

**PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PEMBATASAN SOSIAL
BERSKALA BESAR (PSBB) DI ERA *NEW NORMAL* PADA
MEDIA SOSIAL *TWITTER***

(Skripsi)

Oleh

Alif Caesario Anjas Utama

NPM. 1716031070



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PEMBATASAN SOSIAL BERSKALA BESAR (PSBB) DI ERA *NEW NORMAL* PADA MEDIA SOSIAL *TWITTER*

Oleh

Alif Caesario Anjas Utama

Pasca Covid-19 yang melanda hampir seluruh dunia membuat semua elemen pemerintahan harus mampu beradaptasi pada era new normal . untuk menyikapi hal tersebut pemerintah indonesia menerapkan kebijakan PSBB guna mengembalikan masyarakat pada keadaan semula namun tetap menekan angka penyebaran covid 19. Adanya kebijakan ini memicu opini masyarakat yang beragam, salah satunya tersebar melalui media sosial twitter. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana persepsi yang muncul di masyarakat terkait kebijakan PSBB yang di beralakukan oleh Pemerintah Indonesia selama era new normal. Penelitian ini menggunakan metode crawling data melalui brand24 yang bertujuan untuk mengumpulkan segala interaksi di sosial media, data yang didapat berupa tanggapan negatif, positif ataupun netral. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, masyarakat indonesia masih menolak dengan adanya kebijakan yang sudah di tetapkan, dengan persentase 78% tanggapan negatif sedangkan positif hanya 22%.

Kata kunci: PSBB, *New Normal*, Covid 19, Twitter, *Crawling Data*

ABSTRACT

PUBLIC PERCEPTION OF LARGE-SCALE SOCIAL RESTRICTIONS (PSBB) IN THE NEW NORMAL ERA ON TWITTER SOCIAL MEDIA

Oleh

Alif Caesario Anjas Hutama

Post Covid-19, which has hit almost the entire world, makes all elements of government must be able to adapt to the new normal era. in response to this, the Indonesian government implemented the PSBB policy to return the community to its original state but still reduce the spread of covid 19. The existence of this policy triggered diverse public opinions, one of which spread through social media twitter. This study aims to see how perceptions arise in society regarding the PSBB policy implemented by the Indonesian Government during the new normal era. This research uses the data crawling method through brand24 which aims to collect all interactions on social media, the data obtained in the form of negative, positive or neutral responses. The results of this study show that the Indonesian people still reject the existence of policies that have been determined, with a percentage of 78% negative responses while only 22% positive.

Keywords: *PSBB; New Normal; Covid 19; Twitter; Data Crawling*

**PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PEMBATASAN SOSIAL
BERSKALA BESAR (PSBB) DI ERA *NEW NORMAL* PADA
MEDIA SOSIAL *TWITTER***

Oleh

Alif Caesario Anjas Utama

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : **Persepsi Masyarakat Mengenai Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) di Era New Normal Pada Media Sosial Twitter**

Nama Mahasiswa : **Alif Caesario Anjas Utama**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1716031070

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

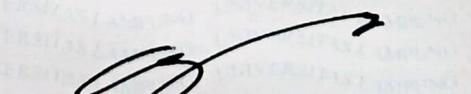
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Toni Wijaya, S.Sos., M.A.
NIP 197810302002121001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

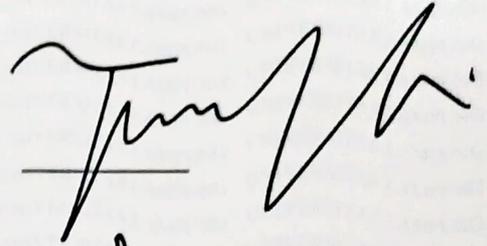


Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP 198109262009121004

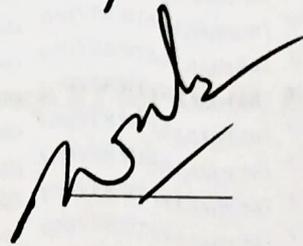
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Toni Wijaya, S.Sos., M.A.**



