Kebijakan pemerintah tidak cukup hanya dinyatakan, tetapi dilaksanakan dalam bentuk yang nyata;
- 3) Kebijakan pemerintah dalam melakukan sesuatu atau tidak melakukan mempunyai landasan maksud dan tujuan tertentu;
- 4) Kebijakan pemerintah itu harus senantiasa ditujukan pada kepentingan seluruh anggota masyarakat..

Akan tetapi istilah kebijakan publik masih menjadi silang pendapat antar para ahli, maka untuk memahami istilah kebijakan publik ini dibuatkan sebuah pendoman oleh Solichin Abdul Wahab dalam (Taufiqurakhman, 2016) sebagai berikut;

1. Harus ada perbedaan antara kebijakan dan keputusan
2. Kebijakan tidak serta merta dibedakan dari administrasi
3. Cakupan kebijakan adalah perilaku dan harapan-harapan
4. Cakupan kebijakan antara ada dan tidak ada sebuah tindakan
5. Mempunyai hasil akhir yang dicapai
6. Mempunyai tujuan yang eksplisit maupun implisit
7. Kebijakan muncul dari proses yang berlangsung sepanjang waktu
8. Kebijakan tersebut meliputi hubungan antar organisasi dan intra organisasi;
9. Kebijakan publik meskipun tidak persis, melibatkan peran kunci lembaga pemerintah; dan
10. Kebijakan ditetapkan atau didefinisikan secara subjektif.

Dalam memahami konsep sebuah kebijakan publik tidak dapat dipisahkan pada sebuah pemahaman mengenai pelaku kebijakan (aktor) didalamnya. Dalam arti yang lebih luas, interaksi antara aktor dan institusi merupakan penentu proses perjalanan dan strategi yang diterapkan oleh komunitas kebijakan. Dalam konteks penelitian ini, kebijakan publik dipahami sebagai pilihan kebijakan pejabat pemerintah atau instansi pemerintah di bidang tertentu. Sehingga akan dipahami terkait interaksi aktor-aktor dalam lingkup pemerintahan

Anderson dalam Madani (2011:37) membagi aktor kebijakan menjadi aktor internal birokrasi dan aktor eksternal yang selalu mempunyai konsen terhadap kebijakan. Sedangkan pendapat (Alamsyah, 2016) mendefinisikan aktor kebijakan sebagai seorang maupun sekelompok orang yang terlibat dalam penentu kebijakan, baik pada proses perumusan, implementasi dan evaluasi kebijakan publik. Aktor kebijakan ini dapat berasal dari pejabat pemerintah, masyarakat, kaum buruh, maupun kelompok.

Secara lebih luas Winarno memberikan pandangan bahwa kelompok yang terlibat dalam sebuah kebijakan adalah kelompok formal dan kelompok nonformal.

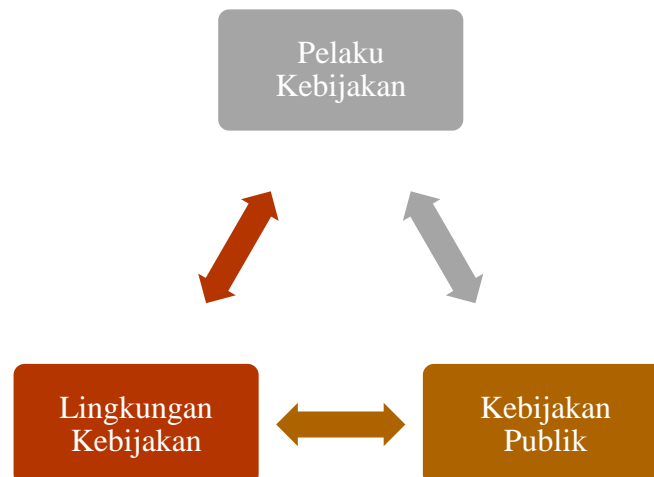
Kelompok formal meliputi badan-badan administrasi (legislatif, eksekutif, yudikatif) sedangkan kelompok non formal meliputi ;

- 1) Kelompok kepentingan (interest groups), seperti kelompok buruh, dan kelompok perusahaan;
- 2) Kelompok partai politik;
- 3) Warga negara individual;

Jika dilakukan analisis kelompok secara lebih rinci, maka para aktor kebijakan yang sering ikut serta dalam proses negosiasi dan pengambilan keputusan di internal birokrasi sebagai berikut:

- 1) Orang dengan kekuasaan (wewenang) tertentu, yaitu lembaga legislatif, administratif, dan yudikatif.
- 2) Diklasifikasikan sebagai partisipan atau aktor tidak resmi. Kelompok yang berpartisipasi secara serius seringkali berada di luar kelompok dan baik secara langsung mendukung atau menolak hasil dari kebijakan yang ada.

Selain itu dalam memahami sebuah konsep kebijakan juga tidak dapat terlepas pada lingkungan kebijakan. Dalam teori sistem kebijakan diyakini bahwa perumusan kebijakan publik tidak lepas dari dampak lingkungan. Kebutuhan kebijakan dapat dihasilkan karena dampak lingkungan, kemudian ditransformasikan ke dalam sistem politik. Pada saat yang sama, pembatasan dan kendala dari lingkungan akan mempengaruhi pengambil keputusan (*policy makers*). Lingkungan kebijakan yang ada di suatu negara seperti pengangguran, kejahatan, krisis ekonomi, dan gejolak politik dapat mempengaruhi atau memaksa aktor kebijakan untuk merespons isu tersebut. Hal yang dimungkinkan untuk dilakukan adalah memasukkan isu ke dalam agenda pemerintah, dan kemudian merumuskan kebijakan publik untuk memecahkan masalah terkait.



Sumber: diolah oleh penulis, 2021

Gambar 4 Lingkungan Kebijakan

Faktor lingkungan tersebut antara lain: karakteristik geografi, seperti: sumberdaya alam, iklim, dan topografi; variabel demografi, seperti: banyaknya penduduk, distribusi umur penduduk, lokasi spesial; kebudayaan politik; struktur sosial; dan sistem ekonomi. Selain itu dalam beberapa kasus, lingkungan internasional dan kebijakan internasional menjadi penting untuk dipertimbangkan dalam sebuah kebijakan (Anderson, 2014).

Menurut pakar politik David Easton yang dikutip oleh Anderson (2014), kebijakan publik dipandang sebagai sistem input, transformasi, dan output. Dalam konteks ini, ada dua variabel makro yang mempengaruhi kebijakan publik, yaitu lingkungan domestik dan lingkungan internasional. Baik lingkungan domestik maupun lingkungan internasional/global dapat memberikan masukan berupa dukungan dan tuntutan terhadap sistem politik. Para partisipan dalam sistem politik kemudian akan mengolah input-input tersebut dalam bentuk regulasi dan kebijakan atau mengubah input-input tersebut menjadi output. Peraturan dan kebijakan tersebut akan diterima oleh masyarakat, kemudian masyarakat akan memberikan umpan balik kepada sistem politik berupa masukan-masukan baru, jika kebijakan tersebut memberikan insentif maka masyarakat akan mendukungnya. Di sisi lain, jika kebijakan tersebut bersifat *restraining effect*, maka masyarakat akan melakukan tuntutan.

2.5 Analisis Sentimen (*Sentiment Analysis*)

Analisis sentimen merupakan salah satu cabang penelitian dari penambangan data teks (Text Mining), yang bertujuan untuk mengklasifikasikan dokumen teks berupa opini berdasarkan sentimen positif dan negatif (Rofiqoh dkk., 2017). Secara luas (Fahrur Rozi dkk., 2012) berpendapat bahwa analisis sentimen atau *opinion mining* adalah sebuah proses mengolah data teks secara otomatis untuk memperoleh informasi emosional yang terdapat dalam kalimat opini. Analisis ini bertujuan untuk melihat pandangan atau opini seseorang tentang suatu masalah atau objek, terlepas dari apakah mereka cenderung memiliki pandangan atau opini negatif atau positif.

Secara teknis (Agustina dkk., 2021) menjelaskan bahwa analisis sentimen mengacu pada bidang pemrosesan bahasa alami, penambangan teks, dan linguistik komputasi yang bertujuan untuk menganalisis pendapat, sikap, dan emosi seseorang, terlepas dari kesenangan penulis terkait suatu topik, produk, layanan, organisasi, individu, atau acara. Tugas analisis sentimen adalah mengelompokkan teks ke dalam kalimat atau dokumen, dan kemudian menentukan apakah pendapat yang diungkapkan dalam kalimat atau dokumen yang dianalisis itu positif, negatif, atau netral. (Juniarsih dkk., 2020) menjelaskan bahwa analisis sentimen merupakan salah satu penelitian yang cukup kompleks yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut;

- 1) Klasifikasi emosi akan membedakan antara kalimat subjektif dan kalimat objektif.
- 2) Tingkat analisis dibagi menjadi 3 bagian, yaitu tingkat informasi, tingkat kalimat, dan tingkat aspek.
- 3) Memberikan pendapat yang membandingkan dengan sesuatu dan pendapat yang hanya sekedar pendapat. Artinya setiap orang dapat mengungkapkan pendapat dengan membandingkan satu hal dengan hal lain atau hanya dengan mengungkapkan pendapat.
- 4) Opini dibagi menjadi eksplisit dan implisit. Jujur, tegas, lugas, dan mengutarakan pendapat dengan jelas atau pendapat yang tidak diungkapkan dengan jelas.

Dalam melakukan sebuah analisis sentimen ada beberapa metode yang dapat digunakan hal ini dijelaskan oleh (Fahrur Rozi dkk., 2012) sebagai berikut;

1) *Naïve Bayes Classifier*

Metode penambangan teks yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah penambangan opini adalah *Naive Bayes Classifier* (NBC). NBC bisa digunakan untuk membagi opini menjadi opini positif dan opini negatif. Pada saat yang sama, dari pemrosesan bahasa alami, sebuah metode dapat penandaan *part-of-speech* (POS) digunakan untuk memecahkan masalah penambangan opini. POS *Tagging* digunakan untuk menyediakan kelas Kata-kata tata bahasa (tag) dari setiap kata dalam kalimat teks.

2) *Support Vector Machine (SVM)*

Salah satu metode yang biasa digunakan untuk klasifikasi dalam supervised learning adalah Support Vector Classification and Regression. Dalam pemodelan klasifikasi, SVM memiliki konsep matematika yang lebih matang dan jelas dibandingkan teknik klasifikasi lainnya. SVM juga dapat menyelesaikan masalah klasifikasi dan regresi dengan linier dan nonlinier.

3) *Lexicon Based*

Metode ini adalah metode sederhana, layak dan praktis untuk analisis sentimen data media sosial. Data yang sesuai dengan pendekatan berbasis kamus adalah data kuesioner, data Twitter, data Facebook, atau media sosial lainnya berupa opini pelanggan terhadap produk atau jasa (Matulatuwa, 2017). *Lexicon Based* berfungsi sebagai pengklasifikasi sentimen dari setiap opini, sehingga kalimat sentimen dapat diklasifikasikan menurut kategori negatif, positif dan netral. Dengan metode ini data kalimat sentimen lebih mudah untuk diklasifikasikan. Asumsi berbasis kamus adalah bahwa orientasi emosional kontekstual adalah penjumlahan dari orientasi emosional setiap kata atau frase. Metode berbasis kamus dapat mengekstrak sentimen dari blog dengan menggabungkan pengetahuan kosakata dan klasifikasi teks

4) *Logistic Regression*

Regresi logistik merupakan metode analisis regresi yang mengambil variabel respon sebagai variabel biner atau kategorik, karena variabel respon bersifat biner atau dikotomis dan terdiri dari dua kategori yaitu 0 dan 1. Regresi Logistik adalah regresi nonlinier yang digunakan untuk menjelaskan hubungan nonlinier antara X dan Y. Distribusi Y tidak normal, dan variasi responnya tidak konstan dan tidak dapat dijelaskan dengan model regresi linier biasa.