Penguji Utama : **Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **15 Mei 2024**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alif Caesario Anjas Utama
NPM : 1716031070
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Desa Kutoarjo, Kelurahan. Kutoarjo RT 03/ RW 03, Kec.
Gedong Tataan, Kab. Pesawaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Persepsi Masyarakat Mengenai Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) di Era New Normal Pada Media Sosial Twitter”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 14 Mei 2024
Yang membuat pernyataan,



Alif Caesario Anjas Utama
NPM 1716031070

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Alif Caesario Anjas Utama, dilahirkan di Pringsewu, pada tanggal 5 Mei 1999, sebagai anak pertama dari dua bersaudara, putra dari Bapak Anjas Moyo, S.E. dan Ibu Rahayu Sulistiowati, S.Sos., M.Si.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah Taman Kanak-Kanak Pertiwi yang diselesaikan pada tahun 2005. Kemudian meneruskan di Sekolah Dasar Negeri 2 Kutoarjo yang diselesaikan pada tahun 2011. Melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 22 Bandar Lampung dan berhasil tamat di tahun 2014. Masuk ketahap berikutnya yaitu Sekolah Menengah Akhir Negeri 1 Gadingrejo dan berhasil tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2017, penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Pada saat semasa SMA penulis aktif sebagai pengurus Osis SMA Negeri 1 Gadingrejo (2014-2015) lalu menjabat sebagai Ketua Osis pada periode (2015-2016). Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kepengurusan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi sebagai pengurus di Bidang Reasearch and Development (2017-2018) setelah itu menjabat sebagai Ketua Umum Himpunan Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi Periode (2018-2019). Penulis mengabdikan ilmu dan keahlian yang dimiliki kepada masyarakat dengan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Lampung selama 40 hari pada periode Juni-July 2020 di Desa Bangun Sari, Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran. Penulis juga menerapkan hasil pembelajaran dari bangku kuliah pada Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Pemerintah Kabupaten Pringsewu sebagai Anggota Fotografer, Videografer, dan *copywriter* pada periode awal tahun 2021.

PERSEMBAHAN

Persembahan ini dengan tulus saya dedikasikan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang selalu menyertai perjalanan hidup dan penulisan skripsi ini. Semoga persembahan ini menjadi wujud rasa syukur dan penghormatan atas kebesaran-Nya yang telah memberikan inspirasi, kesabaran, dan kekuatan dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penelitian dan penulisan.

Tak lupa, ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada keluarga tercinta, terutama orangtua Bapak Anjas Moyo dan Ibu Rahyu Sulistiowati, Adik Ihsan Mulana Ghifari Anjas, serta nenek saya Ibu Wagiyem, yang telah memberikan dukungan tanpa henti sejak awal hingga akhir penelitian ini. Doa, semangat, dan cinta mereka telah memberikan saya motivasi untuk terus berusaha dan menghadapi segala keterbatasan. Pengorbanan dan dukungan penuh dari keluarga menjadi tiang kuat yang mendorong langkah saya hingga tuntasnya skripsi ini. Teruntuk pendamping hdiupku kelak jika kamu membaca ini, terimakasih telah sabar sampai waktu itu tiba.

Ucapan terima kasih saya persembahkan kepada pembimbing skripsi, bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A, Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembahas sekaligus pembimbing akademik, atas bimbingan, arahan, dan masukan yang berharga selama proses penelitian ini. Sumbangan ilmu dan kesabaran Bapak/Ibu telah membantu saya mengatasi berbagai kesulitan dan menjadi lebih baik sebagai akademisi dan individu.

Semoga persembahan ini menjadi ungkapan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah turut serta dalam menyukseskan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi dunia akademis dan masyarakat pada umumnya. Semoga langkah perjuangan ini menjadi bagian dari upaya membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik dan bermanfaat. Akhir kata, semoga segala keikhlasan dan amal baik yang terpancar dari persembahan ini menjadi jalan penerang dalam setiap langkah perjalanan kehidupan mendatang. Terima kasih.

MOTTO

“Do The Best”

SANWACANA

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan berbagai petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir berjudul " Persepsi Masyarakat Mengenai Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) di Era New Normal Pada Media Sosial Twitter " sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidaklah sempurna dan dihadapkan dengan berbagai hambatan dan kesulitan. Namun, dalam perjalanan penyelesaiannya, penulis merasa beruntung karena mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
2. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
3. Bapak Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si., selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A selaku Dosen pembimbing utama penulis. Penulis sangat berterima kasih atas kesediaan Bapak untuk selalu menyempatkan waktu di tengah kesibukan yang padat, guna memberikan bimbingan, nasihat, dan arahan selama proses penyusunan skripsi berlangsung. Keramahan yang Bapak tunjukkan juga sangat berarti bagi penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan kesuksesan serta kelancaran rezekinya kepada Bapak.
5. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si, selaku Dosen pembimbing akademik dan Dosen pembahas penulis. Terimakasih atas kebaikan Ibu telah memberikan bimbingan, perbaikan, kritik, dan saran yang sangat bermanfaat bagi skripsi saya. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, kelancaran rezekinya, kebahagiaan serta kesuksesan.

6. Terimakasih kepada kepada seluruh Dosen, Staf Mas Redy dan Bu Iis yang telah memberikan banyak dukungan bagi penulis selama proses perkuliahan, sehingga segala sesuatunya berjalan dengan lancar dan nyaman.
7. Kepada orang tua tercinta, Ibu dan Bapak, izinkan Penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang tak terhingga atas cinta dan kasih sayang serta kesabaran yang ekstra dalam mendidik penulis selama ini. Doa-doanya yang tulus dan setiap harinya selalu menyertai perjalanan keberhasilan Penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan memberikan rezeki yang melimpah kepada kalian berdua serta kesehatan . Aamiin Ya Rabbal Alamin.
8. Untuk teman-teman dimasa kuliah, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu serta teman-teman Ilmu Komunikasi 17. Terimakasih untuk semua cerita keseruan, pengalaman, dan bantuannya selama masa perkuliahan.
9. Untuk teman-teman Presidium HMJ Ilmu Komunikasi Unila serta Kabid dan Sekbid pada saat saya menjadi ketua umum, terimakasih sudah membantu, menemani serta membersamai penulis dalam mencari pengalaman semasa kuliah.
10. Untuk teman-teman semasa SMA yang menemani hingga sekarang, Rais, Fatwa, Angel, Rosa, Virgi, Hira, Rasuna, Nchi. Terimakasih telah saling menyemangati dan saling support.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada Universitas Lampung, tempat Penulis menempuh pendidikan. Berbagai pengalaman berharga yang Penulis dapatkan selama masa perkuliahan telah membentuk Penulis menjadi individu yang lebih berkembang.

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Kerangka Pikir	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Persepsi	10
2.2.1. Pengertian Persepsi.....	10
2.2.2. Jenis-Jenis Persepsi	11
2.2.3. Proses Persepsi	12
2.2.4. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	13
2.3. Pandemi Covid 19.....	14
2.3.1. Pandemi	14
2.3.2. Covid 19.....	15
2.4. Teori Spiral of Silence	16
2.5. Brand24.....	18
III. METODE PENELITIAN	
3.1. Tipe Penelitian.....	21
3.2. Fokus Penelitian	21
3.3. Tahap Pengumpulan Data	22
3.3.1. Sumber Data.....	22
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.3.3. Waktu Pengumpulan Data	25

3.4.	Tahap Pengolahan Data	26
3.5.	Tahap Analisis Data.....	26
3.6.	Teknik Keabsahan Data	28
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.		
4.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	29
4.1.1.	Gambaran Umum Kota Bandar Lampung	29
4.2.	Hasil Penelitian dan Pembahasan	32
4.2.1.	Deskripsi Data.....	32
4.2.2.	Kategorisasi Persepsi Masyarakat Terhadap Kebijakan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB).....	37
4.2.3.	Pembahasan.....	40
V. KESIMPULAN DAN SARAN.		
5.1.	Kesimpulan.....	50
5.2.	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	8
2. Matriks Media Sosial	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tanggapan Masyarakat di Media Sosial.	3
2. Kerangka Pikir.	6
3. Profil Aplikasi Brand24.	18
4. Mind Map Proses Analisis Brand24.	19
5. Mind Map Proses Analisis Brand24.	26
6. Data Scraping.....	32
7. Summary of Mentions.....	33
8. Volume of Mentions Graph.....	34
9. Social Media Reach Graph.....	34
10. Tanggapan Positif Masyarakat.....	38
11. Tanggapan Negatif Masyarakat.....	40
12. Persentase Pengelompokan Persepsi Masyarakat.....	40