5) *Random Fores*

Metode ini merupakan kombinasi dari setiap pohon yang baik, dan kemudian digabungkan menjadi sebuah model. Hutan acak bergantung pada nilai vektor acak dengan distribusi yang sama. Masing-masing pohon keputusan ini memiliki kedalaman maksimum. Hutan acak adalah pengklasifikasi, terdiri dari pengklasifikasi mirip pohon $\{h(x, k), k = 1, \dots\}$ di mana k adalah vektor acak yang terdistribusi secara independen, dan setiap pohon dalam a unit akan memilih kelas yang paling populer pada input x .

6) *K-means*

K-Means Clustering adalah suatu metode pengklasifikasian atau pengelompokan sekumpulan objek berdasarkan atribut yang sama atau mirip. Algoritma K-Means adalah salah satu algoritma analisis cluster yang paling umum digunakan. Penggunaan K-Means yang tidak efisien harus mempertimbangkan pemrosesan data yang lebih besar. Karena kumpulan data yang diproses menjadi lebih besar dan lebih besar, metode host yang didasarkan pada satu CPU menjadi tidak berdaya.

2.6 Media Sosial

Jika merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, media sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Gohar F. Khan dalam bukunya *Social Media for Government* menyatakan bahwa secara sederhana, media sosial adalah sebuah platform berbasis

internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam (Informatif, Edukatif, Sindiran, Kritik dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi. Oleh karena itu, media sosial mempunyai efek berantai sehingga proses transmisi yang terjadi tidak berhenti pada satu audiens pokok saja (multiplier effect) (Widiastuti, 2018).

Seiring perkembangan teknologi informasi yang kian pesat dan meningkatnya jumlah pengguna internet, media sosial telah bertransformasi sebagai salah satu sumber informasi yang paling akrab dengan masyarakat. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), We Are Social mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022. Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet. Nilainya juga lebih tinggi 1% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 203 juta jiwa. Melihat trennya, jumlah pengguna internet di Indonesia terus tumbuh setiap tahunnya. Pada 2012, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya berjumlah 39,6 juta jiwa. Pada tahun ini, jumlah pengguna internet di dalam negeri telah meningkat lima kali lipat dibandingkan pada satu dekade lalu. Adapun, lonjakan pengguna terjadi pada 2017 di mana jumlahnya menjadi 136 juta jiwa. Lebih lanjut, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 8 jam 36 menit setiap harinya.

Selain itu, 94,1% pengguna internet di Indonesia adalah menggunakan telepon genggam. Meski demikian, Indonesia menjadi salah satu negara yang banyak penduduknya belum terkoneksi internet. We Are Social mencatat, ada 73,05 juta penduduk di tanah air yang belum terkoneksi internet. Jumlah itu menjadi yang terbesar kedelapan di dunia. Posisi pertama ditempati oleh India dengan 742 juta penduduk belum terkoneksi internet. China berada di posisi kedua dengan 421,43 juta penduduk belum terkoneksi internet. Setelahnya ada 144,43 juta penduduk Pakistan yang belum terkoneksi internet.

Media sosial merupakan salah satu contoh media berbasis daring dengan pengguna yang banyak tersebar di seluruh dunia. Media sosial biasanya digunakan untuk

berbagi dan berpartisipasi. Tak jarang, media sosial juga digunakan sebagai sarana interaksi sosial. Hal ini dikarenakan kemudahan akses media sosial yang dapat dilakukan dimana saja, kapan saja. Selain pernyataan di atas, berikut beberapa fungsi media sosial (Tenia, 2017) :

- a. Mencari berita, informasi dan pengetahuan
- b. Mendapatkan hiburan
- c. Komunikasi online
- d. Menggerakkan masyarakat
- e. Sarana berbagi

Namun jika ditelaah lebih lanjut, sebenarnya kita dapat menemukan beberapa karakteristik umum yang harus dimiliki oleh sebuah platform untuk dikategorikan menjadi platform media sosial. Karakteristik utama yang harus dimiliki sebuah platform media sosial antara lain:

- a. Merupakan platform yang berbasis pengguna
- b. Bersifat sangat interaktif
- c. Pengguna merupakan pembuat konten
- d. Pengguna bebas menentukan sendiri pengaturan akunnya
- e. Bergantung pada hubungan antar pengguna hingga komunitas yang terbentuk
- f. Memberikan peluang koneksi yang nyaris tak terbatas

Media sosial juga memiliki beberapa karakteristik fitur yang tidak dimiliki oleh jenis media lainnya. Ada batasan dan fitur khusus yang hanya dimiliki media sosial. Berikut adalah beberapa fitur dari media sosial, yaitu (Nasrullah, 2016):

- 1) Media sosial dibangun dari struktur sosial yang dibuat di jaringan atau Internet.
- 2) Informasi menjadi penting dari media sosial karena ada aktivitas di media sosial untuk membuat konten untuk interaksi berbasis informasi.
- 3) Arsip informasi pribadi

- 4) Alat Interaksi untuk memperluas pertemanan maupun memperbanyak pengikut.
- 5) Memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya.
- 6) Penyebaran konten sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya.

Adapun jeni-Jenis Media Sosial menurut digolongkan menjadi 6 jenis yaitu;

a. Proyek Kolaborasi (*Collaborative Projects*)

Situs yang membebaskan pengguna untuk bersama-sama membuat dan memperbarui sebuah konten. Salah satu contoh yang paling umum dikenal adalah Wikipedia

b. Layanan jejaring sosial (*social network*)

Merupakan platform yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan pengguna lainnya dengan cara membuat profil yang berisi informasi pribadi, mengundang teman untuk dapat mengakses profil tersebut, hingga berkiriman pesan singkat. Misalnya, Facebook

c. Layanan blog mikro (*microblogging*)

Ini merupakan salah satu bentuk awal dan sekaligus cikal bakal pengembangan media sosial. Melalui platform ini, para pengguna dibebaskan untuk membuat konten yang pada awalnya didominasi oleh konten tulisan dan ditampilkan secara kronologis. Misalnya, Twitter.

d. Layanan berbagi Konten media (*media sharing*)

Sesuai namanya, ini merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya berbagi konten dalam tipe media yang berbeda-beda. Misalnya, YouTube.

e. *Virtual Game Worlds*

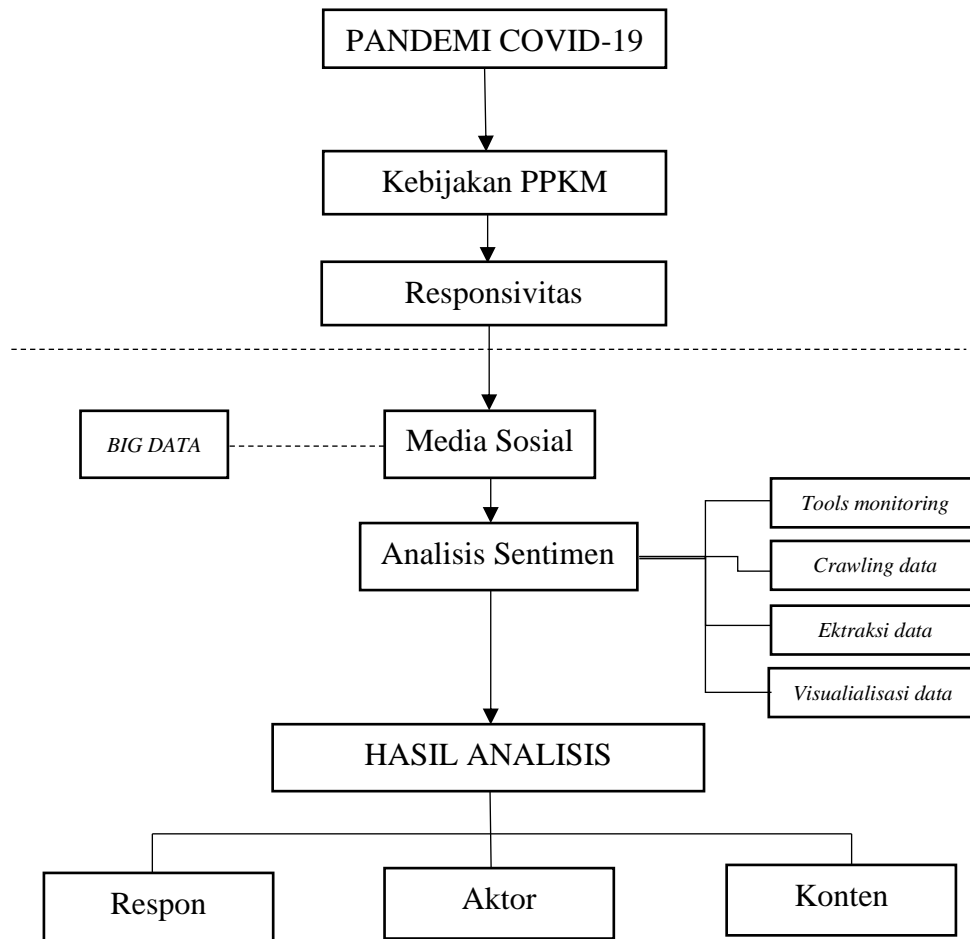
Platform yang mereplikasi dunia tiga dimensi sehingga pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dalam suatu permainan melalui avatar selayaknya berada di dunia nyata. Misalnya, Mobile Legends

f. *Virtual Social Worlds*

Platform yang mirip dengan *virtual game world*, tapi interaksi yang ditawarkan lebih bebas seperti simulasi kehidupan. Misalnya, *Second Life*

2.7 Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini kerang pikir didasarkan pada sebuah fenomena pandemi covid-19 yang ada di Indonesia. Alur dibangunnya penelitian ini terangkum dalam gambar di bawah ini.



Sumber: diolah penulis, 2022

Gambar 5 Kerangka Pikir

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan ialah metode penelitian campuran (*mix methode*) yang akan membahas mengenai analisis kebijakan PPKM level di Indonesia. Metode penelitian *mix methode* merupakan sebuah metode penelitian yang menggabungkan atau mengkombinasikan antara metode kualitatif dan kuantitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam satu kegiatan penelitian sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, reliabel, objektif dan valid. Implikasi metode ini adalah tujuan, pengumpulan data, dan analisis data yang dapat menjawab permasalahan yang tidak dapat dijawab oleh satu metode saja (Sugiyono, 2016).

Penulis memandang bahwa metode penelitian campuran sangat tepat digunakan dalam penelitian ini karena permasalahan yang akan dikaji adalah analisis sebuah kebijakan yang akan menilai responsivitas pengguna internet atas kebijakan di media sosial. Kemudian peneliti membutuhkan analisis data yang bersifat kontekstual dan aktual sehingga hasil yang didapat akan lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu dengan pendekatan penelitian campuran dapat dijadikan bukti empiris dalam menjawab rumusan masalah penelitian secara komprehensif (Supriyati, 2015).

Strategi penelitian yang dibangun menggunakan pendekatan Riset Digital (MRD), sebuah metode yang menganalisis dan menggambarkan data observasi dari hasil penelitian etnografi pada komunitas seni digital (Kristiyono & Ida, 2019). Secara esensi, fungsi MRD ialah menggunakan teknologi digital secara otomatis untuk membantu pengolahan data penelitian yang relevan serta meminimalkan intervensi manusia, sehingga meningkatkan akurasi dan kecepatan pengumpulan dan pengolahan data, serta mengurangi risiko kesalahan. (Rifai et al, 2020).