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

World Health Organization (WHO) mendeklarasikan virus *covid* sebagai pandemi global pada 11 Maret 2020. Menurut *World Health Organization* (WHO) virus corona berasal dari *Coronaviruses* (CoV) yang menyebabkan penyakit mulai dari flu biasa hingga yang lebih parah seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS-CoV) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS-CoV). WHO melaporkan lebih 52 juta orang terkonfirmasi positif *Covid-19* dan 1,2 juta orang meninggal dunia pada minggu kedua bulan November 2020. Sementara Indonesia mencatat 463 ribu orang terkonfirmasi positif dengan korban meninggal telah mencapai 15.148 orang. Penyebaran virus secara cepat melalui kontak fisik memaksa semua negara menerapkan *social distancing* dan *physical distancing* untuk mengurangi interaksi. Faktor utama penularan melalui *droplets* yang dikeluarkan selama berbicara, batuk, atau bersin menjadikan penerapan pembatasan sosial merupakan strategi yang paling banyak diadopsi disaat belum ada vaksin.

Pandemi *Covid-19* belum juga bisa dikatakan berakhir, namun kehidupan harus terus berjalan. Tentunya kita ingin kembali bekerja, belajar, dan beribadah, serta bersosialisasi/beraktivitas agar bisa produktif di era pandemi ini. Jika hal tersebut tidak dilakukan, cepat atau lambat akan berdampak pada berbagai sektor, baik sosial, budaya, pertumbuhan ekonomi akan mengalami perlambatan, industri tidak berjalan, atau masyarakat kehilangan penghasilan. Maka dari itu, masyarakat harus mulai beradaptasi dengan kebiasaan hidup baru atau disebut dengan '*new normal life*', *New normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap melakukan aktivitas normal

dengan ditetapkannya kebijakan PSBB guna mencegah terjadinya penularan *Covid-19*.

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan kebijakan untuk menanggulangi atau mencegah pengeluaran virus *corona*. Ada beberapa kebijakan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah, salah satunya adalah kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Menurut Dian (2020) Pembatasan Sosial Berskala Besar adalah pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi penyakit dan/atau terkontaminasi sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau terkontaminasi. Pembatasan sosial berdampak pada ruang publik, termasuk kantor, sekolah atau kampus. Pemerintah sendiri sudah memberikan panduan dengan mengeluarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor HK 01.07/MENKES/328/2020 tanggal 20 Mei 2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian *Covid-19* di tempat kerja perkantoran dan industri dalam mendukung keberlangsungan usaha pada situasi pandemi *Covid-19*. Tujuan dari *new normal* ini adalah agar masyarakat tetap produktif dan aman dari penularan *Covid-19* di tengah masa pandemi.

Penerapan aturan PSBB ini bertujuan untuk memutus rantai penyebaran virus *corona*. Pemerintah Indonesia tidak menerapkan kebijakan *lockdown* hanya menerapkan *social distancing* berskala luas yang dikenal dengan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Dengan penerapan PSBB ini, kita tidak hanya mendapatkan harapan bebasnya warga dari *Covid-19* tetapi juga kualitas lingkungan yang lebih baik. Peraturan PSBB sudah tercatat di dalam peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 tahun 2020. Sejak peraturan tersebut disahkan oleh pemerintah, diketahui ada 2 Provinsi dan 16 Kabupaten/Kota yang mengajukan dan menerapkan PSBB. Provinsi dan Kabupaten/Kota yang telah disetujui untuk melakukan PSBB yaitu, Provinsi DKI Jakarta, Provinsi Sumatera Barat, Kabupaten Bogor, Kota Bogor, Kota Depok, Kota Bekasi, Kabupaten Bekasi, Kota Tangerang Selatan, Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, Kota Pekanbaru, Kota Makassar, Kota Tegal, Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Sumedang dan Kota Cimahi. Pemberlakuan PSBB di Provinsi dan 16 Kabupaten/Kota

mengakibatkan penurunan dalam pertumbuhan ekonomi di setiap Provinsi dan Kabupaten/Kota tersebut. Salah satunya pertumbuhan ekonomi Provinsi DKI Jakarta yang mana kita tahu kota ini dijadikan sebagai pusat kegiatan perekonomian.