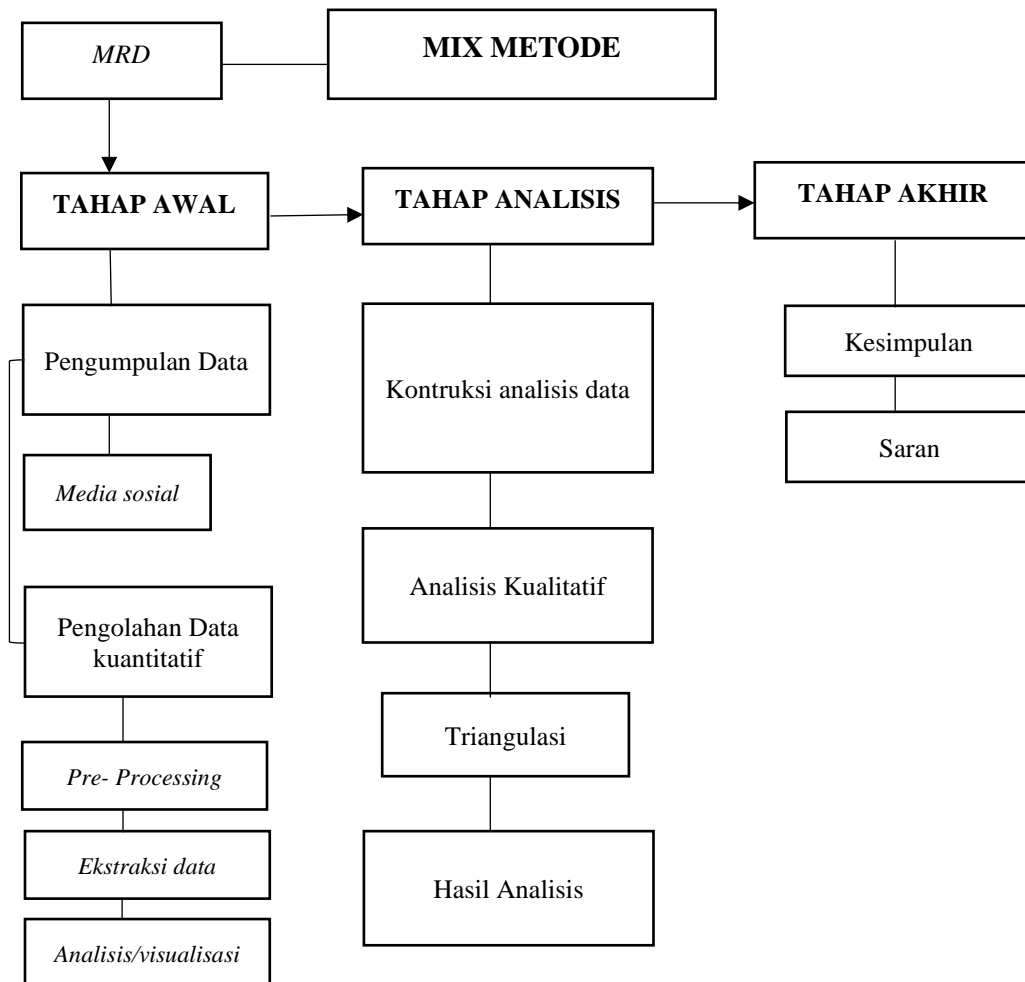
Adapun proses riset yang dilakukan sepenuhnya menggunakan cara digital dari mulai proses pengumpulan data, pengolahan data hingga analisis data. Seluruh kegiatan yang dilakukan menggunakan bantuan aplikasi. Dengan menggunakan bantuan aplikasi memungkinkan proses kegiatan akan lebih cepat dan akurat. Adapun aplikasi yang digunakan adalah aplikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan penulis. Dengan dukungan transformasi digital dalam bidang riset terdapat banyak aplikasi yang dapat membantu dalam proses penelitian salah satunya adalah aplikasi media monitoring.

Aplikasi ini merupakan sistem pemantauan secara online dan realtime menggunakan unit sensor yang terintegrasi dengan unit data logger, unit transmisi data atau media komunikasi data, dan sistem database untuk pengelolaan data pemantauan di internet. Selain itu aplikasi ini juga dapat berfungsi dalam mengelola data yang dihasilkan serta menganalisis data yang telah disesuaikan. Oleh karena jenis aplikasi ini yang digunakan dalam proses penelitian. Dari uraian Sehingga akan ada sebuah modifikasi yang dilakukan dalam kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan MRD. Beberapa modifikasi yang dilakukan ialah :

1. Penggunaan teknik statistika digital yang disesuaikan dengan objek penelitian. Teknik yang digunakan ialah *teks mining*, sebuah metode kuantitatif baru yang bertujuan menganalisis teks dan bahasa. Metode ini mencoba untuk menggali informasi dari data teks yang tidak terstruktur. Dengan adanya modifikasi ini diharapkan tujuan dari rumusan masalah dapat tercapai.
2. Penggunaan instrumen berbasis digital dalam membantu pengumpulan data, pengolahan data serta analisis data penelitian. Instrumen ini berupa aplikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan penulis.

3.2 Desain penelitian

Adapun jenis desain penelitian yang dibangun adalah metode eksplanasi sekuensial. Desain penelitian ialah proses penelitian dilakukan secara bertahap pertama-tama melakukan penelitian kuantitatif dan menganalisis hasil. Kemudian mengkonstruksi hasil kuantitatif untuk interpretasi yang lebih rinci melalui dukungan penelitian kualitatif. Hal ini dianggap *explanatory* karena hasil data kuantitatif awal dijelaskan lebih lanjut oleh data kualitatif (Supriyati, 2015). Dalam upaya memudahkan penelitian maka dibuatlah alur penelitian yang akan dilakukan yang terbagai menjadi tiga tahapan yang dijelaskan pada gambar 6.



Sumber: diolah oleh penulis, 2021

Gambar 6 Desain Penelitian.

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan tahapan metode penelitian sebagai berikut:

1) Tahap awal

Dalam tahap ini kegiatan awal yang dilakukan adalah untuk mempersiapkan instrumen pengumpulan data. Instrumen ini akan dilakukan sebuah uji sesuai dengan kebutuhan dari proses pengumpulan data. Setelah didapatkan hasil positif dari uji instrumen maka kegiatan selanjutnya adalah proses pengumpulan data menggunakan instrumen tersebut. Setelah itu dilakukan kegiatan pengolahan data. Fokus tahap awal ini adalah pengumpulan dan pengolahan data kuantitatif. Pada tahap ini akan menggunakan prosedur dari pendekatan MRD yaitu teknik *mining data* dan *teks analysis*. Output yang ingin didapatkan pada tahap ini ialah hasil analisis dari data kuantitatif. Hasil analisis ini akan menjadi sebuah dasar (rujukan) pada analisis berikutnya.

2) Tahap analisis data

Tahap ini berfokus pada triangulasi data dan analisis lanjutan dari hasil analisis kuantitatif. Analisis yang akan dibangun bertujuan untuk memperdalam dan memperkuat hasil analisis kuantitatif. Sehingga dapat diartikan bahwa segala penjelasan yang tidak mampu diberikan pada analisis kuantitatif akan diperjelas menggunakan analisis kualitatif. Sehingga akan didapatkan hasil analisis yang lebih komprehensif. Selain itu tahap ini mencoba menginterpretasikan sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut lebih mudah untuk dipahami. Dalam proses interpretasi data segala bentuk temuan dari data penelitian akan dibahas lebih lanjut. Sehingga akan didapatkan sebuah posisi dari hasil riset ini.

3) Tahap akhir

Tahap ini dimaksudkan untuk menarik kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang telah dilakukan. Sehingga dapat dijadikan bahan kajian pada penelitian lanjutan.

3.3 Batasan penelitian

Berdasarkan perkembangan kebijakan PPKM yang sedang dilakukan banyak hal yang perlu dibatasi dalam penelitian. Hal ini berguna untuk memfokuskan terkait permasalahan yang akan dibahas. Penulis mencoba menyesuaikan arah kebijakan pemerintah yang saat ini dilakukan dengan fokus penelitian yang dibahas. Sehingga dari pertimbangan tersebut ada beberapa hal yang menjadi batasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Hasil penelitian ini mengkaji terkait *outcome* dari kebijakan PPKM level menuju masa transisi dari pandemi ke endemi di Indonesia.
2. Lingkup penelitian yang dibahas dibatasi oleh sumber data yang berasal dari media sosial. Sehingga pembahasan dan analisis digeneralisasi berdasarkan data dari media sosial.

3.4 Fokus penelitian

Fokus Penelitian yang dibangun adalah mengidentifikasi dan menganalisis respon pengguna internet terhadap kebijakan PPKM level di media sosial. Adapun indikator dari hasil penelitian yang dibahas melingkupi beberapa indikator yaitu :

1. Sentimen

Hasil penelitian mengkaji respon pengguna internet menggunakan analisis sentimen yaitu sentimen positif, sentimen negatif, dan sentimen netral. Dalam pembahasan ini memiliki fokus pada dominasi sentimen yang muncul.

2. Aktor

Indikator ini akan menguraikan aktor yang terlibat dalam penelitian ini. Hal ini dimaksudkan untuk menilai peranan dan dominasi dari aktor yang terlibat.

3. Konten

Indikator ini akan menguraikan suatu informasi yang tersedia dari data yang telah didapatkan. Konten yang akan dianalisis berjenis teks baik berupa berita, opini ataupun ulasan.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel adalah hal-hal yang menjadi objek penelitian yang ditatap dalam suatu kegiatan yang menunjukkan variasi baik secara kuantitatif maupun kualitatif (Ulfa, 2017). Variabel dapat diartikan juga sebagai suatu atribut atau sifat yang mempunyai variasi nilai atau macam-macam nilai. Variabel dapat memiliki dua nilai atau lebih (dikotomi atau politomi). Suatu atribut bisa manusia maupun objek. Menurut (Eddy Roflin, Iche Andriyani, 2021) disebutkan, bahwa variabel ada dua macam, pertama, variabel independen, yaitu variabel bebas, antesenden, atau prediktor. Variabel ini mungkin menyebabkan, mempengaruhi, atau berefek pada outcome dan menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen. Kedua, variabel dependen yaitu variabel terikat, konsekuensi, atau kriterium. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel independen.

Sedangkan definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena (Eddy Roflin, Iche Andriyani, 2021). Penggunaan variabel dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3 Variabel Penelitian

No	Varibel	Definisi Operasional
1	Respon pengguna internet	Reaksi pengguna internet yang berwujud dalam penilaian sentimen yang digolongkan menjadi 3 yaitu sentimen positif, sentimen negatif, dan sentimen netral terkait informasi mengenai kebijakan PPKM di media sosial.
2	Mentions Kebijakan PPKM	Sekumpulan teks pada media sosial yang menginformasikan terkait pelaksanaan kebijakan PPKM.

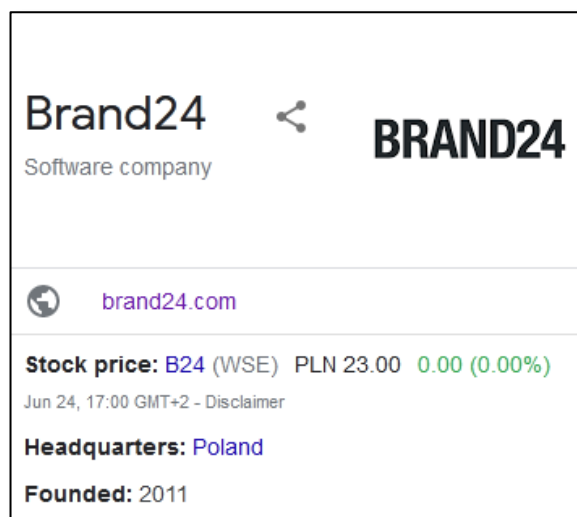
Diolah oleh penulis, 2022

3.6 Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Sehingga dapat diartikan dalam penelitian instrumen dimaksudkan sebagai alat bantu dalam penelitian (Sugiyono, 2016). Berdasarkan proses penelitian ini terdapat beberapa jenis instrumen yang dipakai. Proses dari pengumpulan data hingga proses analisis data kualitatif penulis menempatkan diri menjadi instrumen penelitian. Sedangkan proses pengumpulan data hingga analisis data kuantitatif dilakukan dengan bantuan sebuah aplikasi. Jenis aplikasi yang digunakan adalah berbasis web yang memiliki fungsi sebagai internet monitoring. Ada 2 jenis aplikasi yang digunakan oleh penulis dalam membantu proses pengambilan data yaitu :

1. Aplikasi Brand24

Pada dasarnya aplikasi Brand24 merupakan perangkat lunak pemantauan internet yang dirancang untuk promosi penjualan dan memantau sebuah brand pada perusahaan. Aplikasi ini dapat secara cepat memasuki berbagai percakapan mengenai brand, produk atau topik tertentu. Adapun profil dari perangkat lunak tersebut ditampilkan pada gambar dibawah ini.