Penerapan PSBB ini berdampak pada seluruh sektor pemerintahan, selain itu juga berdampak pada pola hidup masyarakat yang berubah. Berdasarkan fenomena tersebut, masyarakat banyak yang memberikan berbagai macam pendapat baik itu pujian atau keluh kesah yang dipublikasikan di berbagai media sosial. Dinamika perkembangan kebijakan PSBB membuat berbagai spekulasi muncul di dalam masyarakat. Tidak jarang berbagai spekulasi tersebut sering dijumpai di media sosial dalam merespon keadaan yang sedang terjadi. Berbagai respon tersebut ada yang mendukung dan menolak setiap informasi yang ada. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh peneliti, Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh peneliti dinyatakan bahwa selama berlangsungnya kebijakan PSBB pergerakan percakapan pengguna internet di media sosial setiap harinya rutin membicarakan terkait PSBB pada era *new normal*. Seperti contohnya salah satu pengguna sosial media dalam memberikan tanggapan terkait kebijakan PSBB. Berdasarkan tanggapan tersebut kita dapat melihat terkait emosional dari pengguna internet.



Gambar 1. Tanggapan Masyarakat di Media Sosial.

Sumber: Twitter, 2023

Hal ini membuktikan bahwa keterlibatan media dan pengguna media cukup intersif terutama terkait keberlangsungan kebijakan pemerintah. Menurut Ilyas (2021) hal tersebut tentu dapat dimanfaatkan oleh pemerintah dalam mengenali fenomena didalam masyarakat terutama terkait kebutuhan masyarakat selama kebijakan PSBB dilaksanakan agar kebijakan yang dijalankan terus disesuaikan sehingga keberhasilan kebijakan dapat tercapai. Kehadiran media *online* dapat memberitakan berbagai peristiwa penting bagi publik dalam waktu yang sangat cepat. Adanya media *online*, masyarakat pengguna internet, dengan mudah dapat memperoleh beragam berita secara *online*. Tanggapan tersebut perlu dikumpulkan dan dianalisis menggunakan sebuah situs yang disebut *Brand24*.

Brand24 merupakan alat pengumpulan data dan analisis media sosial berbasis *cloud* (awan) yang digunakan untuk menganalisis berbagai komunitas dan percakapan *online* seperti komentar di *Youtube* dan *Twitter*. Alat ini memungkinkan pengguna untuk secara otomatis meringkas teks dalam volume yang besar dan menemukan jaringan sosial dari percakapan di media sosial. *Brand24* dapat secara otomatis membangun rantai jaringan dan jaringan nama pribadi, berdasarkan yang menjawab kepada siapa dan yang disebutkan siapa.

Jaringan jejaring sosial menawarkan bidang komunikasi yang berkembang dengan pemerintah yang diprakarsai oleh warga sipil. Media sosial digambarkan dalam konteks sektor publik sebagai teknologi yang memberdayakan lembaga publik untuk menghasilkan keterlibatan publik yang lebih besar (Criado, 2013). Ada kemungkinan untuk keterlibatan publik, produksi bersama, dan metode dan teknologi *crowdsourcing* karena pemerintah menggunakan jaringan media sosial (Bertot, 2012). Peningkatan akuntabilitas pemerintah, pembuatan kebijakan, penyampaian layanan publik, dan pengelolaan informasi dapat disediakan oleh platform media sosial (Bonsón, 2012).