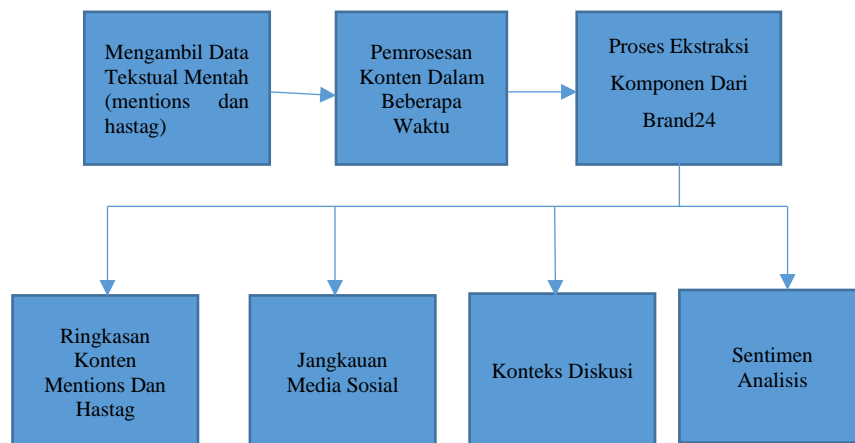
Sumber: brand24.com

Gambar 7 profil aplikasi brand24

Aplikasi Brand24 digunakan dalam penelitian ini karena dapat dijadikan sumber analisa untuk mengetahui berbagai informasi termasuk pengguna social media yang paling berpengaruh. Perangkat lunak ini memberikan pengalaman nyata analisis waktu web di berbagai saluran (misalnya, situs berita, sosial media, blog, forum), memungkinkan pengumpulan sebutan, diskusi volume dan fitur lainnya di forum online dan di tempat lain (Ortenzi, 2017). Alat tersebut juga telah terbukti menjadi ukuran yang efektif untuk demografi, sentimen dan variabel lain dalam penelitian media sosial, dengan khususnya berkaitan dengan forum online (Ahmed, 2019; Batrinca dan Treleaven, 2015).

Teknik yang digunakan dalam aplikasi semacam itu ialah penggunaan sistematis pemrosesan bahasa ural, analisis teks, linguistik komputasional, dan biometrik untuk mengidentifikasi, mengekstrak, mengukur, dan mempelajari keadaan afektif dan informasi subjektif dari pengguna di seluruh kumpulan data besar (big data). Sehingga aplikasi ini dapat secara otomatis mengenali nada positif, negatif dan netral dari frase dalam teks, memberikan indeks polaritas yang mewakili nilai dari opini positif dan negatif tentang kata kunci yang diberikan. Hasil kemudian diklasifikasikan secara manual menurut jenis dan sumbernya.

Dengan kemampuan tersebut maka aplikasi ini cocok digunakan pada sebuah penelitian berbasis teks analitik. Brand24 juga memiliki alat analisis media sosial. Salah satu fitur yang ditawarkan Brand24 untuk menganalisis media sosial yang mampu untuk mengukur kinerja hashtag. Brand24 akan mengikuti percakapan pengguna dan komunitas, dan mengukur jangkauan secara akurat dari data teks. Data yang dikumpulkan oleh Brand24 mencakup jumlah total data teks yang berisi kata atau hashtag sesuai kata kunci tertentu, jumlah suka, tanggapan, bagikan, dan sebutan positif dan negatif. . Berikut proses mind map Brand24 dalam menganalisa data dari media sosial.



Sumber: data brand24,2021

Gambar 8 Mind Map Proses Analisis Brand24

Melalui perangkat lunak ini, peneliti hanya perlu memilih kata kunci yang dipilih. Kemudian, peneliti menentukan periode cakupan data. Setelah datanya diproses oleh perangkat lunak ini, proses ekstraksi dilakukan secara otomatis untuk menghasilkan infografis berupa sentimen, ringkasan mention, hashtag, dan reach (Ali et al., 2020).

Dalam penelitian ini pemanfaatan yang dilakukan dengan aplikasi brand24 ialah pada proses scraping data serta analisis data. Dengan adanya kemampuan tools yang terdapat pada aplikasi ini dapat dijadikan sumber analisis guna menjawab permasalahan yang ada. Hasil analisis juga digunakan pada proses interpretasi data serta dijadikan sumber acuan untuk analisis kualitatif.

2. Mediatoolkit

Aplikasi tersebut memiliki fungsi yang sama yaitu mengumpulkan big data yang berasal dari internet khususnya media sosial. Selain berfungsi mengumpulkan data aplikasi tersebut berfungsi sebagai pengolahan dan analisis data secara otomatis. Sehingga dengan aplikasi ini juga proses pengolahan dan analisis data dilakukan. Dengan adanya fitur yang dimiliki oleh aplikasi tersebut memungkinkan pengambilan, pengolahan hingga analisis data yang lebih cepat.



Sumber : mediatoolkit,2022

Gambar 9 Tampilan bot scraper aplikasi mediatoolkit

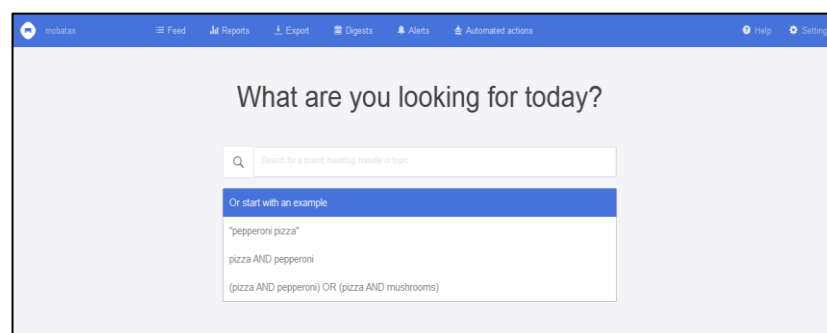
Mediatoolkit adalah alat pemantauan media sosial yang melacak penyebutan yang relevan di seluruh saluran media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan YouTube, tetapi juga di situs web, forum, blog, dan di mana pun diskusi mungkin terjadi. Cari tahu apa yang dikatakan pelanggan Anda secara real-time, temukan sebutan dan influencer yang penting bagi bisnis Anda, sembari juga membuat laporan media sosial yang dapat ditindaklanjuti dengan analisis sentimen dan keterlibatan.

Untuk identifikasi produk yang paling populer di aplikasi ini adalah adalah: (a) jumlah interaksi antara pengguna (yaitu, komunikasi di antara anggota audiens); (b) jumlah user (yaitu, luas lemparan konten di jejaring sosial ke koneksi, grup, atau individu tertentu); (c) jumlah dan kategori situs web (misalnya, sosial media, forum, berita); (d) jangkauan media sosial (yaitu, jumlah pengguna yang telah menemukan konten tertentu di platform sosial) dan (e) hashtag paling populer yang terkait dengan kata kunci (tidak termasuk re-terkait dengan merek atau distributor tertentu).

Forum paling populer/relevan diskusi dipilih sesuai dengan (a) relevansi objek penelitian: hanya situs web yang membahas kebugaran, olahraga, atau mata pelajaran terkait kesejahteraan dipertimbangkan untuk analisis; (b) aktivitas forum: hanya thread gen-dilakukan dalam 10 tahun terakhir dimasukkan dalam penelitian ini; (c) nomor posting setiap bulan, (d) frekuensi posting: hanya yang lebih dari tujuh posting per minggu dimasukkan untuk memastikan bahwa anggota bertindak secara aktif memposting di forum dan (e) semua forum yang dianggap terbuka untuk umum dapat diakses. Hasil kemudian disaring secara manual untuk menghindari duplikasi hasil dan penyebutan yang tidak terkait

Pada penelitian ini aplikasi mediatoolkit digunakan secara khusus untuk proses pengumpulan data karena jenis metode yang digunakan cukup mudah dan lebih luas yaitu *web scraping* dengan bantuan *search engine* otomatis yang disediakan oleh aplikasi (*Bot scraper*). Dengan bantuan *bot scraper* proses pengumpulan data akan lebih praktis bahkan dalam waktu yang lebih singkat. Selain itu pengumpulan data menggunakan teknik ini akan lebih spesifik karena teknik ini dapat memilih data yang akan diambil sesuai dengan kebutuhan. Hal ini juga didukung oleh fitur aplikasi yang menyediakan sebuah alat pemisahan data otomatis.

Hal yang perlu dilakukan dalam proses ini adalah memasukan kata kunci yang akan dicari. Kemudian semua data yang berkaitan akan melalui proses penjelajahan data kemudian ditampilkan dalam bentuk indeks data. Tampilan dalam bentuk indeks data ini hanya berupa judul, laman, tanggal dan jenis sentimen. Semua indeks data yang ditampilkan dapat diatur sesuai dengan kebutuhan dan hasil akhir dapat dikonversikan kedalam bentuk lain seperti spreadsheet, word, dan pdf. Selain itu terdapat fitur open acces pada halaman indeks yang memungkinkan penjelajahan data lebih lanjut.



Sumber : mediatoolkit,2022

Gambar 10 Tampilan bot scraper aplikasi mediatoolkit

Pada proses pengumpulan data untuk menghasilkan data yang diinginkan maka digunakan sebuah kata kunci general yang dapat mencakup semua informasi yang berkaitan dengan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berbasis level. Dalam penelitian ini penulis menggunakan

kata kunci “PPKM” karena istilah tersebut sengaja dipopulerkan oleh pemerintah untuk mengurangi gerak publik. Selain itu istilah PPKM juga sempat beberapa kali menjadi trending topik pada aplikasi twitter..

Penulis menggunakan 2 aplikasi tersebut karena akan dijadikan tindak lanjut dari triangulasi data sehingga akan didapatkan data yang komparatif. Selain itu penggunaan dua aplikasi ini bertujuan untuk menutupi kelemahan pengambilan data dari masing-masing aplikasi.

3.1 Parameter Sample

Berdasarkan penetrasi internet jumlah populasi yang akan diidentifikasi adalah seluruh pengguna media sosial di wilayah Indonesia. Merujuk pada data *Hotsueit* dalam laporan “digital2022” memperkirakan bahwa jumlah pengguna aktif sosial media di Indonesia pada tahun 2022 kurang lebih 191 juta jiwa. Namun jumlah tersebut belum bisa dipastikan kebenarannya. Sehingga penentuan sample yang digunakan bersifat *non probability* dengan teknik *eccidental*. Metode ini merupakan penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Hal ini dikarenakan terdapat batasan waktu dalam pengambilan data. Selain itu peneliti tidak memiliki kewenangan untuk memilih elemen sample. Oleh karena itu parameter sample yang digunakan berdasarkan pada batasan waktu atau durasi penelitian.

3.2 Sumber Dataset

Sumber data yang digunakan dalam penelitian merupakan data sekunder yang berasal dari media sosial. Sifat data yang digunakan adalah data digital (big data) yang dapat diakses oleh publik (*open data*). Data media sosial yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 jenis yaitu data twitter, data instagram, dan data facebook. Karakteristik data yang digunakan adalah data teks berupa kumpulan mentions yang membahas dan menginformasikan kebijakan PPKM level. Pemilihan media sosial yang akan digunakan berdasarkan pada karakteristik media sosial dan jumlah pengguna. Karakteristik yang dimaksud adalah media sosial yang memiliki data teks dan dapat diakses oleh publik. Sedangkan untuk jumlah

pengguna dipilih 3 terbesar aplikasi yang memiliki karakteristik yang sama. Dari indikator tersebut didapatkan kualifikasi sumber data yang digunakan yaitu;

1. Data Twitter

Penggunaan data dari twitter karena dinilai dari tingkat popularitas yang tinggi. Aplikasi ini masuk peringkat 5 sebagai aplikasi sosial media terpopuler yang memungkinkan data yang diambil akan lebih kompleks. Diketahui juga bahwa aplikasi ini merupakan *microblog* daring yang memungkinkan pengguna mengirim serta membaca pesan berbasis teks. Selain itu twitter memiliki karakter pengguna yang unik yaitu *engagement*, *expressive* dan *entreperneurial* yang membuat twitter memiliki tinggal persebaran informasi tercepat diantara sosial media yang lain. Sehingga memungkinkan data yang didapatkan akan lebih aktual (Yoga, 2015).