Berdasarkan latar belakang di atas. Diketahui bahwa di Indonesia masih banyak masyarakat yang menyepelekan adanya wabah penyakit yang sedang marak di dunia serta menjadikan hal tersebut sebagai perbincangan di media sosial. Hal tersebut menimbulkan persepsi masyarakat terkait kebijakan

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dikeluarkan oleh pemerintah baik itu respon positif maupun respon negatif. Oleh karenanya, diperlukan penelitian dengan data yang cukup luas sehingga masyarakat bisa lebih mengetahui betapa bahayanya dan pemerintah juga bisa memberikan kebijakan yang bisa masyarakat terima dan nantinya semua elemen dapat beradaptasi walaupun negara sedang dilanda bencana penyakit lainnya. Berdasarkan uraian permasalahan diatas penulis mencoba membuat penelitian dengan judul **“Persepsi Masyarakat Mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Di Era *New Normal* Pada Media Sosial *Twitter*”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang tersedia, rumusan masalah yang didapat pada penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Masyarakat Mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar di Era *New Normal* Pada Media Sosial *Twitter*?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui persepsi masyarakat tentang pembatasan sosial berskala besar di era *new normal* melalui media sosial *twitter*.
2. Mengelompokkan sekaligus menganalisis tanggapan masyarakat tentang pembatasan sosial berskala besar di era *new normal* melalui media sosial *twitter*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan tersendiri baik itu secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut sebagai berikut;

1. Secara Teoritis

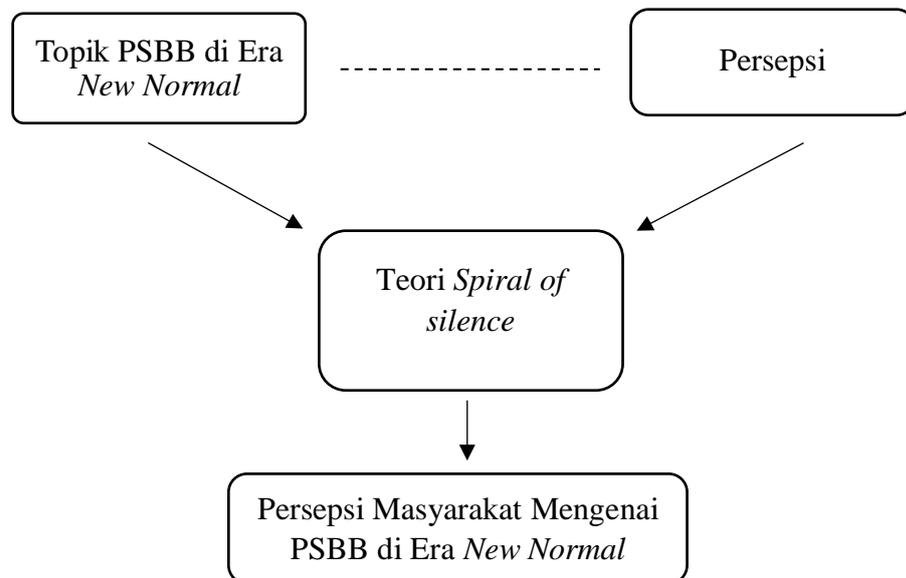
Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi agar bisa dimanfaatkan,

terutama dalam bidang akademik dan semoga bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan serta masukan bagi mahasiswa yang sedang menyusun skripsi khususnya mengenai persepsi masyarakat.
- b. Salah satu syarat guna meraih gelar sarjana.pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

1.5. Kerangka Pikir



Gambar 2. Kerangka Pikir.

Sumber: diolah oleh peneliti, 2023

Masyarakat memiliki kemampuan untuk mengenali dan mengingat suatu informasi memegang peranan penting dalam keputusan perilaku. Kemampuan seseorang untuk mengingat atau mengenali suatu informasi, seperti nama, gambar, *symbol*, dan selogan tertentu pada suatu pesan yang diterima untuk melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) sangat ditentukan oleh komponen kognitif, afektif, dan konatif. Komponen berikut tidak hanya mendorong individu untuk memahami suatu informasi, melainkan juga