2. Data Instagram

Pemilihan data dari instagram karena dinilai mayoritas pengguna platform ini adalah generasi millennial dengan rentan usia 18-24 tahun. Menurut laporan Napoleon Cat rata-rata pengguna aplikasi ini adalah kaum perempuan dengan nilai 52,6 % pada bulan mei 2021. Oleh karena itu data ini penting menjadi bahan analisis untuk melihat kelompok sosial usia muda pengguna sosial media (Annur, 2021) .

3. Data Facebook

Penggunaan data aplikasi ini karena dinilai bahwa aplikasi ini masuk peringkat kedua pengguna terbanyak se asia. Aplikasi ini memiliki pengguna yang sangat luas karena memiliki basis pertemanan sehingga memungkinkan semua elemen sosial dapat masuk sebagai pengguna. Karakteristik pengguna aplikasi ini juga sangat beragam, tidak hanya anak muda akan tetapi para bapak-bapak dan ibu-ibu juga termasuk pengguna terbanyak. Oleh karena itu memungkinkan data yang akan didapatkan lebih variatif dari status sosial.

3.3 Waktu Pengumpulan Dataset

Pengumpulan data dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 6 bulan. Jangka waktu tersebut dipilih mengacu pada fokus penelitian pada masa transisi menuju endemi covid-19. Untuk mengindikasikan terkait jenis Kebijakan PPKM level penulis menggunakan skala waktu pemberlakuan kebijakan berdasar pada pemberlakuan Instruksi Menteri dalam negeri nomor 22 tahun 2021 tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Jawa dan Bali. Untuk menfokuskan permasalahan penelitian yaitu respon masyarakat terkait kebijakan ppkm level menuju endemi maka data yang diambil berkisar pada tanggal 1 januari 2022 – 5 juni 2022. Rentan waktu ini merupakan masa pemerintah menghadapi gelombang 3 pandemi covid-19 akibat varian virus baru. Sehingga waktu tersebutlah yang akan menjadi fokus kajian penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Dataset

Metode dalam pengumpulan data dilakukan secara otomatis dengan bantuan sebuah aplikasi berbasis web. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah *mining data* dengan metode *Web Scraping*. Metode web scraping merupakan proses pengambilan data atau esktraksi dari sebuah platform, lalu data tersebut umumnya disimpan dalam sebuah format tertentu. Dalam langkah pengumpulan dataset dilakukan dengan memanfaatkan matrik dari aplikasi yang digunakan. Matrik tersebut didasarkan pada definisi istilah yang diuraikan oleh jejaring sosial seperti Facebook, YouTube dan Twitter.

Tabel 4 Matriks Media Sosial

No	Matriks	Deskripsi
1	Mentions	sarana di mana posting merujuk atau menautkan ke profil pengguna (user)
2	Shares	Mencerminkan berapa kali konten tertentu dibagikan di media sosial
3	Likes	Mencerminkan berapa banyak user yang suka terkait dengan konten tertentu yang diterima di sosial media

4	hashtag	Frase kata kunci yang dieja tanpa spasi, didahului dengan tanda pound (#), yang berguna untuk mengelompokkan konten
5	Volume	Keterangan banyaknya orang yang membicarakan merek, konten, atau industri Anda di media sosial.
6	Interactions	Matriks yang melibatkan bagaimana user konten berbicara dengan individu di media sosial media

Sumber: diolah oleh penulis, 2021

Berdasarkan matriks diatas, dalam penelitian ini akan menggunakan 1 matriks sebagai acuan pengumpulan data yaitu matriks “mentions”. Matriks tersebut memiliki kegunaan untuk mengelompokkan konten yang lebih bersih dan mampu menginterpretasi makna dalam konten. Kelebihan yang penggunaan metrik ini adalah simple dan fleksibel. Syarat yang diperlukan hanya melakukan pemilihan kata kunci (*keyword*). Kata kunci adalah kata atau frasa yang menonjol (penting) dalam judul, istilah subjek, catatan konten, abstrak, atau daftar dalam katalog online dan database bibliografi, dan dapat digunakan sebagai pencarian istilah dengan bebas pada semua daftar yang mengandung kata kunci.

Oleh karena itu penelitian ini telah menetapkan 1 kata kunci matriks yang akan dikelompokkan yaitu; “PPKM”. Kata tersebut merupakan sebuah istilah yang sering digunakan. Tercatat bahwa kata PPKM beberapa kali memasuki jajaran trending kata di media twitter. Kata tersebut juga lebih fleksibel dibandingkan kata yang lain. Sehingga cocok digunakan sebagai kata kunci untuk mengumpulkan data. Penggunaan kata ini juga lebih luas dalam menyerap data yang diinginkan.

Untuk mengidentifikasi jenis kebijakan PPKM level telah dibuktikan dalam periode waktu pengumpulan data. Batasan waktu yang ditetapkan telah mengartikan bahwa periode kebijakan tersebut masuk kedalam periode kebijakan PPKM level. Selain itu untuk mengkonkritkan hasil data yang didapatkan maka dilakukan pembatasan terhadap wilayah dan jenis bahasa. Wilayah data yang diambil hanya berada di seluruh wilayah di Indonesia. Untuk jenis bahasa yang dipindai hanya mengumpulkan jenis data berbahasa indonesia. Dengan ini maka seluruh data yang dikumpulkan lebih terarah pada objek penelitian yang dimaksudkan.

Selanjutnya setelah proses penetapan kata kunci, dilakukan proses *scraping* data (pengumpulan). Proses ini dilakukan secara otomatis dengan bantuan aplikasi. Pengumpulan data dengan metode otomatis ini memiliki kelebihan pada prosesnya yaitu lebih cepat dan efektif jika dibandingkan dengan metode manual. Namun perlu diketahui bahwa hasil metode otomatis dengan aplikasi masih belum sebaik dibandingkan dengan metode manual dan koding. Karena terdapat beberapa data yang bersifat privat yang tidak dapat diakses. Sehingga untuk memaksimalkan proses pengumpulan data maka digunakan 2 aplikasi sebagai bentuk validitas dan penyempurnaan data.

Perbandingan proses pengumpulan data yang dilakukan antara 2 aplikasi tersebut terletak pada waktu sortir waktunya serta *sources* media sosial yang dapat dikumpulkan. Untuk aplikasi brand24 proses sortir data maksimal yang dapat dikumpulkan adalah 1 bulan terakhir. Aplikasi ini juga memiliki kelebihan pada sisi *sources* media sosial yaitu terdapat 17 jenis yang dapat diakses datanya sehingga data yang dapat di akses akan lebih luas. Untuk aplikasi mediatoolkit proses sortir data jauh lebih maksimal dibanding aplikasi brand24 yaitu data mengumpulkan data hingga waktu 3 bulan terakhir. Akan tetapi jenis *sources* yang dapat diakses relatif lebih sedikit, hanya 10 jenis *sources* yang dapat diakses datanya. Berdasarkan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing aplikasi tersebut maka proses pengumpulan data dilakukan berkala untuk memaksimalkan data yang didapatkan. Proses *scraping* data dalam penelitian ini dilakukan selama 4 kali menggunakan aplikasi brand24 dan 2 kali menggunakan aplikasi mediatoolkit. Adapun rincian tahapan waktu *scraping* data yaitu :

Tabel 5 Tahapan Scraping Data

Aplikasi	Waktu pengambilan data	
Brand24	Jilid 1	21 Desember 2021 - 31 Januari 2022
	Jilid 2	1 Februari 2021 - 23 Maret 2022
	Jilid 3	24 Maret 2022 - 30 April 2022
	Jilid 4	1 Mei 2022 - 5 Juni 2022
Mediatoolkit	Jilid 1	21 Desember 2021 - 22 Maret 2022
	Jilid 2	23 Maret 2022 - 3 Juni 2022

Sumber : diolah oleh penulis, 2022

Untuk gambaran proses scraping data dilakukan dalam beberapa proses yaitu :

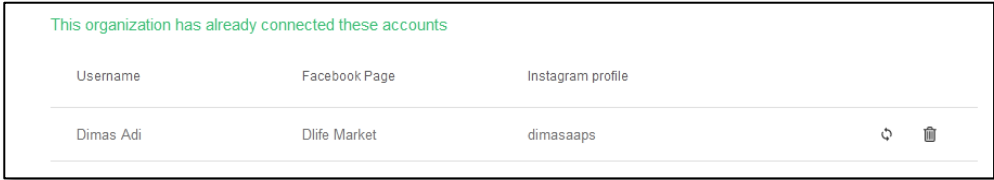
1. Daftar akun

Tahap daftar akun untuk scraping data cukup berbeda, dimana untuk pendaftaran aplikasi harus menggunakan email jenis bisnis atau email organisasi. Hal ini dikarenakan sebagai bentuk jaminan akses masuk *sources* diberbagai sosial media. Tatacara pendaftaran aplikasi tersebut secara umum sama antara aplikasi brand24 dan mediatoolkit. *Pertama*, akses laman dari aplikasi untuk aplikasi brand24 laman aksesnya <https://brand24.com/>. Sedangkan akses laman aplikasi mediatoolkit adalah www.mediatoolkit.com. *Kedua*, registrasi pada halaman dasborard dari masing masing aplikasi. Hal yang perlu disiapkan adalah data diri dan juga email bisnis. *Ketiga*, verifikasi akun pada email, pada proses ini yang perlu dilakukan adalah membuka email bisnis setelah itu klik halaman yang telah dikirimkan oleh aplikasi tersebut. *Terakhir*, aplikasi siap digunakan.

2. Sambung akun sosial media

Setelah proses pendaftaran telah selesai, maka akan dialihkan pada proses integrasi sosial media yang dimiliki. Proses ini akan diarahkan secara otomatis. Yang perlu dilakukan adalah menyiapkan akun dari masing-masing sosial media. Jika proses tersebut berhasil akan muncul username dari masing-masing aplikasi tersebut seperti gambar dibawah ini.

Gambar 11 Integrasi Sosial Media



This organization has already connected these accounts

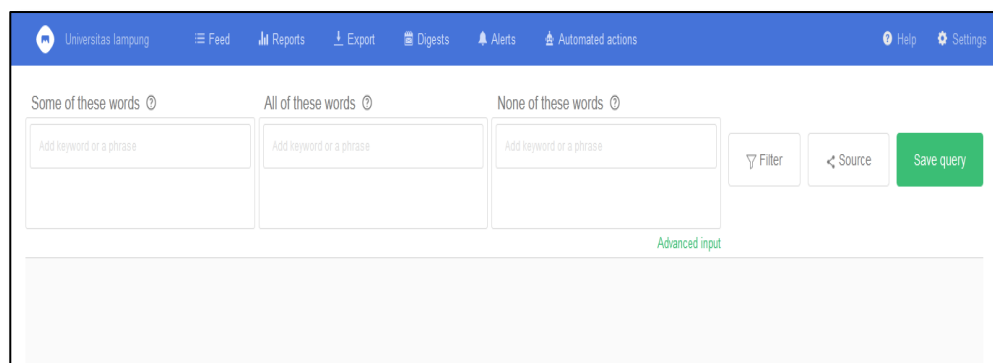
Username	Facebook Page	Instagram profile	
Dimas Adi	Dlife Market	dimasaaps	🔄 🗑️

Sumber: *mediatoolkit.com*

3. Memasukan kata kunci pencarian

Jika tahap integrasi sosial media telah berhasil maka proses scraping data siap dilakukan. Langkah yang dilakukan adalah menyiapkan kata kunci yang akan dicari. Penetapan kata kunci menjadi hal yang paling penting dalam proses scraping data otomatis karena akan mempengaruhi hasil data yang didapatkan. Tampilan proses memasukan kata kunci terlihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 12 scraber kata kunci

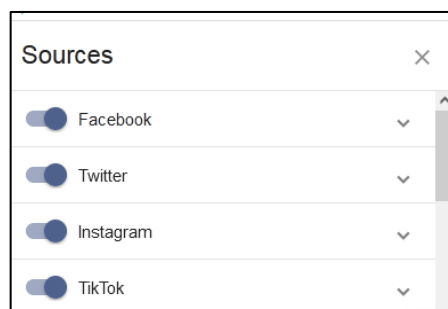


Sumber : *mediatoolkit.com*

4. Sortir source

Setelah memasukan kata kunci terpilih langkah selanjutnya adalah mensortir jenis aplikasi apa yang akan diakses. Proses ini dilakukan dengan tools otomatis. Sehingga memudahkan pemisahan data yang akan diolah. Adapun proses sortir ini terlihat pada tampilan di bawah ini.

Gambar 13 Sortir Source

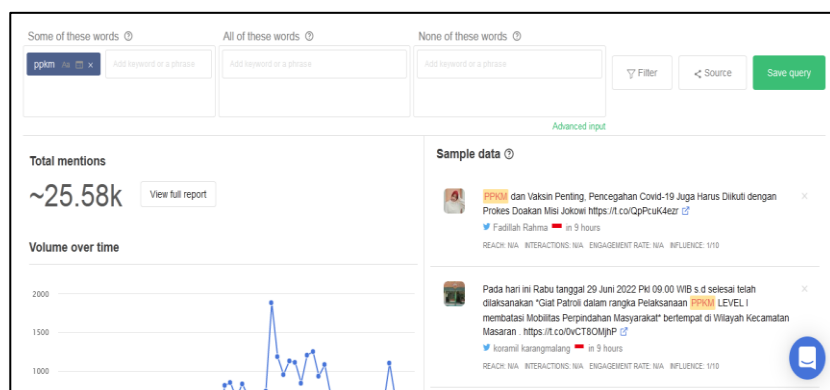


Sumber: *mediatoolkit.com*

5. Ekstraksi data

Setelah seluruh proses dilakukan maka tahap selanjutnya adalah pengumpulan data sesuai dengan kata kunci dan jenis source yang akan di ambil datanya. Proses ini membutuhkan waktu 5-10 menit tergantung pada banyaknya data yang diakses. Berikut ini tampilan dari pengumpulan data

Gambar 14 Proses Ekstraksi Data.



Sumber : *mediatoolkit.com*

3.5 Tahap Pengolahan Dataset

Pengolahan data adalah proses dimana data dikelompokkan ke dalam kelompok atau kelas berdasarkan karakteristik laporan. Ekstraksi data mengacu pada menganalisis atau mengevaluasi kumpulan informasi data yang telah diklasifikasikan sebelumnya untuk mengisolasi suatu pola dan mengelompokkannya ke dalam satu atau lebih kategori yang diketahui. Tahapan pengolahan yang dilakukan terdiri dari 3 bagian yaitu;

1. Pre- Processing

Pada tahap pre-processing data, data mentah hasil *crawling* data terlebih dahulu dilakukan proses pengecekan jumlah data yang didapatkan dengan cara melakukan *crawling* berulang. Dengan cara ini berguna untuk mendeteksi data yang tidak terinput. Kemudian dilakukan pengecekan pada alat (*tool*) yang akan digunakan. Pengaturan alat berfokus pada filterasi data berdasarkan bahasa

Indonesia dan wilayah data. Hal ini berguna membuang seluruh data yang tidak diperlukan, seperti data bahasa asing, dan data dari negara asing. Kemudian setelah data dibersihkan dilakukan pemindaian data untuk mengatur data yang diinginkan seperti data sentimen, data tanggal, data laman, data influencer, data mentions, data penulis, dan data jumlah reaksi. Tampilan data yang telah dilakukan pemindaian sebagai berikut.

Gambar 15 Data Scraping



Sumber: Brand24.com

2. Ekstraksi Data

Setelah data dipindai berdasarkan klasifikasi jenis data. Maka dilakukan sebuah ekstraksi data kedalam format dataset excel untuk proses analisa data. Data tersebut diambil dari sistem operasional didalam aplikasi menggunakan teknik *query*. Hasil ekstraksi tersebut membentuk dataset yang telah siap diolah. Secara lengkap dataset tersebut dapat dilihat pada lampiran 1, lampiran 2, lampiran 3. Proses ekstraksi ini berguna untuk keperluan analisis data secara manual guna melengkapi hasil analisis.

3. Visualisasi Data

Tahap ini merupakan transformasi dari hasil ekstraksi data menjadi sebuah ringkasan simpulan dari hasil informasi yang didapatkan. Proses ini dilakukan secara otomatis melalui fitur dari aplikasi brand24. Secara langsung seluruh data yang diolah dimasukan kedalam sebuah laporan. Bentuk laporan yang ditampilkan adalah kesimpulan dari hasil pengolahan data. Tampilan data dapat dilihat pada lampiran 5 dan lampiran 6.

Isi laporan tersebut berguna untuk bahan analisis. Pada tahap lanjutan laporan ini berguna untuk mengkomunikasikan data yang lebih konstruktif sebelum dilakukan analisis yang lebih mendalam. Hasil dari visualisasi data akan menjadi bahan pertimbangan analisis lanjutan.

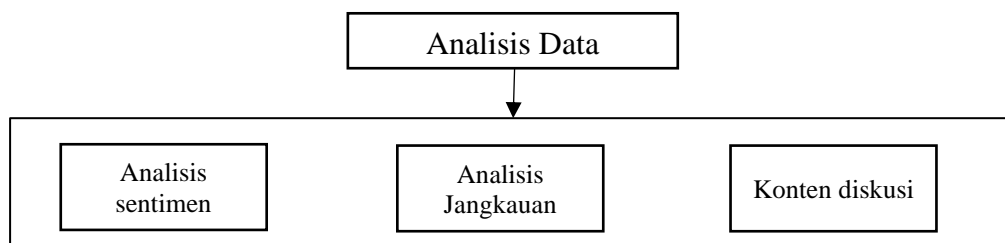
3.6 Tahap Analisis Data

Secara umum analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dengan 2 pendekatan yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hasil dari metode ini merupakan menggabungkan 2 bentuk analisis antara kuantitatif dan dikuatkan oleh analisis kualitatif. Dalam pemenuhan arah analisis yang akan dilakukan maka teknik yang digunakan adalah studi dokumentasi digital, sebuah pendekatan multimetode dalam mengolah dan menganalisis data dokumen digital yang bertujuan menggali kebenaran informasi.

Secara teknis proses analisis data dilakukan dengan cara penggabungan analisis. Fokus kegiatan analisis ini adalah mengkonstruksikan hasil pengolahan data kuantitatif ke dalam beberapa bentuk analisis kualitatif. Untuk model analisis kualitatif yang digunakan adalah *summative content analysis* (analisis isi sumatif). Secara umum, teknik analisis isi sumatif merupakan metode untuk mendapatkan inti sari dari teks yang kompleks. Tidak saja inti sari, tetapi juga menemukan pentingnya teks tersebut secara keseluruhan dan dampaknya bagi pembaca ataupun audiens. Analisis sumatif bukan mencari bagaimana pengalaman pemaknaan orang (*experience of meaning*), tetapi lebih kepada bagaimana orang memberi makna atau memaknai pengalaman dia melalui narasi

Pada proses analisis data, peneliti memandang bahwa konten tidak sekadar teks yang berdiri sendiri, tetapi juga konteks. Sehingga untuk memaknai konten, peneliti perlu menganalisis hubungan antar teks - atau dalam hal ini *mentions* satu dengan yang lain untuk mencari makna yang signifikan dan mengelompokkannya ke dalam kategori-kategori, serta menginterpretasikan kategori-kategori tersebut menjadi sebuah makna secara menyeluruh dari data teks yang ada. Oleh karena itu kegiatan analisis data dijabarkan beberapa poin penting. Diketahui bahwa proses analisis data penelitian ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu tahap analisis jangkauan, tahap

analisis sentimen, dan tahap konten diskusi. Seluruh tahap analisis yang dilakukan didasari oleh hasil pengolahan data yang kemudian dilakukan kontruksi data. Proses kontruksi akan didukung kegiatan analisis secara kualitatif. Secara lengkap tahapan proses analisis dijelaskan sebagai berikut.



Sumber : diolah oleh penulis,2021

Gambar 16 Alur Analisis Data

1. Tahap Analisis Jangkauan

Tahap analisis yang pertama adalah mengidentifikasi jangkauan data. Tahap ini bertujuan untuk melihat jumlah orang yang terlibat dalam sebuah konten. Dalam metrik penelitian ini yang dilihat adalah jumlah user yang terlibat dalam setiap interaksi komunikasi terkait kebijakan PPKM. Dasar analisis yang menjadi acuan adalah jumlah mentions yang dilakukan oleh user serta jumlah respon yang masuk dari setiap mentions tersebut. Langkah analisis yang dilakukan menggunakan bantuan aplikasi. aplikasi tersebut berguna untuk memindai seluruh data agar diketahui jumlah user yang terlibat. Data yang didapatkan kemudian dilakukan analisis untuk menentukan sebaran jumlah dari masing-masing jenis *platform*. Kemudian dilakukan pengukuran tingkatan user dengan jumlah mentions terbanyak. Selanjutnya dilakukan identifikasi identitas user yang terlibat. Proses ini tidak dapat dilakukan secara otomatis sehingga dilakukan analisis secara manual.

Kegiatan manual menggunakan panduan data yang telah dipindai secara otomatis. Kemudian dilakukan pemilihan sample data yang akan dianalisis. Proses pemilihan didasari pada user paling banyak membuat mentions sehingga teknik yang diambil adalah *sampling sistematis*. Peneliti

mengambil sample berdasarkan strata terbesar keterlibatan pengguna internet dalam beropini. Jumlah sample yang diambil adalah 50 user teratas dalam membuat mention mengenai kebijakan PPKM. Seluruh Sample tersebut akan diidentifikasi identitas profilnya.

Proses identifikasi tersebut didasari pada 2 indikator yaitu Kepemilikan akun dan Aktivitas akun. Indikator tersebut menjadi kajian utama yang dianalisis. Indikator kepemilikan akun bertujuan untuk menentukan klasifikasi jenis user yang terlibat. Indikator aktivitas akun bertujuan melihat keterlibatan akun terkait informasi kebijakan PPKM level. Berdasarkan 2 indikator tersebut akan memberikan pemahaman terkait peranan dari aktor yang terlibat.

2. Tahap Konten diskusi

Pada tahapan ini yang di maksud dengan konten diskusi adalah analisis yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam data yang telah dikumpulkan. Metode ini dilakukan secara otomatis menggunakan tools yang telah di sediakan pada instrumen penelitian, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis. Analisis isi 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 representasi dari seluruh populasi.

Proses analisis konten bertujuan melihat topik atau tajuk dari percakapan digital terkait kebijakan PPKM level. Secara otomatis proses analisis konten diskusi menghitung jumlah frasa atau kata yang paling banyak digunakan. Dengan diketahui frasa atau kata yang sering digunakan akan memberikan penjelasan bahwa frasa tersebut lekat dengan topik atau tajuk diskursif. Sehingga proses analisis konten secara otomatis hanya mampu memberikan hasil pada tahap pengukuran frasa dan kata.

Oleh sebab itu untuk mendukung hasil data tersebut dilakukan sebuah analisis lanjutan yaitu analisis konten. Analisis konten adalah analisis isi yang lebih bersifat kualitatif dan dapat menjadi salah satu alternatif untuk melengkapi dan menutupi kelemahan dari analisis isi kuantitatif. Jika pada analisis kuantitatif, pertanyaan lebih ditekankan untuk menjawab “apa” dari pesan atau teks komunikasi, pada analisis konten lebih difokuskan untuk melihat pada “bagaimana”, yaitu bagaimana isi teks percakapan di media sosial dan juga bagaimana pesan itu disampaikan. Proses analisis ini mengacu beberapa hal yaitu;

a. Tahap Studi Literatur

Penulis menggunakan studi literatur untuk dasar pertimbangan data atau jurnal yang terkait frasa yang paling dominan. Hal ini bermanfaat sebagai bahan komparatif untuk melakukan analisis konten.

b. Tahap Observasi

Observasi dalam penelitian ini adalah kegiatan pemahaman terhadap objek uji, yaitu observasi terhadap data teks mentah di berbagai media sosial seperti tweet.

c. Tahap Studi Dokumentasi

Pada tahap studi dokumentasi, peneliti melakukan penelusuran data historis objek penelitian serta melihat sejauhmana proses yang berjalan telah terdokumentasikan dengan baik.