menentukan bagaimana seseorang tersebut membuat sikap hingga kesediaan untuk menerima perilaku yang disarankan oleh komunikator. Keputusan untuk menerima sebuah informasi sangat ditentukan oleh kesadaran individu bahwa informasi yang akan diterima tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Kegunaan penelitian terdahulu ini ialah sebagai penguat mengenai keabsahan penelitian yang dilaksanakan, dan di samping hal tersebut bertujuan untuk menapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghadirkan anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dari itu dalam tinjauan pustakan ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Fokus/Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Faisal (2021) ANALISIS SENTIMEN PENGGUNA TWITTER TERHADAP KEBIJAKAN PEMBERLAKUAN PEMBATAAN SOSIAL BERSKALA BESAR (PSBB) DENGAN METODE NAÏVE BAYES	Analisis sentimen pengguna twitter dengan menggunakan Teknik analisis data text mining yaitu sentiment analysis	Berdasarkan dari hasil penelitian, diharapkan penelitian dimasa mendatang dapat memperhatikan parameter berikut: Waktu dalam pengambilan data twitter dapat diperpanjang sehingga dapat menghasilkan dataset yang lebih banyak dan beragam Proses testing dapat diselesaikan secara berulang dengan kombinasi jumlah antara data training dan data test dalam setiap testnya, sehingga dapat mengidentifikasi algoritma Naive Bayes dengan lebih optimal.

Tabel 1 (Lanjutan)

2.	Amalia Nasution (2022) PERSEPSI MASYARAKAT MEDAN TENTANG PEMBATALAN PEMBERLAKUAN PEMBATASAN KEGIATAN MASYARAKAT SAAT NATAL DAN TAHUN BARU 2022	Persepsi Masyarakat terkait pembatalan pemberlakuan kegiatan masyarakat saat natal melalui media sosial.	Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa peran media sosial begitu besar terhadap persepsi masyarakat tentang pembatalan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat saat natal dan tahun baru 2022. Dan media yang digunakan masyarakat untuk mendapatkan informasi yaitu televisi, sosial media dan berita online.
3.	Asro'i (2022) Analisis Sentimen Pengguna Twitter terhadap Perpanjangan PPKM Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor	Analisis pendapat pengguna twitter menggunakan metode K-Nearest Neighbor	Hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa cuitan pengguna twitter yang tidak bersentimen (netral) lebih banyak. Jika mengabaikan sentimen netral, maka sentimen pengguna twitter terhadap kebijakan PPKM lebih cenderung ke arah negatif. Karena persentase sentimen positif dari tiap bulan tidak pernah menyentuh angka 50%

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dan fokus penelitian yang membahas tentang persepsi masyarakat. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah bagaimana persepsi masyarakat terkait PSBB melalui sentimen *twitter*.

2.2. Persepsi

2.2.1. Pengertian Persepsi

Persepsi dari bahasa latin (*perceptio, percipio*) adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Berdasarkan kamus KBBI persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu yang di lihat oleh panca indra. Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa latin *perceptio*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory stimuli*).

Menurut peneliti definisi dari para ahli diatas pada dasarnya tidak saling bertentangan satu sama lain. Jika dilihat dari berbagai sumber tersebut, peneliti melihat ada kesamaan dalam pemahaman, yaitu:

- a. Bahwa proses terjadinya persepsi itu diperoleh melalui indra.
- b. Bahwa persepsi merupakan suatu kesan atau gambaran dari suatu obyek di luar diri individu.

Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Istilah Persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (pengindraan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri. Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk kedalam otak, di dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman.

2.2.2. Jenis-Jenis Persepsi

Persepsi terbagi menjadi dua, yaitu: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia atau sosial. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis. Kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan yaitu:

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan non-verbal. Manusia lebih efektif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
- c. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat dari pada persepsi terhadap objek.

Persepsi manusia atau sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dilingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran berbeda-beda mengenai realitas disekelilingnya. Ada beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial, yaitu:

1. Persepsi

Berdasarkan pengalaman yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian yang serupa

2. Persepsi bersifat selektif.

Setiap manusia sering mendapatkan rangsangan indrawi. Atensi kita pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut.

3. Persepsi bersifat dugaan.

Terjadi karena data yang kita peroleh mengenai objek tidak pernah lengkap sehingga proses persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang manapun.

4. Persepsi bersifat evaluatif.

Artinya kebanyakan dari kita mengatakan bahwa apa yang kita persepsikan itu adalah suatu yang nyata akan tetapi, terkadang alat-alat indra dan persepsi kita menipu kita sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas sebenarnya.