3. Tahap Analisis sentimen

Analisis Sentimen (Sentiment Analysis) atau disebut juga sebagai *opinion mining* adalah sebuah studi komputasional dalam bidang *Natural Language Processing* (NLP) yang bertujuan untuk menentukan nilai sentimen dalam sebuah dokumen teks (Liu, 2012). Nilai sentiment dapat berupa pendapat, sikap maupun emosi terhadap entitas. Analisis sentiment dapat

dikategorikan dalam aktivitas klasifikasi, yaitu mengelompokkan sentimen dalam sebuah data text ke dalam tiga kelas, yaitu

- a. Sentimen positif
- b. Sentimen negatif
- c. Sentimen netral

Proses analisis sentimen dilakukan secara otomatis dengan bantuan aplikasi. Dilansir dari *Lexalytics.com* teknik atau sistem analisis sentimen yang digunakan pada aplikasi tersebut dilakukan dengan cara menggabungkan *natural language processing* (NLP) dan teknik *machine learning*. Paduan dua teknik tersebut dapat menentukan skor sentimen sesuai topik, tema, dan kategori dalam sebuah kalimat atau frasa. Proses analisis sentimen menggunakan data mention dari setiap media sosial yang telah dikumpulkan. Data tersebut berbentuk teks yang dapat dimaknai secara subjektif. Fokus analisis ini mencoba memaknai setiap isi yang telah digolongkan menjadi 3 bentuk sentimen. Hasil analisis ini berakhir pada penjumlahan mention yang telah terbagi kedalam kelas sentimen. Sehingga dapat diketahui dominasi sentimen yang muncul.

Setelah data pembagian selesai dilakukan analisis lanjutan untuk mengetahui karakteristik dari kelas sentimen tersebut. Proses analisis lanjutan ini berfokus pada pola pola konten yang ada. Dengan memahami pola dapat memberikan gambaran karakteristik yang lebih jelas. Proses analisis ini didasari penjelasan (Juniarsih dkk., 2020) bahwa untuk melakukan analisis sentimen terdapat 2 pemahaman tingkatan analisis yaitu:

- a. Analisis tingkat kalimat, tujuan analisis untuk mengenali jenis kalimat pada sebuah opini
- b. Analisis tingkat aspek, tujuan analisis untuk melihat sudut pandang pada sebuah opini.

3.7 Validasi Data

Proses ini merupakan langkah pemeriksaan untuk memastikan bahwa data tersebut telah sesuai kriteria yang ditetapkan dengan tujuan untuk memastikan bahwa data yang akan dimasukkan ke dalam basis data telah diketahui dan dapat dijelaskan sumber dan kebenaran datanya. Adapun tahapan validasi yang dilakukan terbagi sebagai berikut :

1. Uji instrumen penelitian

Proses penelien ini bergantung pada sebuah instrumen penelitian yang digunakan. Sehingga perlu dilakukan sebuah uji validasi instrumen untuk memastikan bahwa instrumen dapat digunakan dalam proses penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat lunak (aplikasi) media monitoring bernama brand24 dan mediatoolkit. Namun aplikasi yang digunakan dalam penelitian ini bersifat gratis (free) untuk diakses. Sehingga ada beberapa kelemahan terkait alat yang ada di perangkat tersebut. Oleh karena itu untuk mengoptimalkan penelitian ini penulis melakukan uji banding instrumen yang dimaksudkan untuk penilaian kesesuain. Adapun hasil dari uji terebut ditampilkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 6 Uji Instrumen

<i>No</i>	<i>Tools</i>	<i>Brand24</i>		<i>Mediatookit</i>	
		<i>Free</i>	<i>Member</i>	<i>Free</i>	<i>Member</i>
1	<i>Facebook</i>	✓	✓	✓	✓
2	<i>Sources Instagram</i>	✓	✓	✓	✓
3	<i>Twitter</i>	✓	✓	✓	✓
4	<i>News</i>	✓	✓	✗	✗
5	<i>Blogs</i>	✓	✓	✗	✗
6	<i>Forums</i>	✓	✓	✗	✗
7	<i>Medium</i>	✓	✓	✗	✗
8	<i>Quora</i>	✓	✓	✗	✗
9	<i>YouTube</i>	✓	✓	✓	✓
10	<i>TikTok</i>	✓	✓	✗	✗
11	<i>Reviews</i>	✓	✓	✗	✗
12	<i>Twitch</i>	✓	✓	✗	✗
13	<i>Newsletters</i>	✓	✓	✗	✗
14	<i>Podcasts</i>	✓	✓	✗	✗
15	<i>Analytics Mentions Volume</i>	✓	✓	✓	✓

16		Engagement tracking (likes, shares & comments)	✓	✓	✓	✓
17		Reach tracking	✓	✓	✓	✓
18		Trending Hashtags	✓	✓	✗	✓
19		Most-sharable Links	✗	✓	✗	✗
20		Word Cloud (Context of discussion)	✓	✓	✓	✓
21		Most active sites/profiles	✓	✓		✓
22		Source Analysis	✓	✓	✓	✓
23		Finding influencers		✓	✗	✓
24		Sentiment analysis (AI powered)	✓	✓	✓	✓
25		Presence Score	✓	✓	✗	✓
26		AVE (Advertising value equivalency)	✓	✓	✗	✗
27	Reporting and Alerting	Daily Reports	✓	✓	✗	✗
28		Weekly Reports	✓	✓	✗	✗
29		Storm Alerts	✗	✓	✗	✗
30		Push Notifications (Mobile App)	✗	✓	✗	✗
31		Custom email notifications	✓	✓	✗	✓
32		Integrations (Slack)	✓	✓	✗	✓
33		White-labelled reports	✗	✓	✗	✓
34		Excel reports	✓	✓	✓	✓
35		PDF Reports	✓	✓	✓	✓
36		Word Reports	✗	✗	✓	✓
37		PPT Reports	✗	✗	✓	✓
38	Filtering by	Boolean search	✗	✓	✗	✗
39		Engagement	✗	✓	✓	✓
40		Sentiment	✓	✓	✓	✓
41		Reach		✓	✓	✓
42		Language (country)	✓	✓	✓	✓
43		Source	✓	✓	✗	✓
44	Sorting by	Mention's importance	✓	✓	✗	✓
45		Date	✗	✓	✓	✓
46		Popular	✗	✓	✓	✓
47		Web Dashboard	✓	✓	✓	✓
48	Data access	Mobile App	✓	✓	✗	✗
49	Bulk actions	Adding extra users	✗	✓	✗	✗
50		Grouping mentions	✓	✓	✗	✓
51		Tagging mentions	✓	✓	✓	✓

52	Support	Webinars	X	✓	X	X
53		Account setup	X	✓	X	✓
54		Chat support	✓	✓	✓	✓
55		Email support	✓	✓	✓	✓
56		Product training	X	✓	X	✓
57		Dedicated Account Managers	✓	✓	✓	✓
58		Help center	✓	✓	✓	✓

Sumber: diolah oleh penulis, 2022

Proses uji banding instrumen ini dilakukan secara manual. Dari data yang didapatkan diketahui bahwa terdapat 8 jenis tool yang memiliki perbedaan yaitu pada proses filterasi waktu pengumpulan data. Selain itu perbedaan lain yang ditemukan ialah pada penggunaan kata kunci yang terbatas. Dan keseluruhan tools yang telah diuji didapatkan sebuah kesimpulan bahwa tools yang dapat digunakan antara aplikasi gratis dan berbayar tidak memiliki perbedaan yang cukup jauh. Beberapa tools yang krusial seperti tools pengolahan data dan analisis serta masih dapat diakses. Adapun kesimpulan dari uji banding instrumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 7 Hasil Uji Banding Instrumen

No	Tools	Brand24	Mediatoolkit
1	Jumlah sources yang dapat diakses	Terdukung lengkap	Terdukung lengkap
2	Tools sortir waktu pengambilan data	Terdukung 1 bulan	Terdukung 3 bulan
3	Tools analisis yang digunakan	Terdukung lengkap	Terdukung lengkap
4	Tools laporan yang digunakan	Terdukung 6 jenis dari 11 jenis	Terdukung 4 jenis
5	Tools filtering yang digunakan	Terdukung 3 jenis	Terdukung 4 jenis
6	Dukungan perangkat lunak web dan mobile	Terdukung lengkap	Terdukung hanya web
7	Tools support yang digunakan	Terdukung 4 jenis dari 7 jenis	Terdukung 4 jenis dari 6 jenis
8	Tools Bulk actions yang digunakan	Terdukung 4 jenis dari 7 jenis	Terdukung 4 jenis dari 7 jenis
9	Harga upgrade aplikasi perbulan	\$249 atau 3,692,545.50	999€ atau 15,646,069.81

Sumber: diolah oleh penulis, 2022

2. Uji Kredibilitas

Pada penelitian ini uji kepercayaan penting dilakukan karena secara keseluruhan data akan dianalisis kedalam metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 270) menegaskan sebagaimana berikut: “Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*. Namun, dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa cara yang dilakukan untuk menguji kepercayaan data hasil penelitian sebagai berikut:

a) Triangulasi Triangulasi

Pengujian kredibilas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yaitu : jurnal, berita, buku, dan media sosial. Sedangkan untuk triangulasi teknik menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data secara objektif untuk memastikan hasil data scraping dan hasil data analisis dari instrumen.

b) Observasi konten

Proses ini lebih mengutamakan objektivitas peneliti dengan membandingkan hasil data yang didapat. Proses ini utamanya adalah mengecek secara bertahap atas hasil data dengan berbagai bentuk konten yang ada. Beberapa hal yang dipastikan adalah kebenaran akun, keberanan konten, dan kebenaran informasi.

3.8 Tahap Akhir

Dalam tahap akhir, hasil analisis yang didapatkan akan di ambil sebuah kesimpulan dari setiap langkah yang dikerjakan. Kesimpulan yang diambil berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.. Kemudian diberikan saran kepada penelitian ini untuk rekomendasi agar penelitian menjadi lebih baik lagi.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terkait responsifitas pengguna internet terhadap kebijakan PPKM didapatkan sebuah kesimpulan sebagai berikut. Hasil akumulasi respon pengguna internet di media sosial diketahui bahwa sentimen pengguna internet terkait kebijakan PPKM level didominasi oleh sentimen netral. Perbandingan nilai yang muncul adalah pertama sentimen netral mencapai rata-rata 38%, kedua sentimen positif mencapai rata-rata 36% dan ketiga sentimen negatif mencapai rata-rata 29 %.

Hasil pengamatan pendukung atas data yang ada menunjukkan bahwa media arus utama mencoba berperan sebagai kontrol sosial dalam ranah ruang virtual. Hal ini didasari oleh temuan kasus bahwa media sosial mendorong untuk pengguna internet memberikan sebuah reaksi positif terkait informasi mengenai kebijakan PPKM. Hasil temuan lain menunjukkan selama masa tatanan masyarakat menuju endemi para pengguna internet banyak diperbincangkan terkait masa kelanjutan dari kebijakan PPKM.

Hasil interpretasi data tersebut diketahui bahwa respon pengguna internet menghasilkan reaksi percaya terkait kebijakan PPKM level. Reaksi tersebut didasarkan pada emosi yang tergambar pada pola pernyataan pengguna internet didalam media sosial. Berdasarkan temuan tersebut memberikan arah pandang baru terkait respon pengguna internet. Ruang yang disediakan oleh internet memberikan keleluasan bagi penggunanya untuk menjadikan alternatif kontrol sosial. Oleh sebab itu sinkronisasi antara masyarakat dan pemerintah sangat diperlukan. Hal ini karena kebijakan PPKM level berbasis masyarakat, dimana masyarakat menjadi garda terdepan dalam pencegahan Covid-19.

5.2 SARAN

Dalam upaya evaluasi hasil penelitian ini maka penulis mencoba untuk memberikan sebuah saran agar kemudian hari para pembaca dapat menyempurnakan pemecahan masalah penelitian ini.

a. Teknis penelitian

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian hal langkah-langkah yang dilakukan masih jauh dalam kata sempurna sehingga secara teknis perlu mengoptimalkan terkait alat pendukung penelitian baik dalam segi instrumen ataupun alat analisis.

b. Subtansi penelitian

Dalam hasil analisis yang telah dijabarkan tentu terdapat beberapa gagasan yang harus disempurnakan baik dari asumsi penulis ataupun gagasan teori. Sehingga harapan kedepannya untuk lebih memberikan dukungan atas asumsi yang penulis jelaskan.

c. Teoritis

Dalam kajian teori ilmu administrasi publik, masalah mengenai ruang virtual (cyberspace) jarang dicermati. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tentunya dapat mendukung eksplorasi terkait kajian yang ada. Oleh karena itu diharapkan para peneliti selanjutnya untuk lebih mengeksplorasi teori yang ada dengan masalah digital.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Eddy Roflin, Iche Andriyani, dan P. (2021). Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran. *PT Nasya Expanding Management*.
- Hauben, M. (1993). Chapter 1 The Net and Netizens: The Impact the Net has on People's Lives. *AMATEUR COMPUTERIST*, 5(3/4).
- Santoso, P. (2017). Kebijakan Publik. In U. Parlindungan & Perancang (Eds.), *Kebijakan Publik*. (3rd ed.). Research Center for Politics and Government.
- Sugiyono, P. D. (2016). metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta, cv*.
- Supriyati, N. (2015). Metode Penelitian Gabungan (Mixed Methods). *Widyaiswara BDK*.
- Taufiqurakhman. (2016). Kebijakan Publik. In *Kebijakan Publik* (Issue 1993).
- Wahid, U., & Luhur, U. B. (2020). *BAB 7 Opini Publik*.
- Widiastuti, R. N. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. In *アジア経済* (1st ed.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Jurnal :

- Abdoellah, A. Y., & Yudi, R. (2016). Teori dan Analisis Kebijakan Publik. In *Alfabeta Bandung*.
- Adekitan, A. I., Abolade, J., & Shobayo, O. (2019). Data mining approach for predicting the daily Internet data traffic of a smart university. *Journal of Big Data*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s40537-019-0176-5>
- Agustina, D. A., Subanti, S., & Zukhronah, E. (2021). Implementasi Text Mining Pada Analisis Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Marketplace di Indonesia Menggunakan Algoritma Support Vector Machine. *Indonesian Journal of Applied Statistics*. <https://doi.org/10.13057/ijas.v3i2.44337>

- Alamsyah, K. (2016). Kebijakan Publik Konsep dan Aplikasi. In *Kebijakan Publik Konsep dan Aplikasi*. [http://repository.unpas.ac.id/42249/3/Buku Kebijakan Publik REV 15 nov.pdf](http://repository.unpas.ac.id/42249/3/Buku%20Kebijakan%20Publik%20REV%2015%20nov.pdf)
- Annur, C. M. (2021, June 29). *Pengguna Instagram di Indonesia Mayoritas Perempuan* / *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>
- Anwar, F. (2020, August 1). WHO: Dampak Pandemi Corona Akan Terasa sampai Beberapa Dekade. *DetikHealth*. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5116223/who-dampak-pandemi-corona-akan-terasa-sampai-beberapa-dekade>
- Desrinelti, D., Afifah, M., & Gistituati, N. (2021). Kebijakan publik: konsep pelaksanaan. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 6(1).
- Eddy Roflin, Iche Andriyani, dan P. (2021). Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran. *PT Nasya Expanding Management*.
- Fahrur Rozi, I., Hadi Pramono, S., & Achmad Dahlan, E. (2012). Implementasi Opinion Mining (Analisis Sentimen) Untuk Ekstraksi Data Opini Publik Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal EECCIS*.
- Fatah, Z., & Fatanti, M. N. (2019). Mempolitisasi Ruang Virtual: Posisi Warga-Net dalam Praktik Demokrasi Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.25139/jmnegara.v3i1.1459>
- Hasanudin, A. (2021, July 21). *6 Istilah yang Dipakai Pemerintah untuk Atasi Pandemi Covid-19, Mulai dari PSBB hingga PPKM Level 4* - *Tribunnews.com*. <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/07/21/6-istilah-yang-dipakai-pemerintah-untuk-atasi-pandemi-covid-19-mulai-dari-psbb-hingga-ppkm-level-4>
- Hauben, M. (1993). Chapter 1 The Net and Netizens: The Impact the Net has on People's Lives. *AMATEUR COMPUTERIST*, 5(3/4).
- Hidayah, Y., Sapriya, S., Darmawan, C., & Malihah, E. (2020). Protes Sosial Dalam Komunikasi Politik di Era Digital Melalui Civic Community Pada mahasiswa. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*,

4(1). <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.1964>

- Ilyas, F. (2021). ANALISIS SWOT KEBIJAKAN PEMBATAAN SOSIAL BERSKALA BESAR (PSBB) DAN PEMBERLAKUAN PEMBATAAN KEBIJAKAN MASYARAKAT (PPKM) TERHADAP DAMPAK EKONOMI DI TENGAH UPAYA MENEKAN LAJU PANDEMI COVID-19. *Jurnal AKRAB JUARA Volume 6 Nomor 3 Edisi Agustus 2021 (190-198)*, 6.
- Ipmawati, J., Kusriani, & Taufiq Luthfi, E. (2017). Komparasi Teknik Klasifikasi Teks Mining Pada Analisis Sentimen. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 6(1).
- Islam, J., & Rahman, Z. (2017). The impact of online brand community characteristics on customer engagement: An application of Stimulus-Organism-Response paradigm. *Telematics and Informatics*, 34(4). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.01.004>
- Istiqomah, N. (2022). EFEKTIVITAS PPKM DARURAT DAN PPKM LEVEL 2, 3 dan 4 DALAM MENURUNKAN JUMLAH PASIEN AKTIF COVID-19 DI INDONESIA. *Bestari*, 02(01), 11–19.
- Juniarsih, S., Ripanti, E. F., & Pratama, E. E. (2020). Implementasi Naive Bayes Classifier pada Opinion Mining Berdasarkan Tweets Masyarakat Terkait Kinerja Presiden dalam Aspek Ekonomi. *Implementasi Naive Bayes Classifier Pada Opinion Mining Berdasarkan Tweets Masyarakat Terkait Kinerja Presiden Dalam Aspek Ekonomi*.
- Kairoot, R., & Ersya, M. P. (2021). Analisis Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Pelaksanaan Kebijakan Penanganan Covid-19 oleh Pemerintah Kecamatan Kubung. *Journal of Civic Education*, 4(4).
- Kamboj, S., Sarmah, B., Gupta, S., & Dwivedi, Y. (2018). Examining branding co-creation in brand communities on social media: Applying the paradigm of Stimulus-Organism-Response. *International Journal of Information Management*, 39. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.001>
- Kominfo. (2021). Presiden: PPKM Mikro Kebijakan Paling Tepat untuk Saat Ini. 23 Juni.
- Kristiyono, J., & Ida, R. (2019). Digital Etnometodologi: Studi Media dan Budaya

- pada Masyarakat Informasi di Era Digital. *ETTISAL: Journal of Communication*. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v4i2.3590>
- Lejiu, A., Masjaya, & Irawan, B. (2014). Evaluasi Kebijakan Pembangunan Transmigrasi Di Kabupaten Mahakam Ulu (Studi Pada Kecamatan Long Hubung Kabupaten Mahakam Ulu). *Jurnal Administrative Reform*, 2(4), 515–526.
- Monarizqa, N., Nugroho, L. E., & Hantono, B. S. (2014). Penerapan Analisis Sentimen Pada Twitter Berbahasa Indonesia Sebagai Pemberi Rating. *Jurnal Penelitian Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 1.
- Mufti, M., Gatara, A. A. S., Afrilia, A., & Mutiarawati, R. (2020). Analisis pengukuran tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah: Kekuatan bagi penanganan Covid-19 berbasis masyarakat. *Lp2M*, 2(3).
- Nurani, A. S., Zauhar, S., & Saleh, C. (2015). Responsivitas Pemerintah Dalam Penyelenggaraan Pendidikan Inklusif Dalam Perspektif New Public Service. *Wacana, Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 18(04). <https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2015.018.04.1>
- Permana, A. A., arsanah, arsanah, Kristiyanti, D. A., & Sihotang, M. (2021). Analisis Sentimen Pendapat Masyarakat Terhadap Ppkm Darurat Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Naïve Bayes. *JIKA (Jurnal Informatika)*, 5(3).
- Pradhana, R. M. (2021). ANALISIS SENTIMEN PUBLIK TERHADAP KEBIJAKAN PEMBERLAKUAN PEMBATASAN KEGIATAN MASYARAKAT SKALA MIKRO MENGGUNAKAN ALGORITMA SUPPORT VECTOR MACHINE STUDI KASUS TWITTER. *Universitas Dinamika*, 148, 148–162.
- Rian Andhika, L. (2018). Meningkatkan Kepercayaan Publik Terhadap Pemerintah Melalui Redesain Proses Kebijakan. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan) : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 3(1). <https://doi.org/10.24905/jip.3.1.2018.24-42>
- Rofiqoh, U., Perdana, R. S., & Fauzi, M. A. (2017). Analisis Sentimen Tingkat Kepuasan Pengguna Penyedia Layanan Telekomunikasi Seluler Indonesia Pada Twitter Dengan Metode Support Vector Machine dan Lexion Based

- Feature. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*.
- Santoso, P. (2017). Kebijakan Publik. In U. Parlindungan & Perancang (Eds.), *Kebijakan Publik*. (3rd ed.). Research Center for Politics and Government.
- Satgas Covid19. (2021, October 29). *Data Sebaran / Covid19.go.id*. Satuan Tugas Penanganan COVID-19. <https://covid19.go.id/>
- Setianingrum, T., & Tsalatsa, Y. (2016). *Questioning the Responsiveness of Public Services on Management of Complain Cases of UPIK in Yogyakarta City*. 24, 1–25.
- Solichin. (2017). *EVALUASI KEBIJAKAN UU NOMOR 6 TAHUN 2014 TENTANG DESA (Studi Pelaksanaan Alokasi Dana Desa (ADD) di Desa Kembang Seri Kabupaten Bengkulu Tengah)*. 6(3), 69–78.
- Sugiyono, P. D. (2016). metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta, cv*.
- Supriyati, N. (2015). Metode Penelitian Gabungan (Mixed Methods). *Widyaiswara BDK*.
- Suwondo, D. (2020). ANALISIS TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP KINERJA POLRI. *Jurnal Litbang Polri*, 23(2). <https://doi.org/10.46976/litbangpolri.v23i2.103>
- Tusianti, E., Gunawan, I. G. N. A. R., Santoso, D. H., Paramartha, D. Y., Riyadi, & Kristanti, H. D. (2021). *Perilaku Masyarakat pada Masa PPKM Darurat* (Unit Kerja Kepala BPS (ed.); 1st ed.). Badan Pusat Statistik RI.
- Ulfa, S. & M. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah*, 05(02).
- Wahid, U., & Luhur, U. B. (2020). *BAB 7 Opini Publik*.
- Worldometer. (2021, October 23). *COVID Live Update: 243,745,250 Cases and 4,953,515 Deaths from the Coronavirus - Worldometer*. <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- YAKHAMID, R. Y., & ZAQI, N. A. R. (2021). Efektivitas PPKM Darurat Dalam Penanganan Lonjakan Kasus Covid-19. *Seminar Nasional Official Statistics, 2021(1)*. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2021i1.848>
- Yoga, P. (2015, September 1). *Ini 3 Karakteristik Pengguna Twitter di Indonesia*. <https://infobanknews.com/ini-3-karakteristik-pengguna-twitter-di-indonesia/>