5. Persepsi bersifat kontekstual.

Maksudnya bahwa dari semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Ketika kita melihat seseorang, suatu objek atau suatu kejadian, konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan oleh karenanya juga persepsi kita.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas kita dapat melihat bahwa kita terkadang melakukan kekeliruan dalam mempersepsikan lingkungan fisik. Kondisi mempengaruhi kita terhadap suatu benda. Misalnya ketika kita disuruh mencicipi sebuah minuman, mungkin pendapat kita akan berbeda dengan pendapat orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda-beda. Sedangkan persepsi terhadap manusia yaitu proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang kita alami dilingkungan kita, sebab setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap lingkungan sosialnya.

2.2.3. Proses Persepsi

Menurut Miftah Toha (2003), proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

a. Stimulus atau Rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu

stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

b. Registrasi

Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

2.2.4. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Bimo Walgito (2004) faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

a. Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

b. Alat indera, syaraf dan susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.

c. Perhatian

Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan

dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek.

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya.

2.3. Pandemi Covid 19

2.3.1. Pandemi

WHO (*World Health Organization* atau Badan Kesehatan Dunia) secara resmi mendeklarasikan virus *corona* (*COVID-19*) sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020. Artinya, virus *corona* telah menyebar secara luas di dunia. Istilah pandemi terkesan menakutkan tapi sebenarnya itu tidak ada kaitannya dengan keganasan penyakit tapi lebih pada penyebarannya yang meluas. Pada umumnya virus *corona* menyebabkan gejala yang ringan atau sedang, seperti demam dan batuk, dan kebanyakan bisa sembuh dalam beberapa minggu, tapi bagi sebagian orang yang berisiko tinggi (kelompok lanjut usia dan orang dengan masalah kesehatan menahun, seperti penyakit jantung, tekanan darah tinggi, atau diabetes), virus *corona* dapat menyebabkan masalah kesehatan yang serius. Kebanyakan korban berasal dari kelompok berisiko itu. Karena itulah penting bagi kita semua untuk memahami cara mengurangi risiko, mengikuti perkembangan informasi dan tahu apa yang dilakukan bila mengalami gejala. Dengan demikian kita bisa melindungi diri dan orang lain.

2.3.2. Covid 19

Coronavirus atau disebut juga dengan virus *corona* merupakan keluarga besar virus yang mengakibatkan terjadinya infeksi saluran pernapasan atas ringan hingga sedang, seperti penyakit flu. Banyak orang terinfeksi virus ini, setidaknya satu kali dalam hidupnya. Namun, beberapa jenis virus *corona* juga bisa menimbulkan penyakit yang lebih serius, seperti:

1. *Middle East Respiratory Syndrome (MERS-CoV)*.
2. *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS-CoV)*.
3. *Pneumonia*.

SARS yang muncul pada November 2002 silam di Tiongkok menyebar ke beberapa negara lain. Mulai dari Hongkong, Vietnam, Singapura, Indonesia, Malaysia, Inggris, Italia, Swedia, Swiss, Rusia, hingga Amerika Serikat. Epidemik SARS yang berakhir hingga pertengahan 2003 itu telah menjangkiti sebanyak 8.098 orang di berbagai negara. Setidaknya sekitar 774 orang mesti kehilangan nyawa akibat penyakit infeksi saluran pernapasan berat tersebut.

Sampai saat ini, terdapat tujuh jenis *coronavirus* (HCoV) yang telah diidentifikasi, yaitu:

1. HCoV-229E.
2. HCoV-OC43.
3. HCoV-NL63.
4. HCoV-HKU1.
5. SARS-COV (yang menyebabkan sindrom pernapasan akut).
6. MERS-COV (sindrom pernapasan Timur Tengah).
7. COVID-19 atau dikenal juga dengan *Novel Coronavirus* (menjadi penyebab wabah pneumonia di kota Wuhan, Tiongkok pada Desember 2019 dan menyebar ke negara lainnya mulai Januari 2020. Indonesia sendiri mengumumkan adanya kasus *covid 19* dari Maret 2020 lalu).

Semua orang dapat terinfeksi virus *corona*. Akan tetapi, bayi dan anak kecil serta orang dengan kekebalan tubuh yang lemah lebih rentan terhadap

serangan virus ini. Selain itu, kondisi musim juga mungkin berpengaruh. Contohnya, di Amerika Serikat, infeksi virus *corona* lebih umum terjadi pada musim gugur dan musim dingin. Lalu, seseorang yang tinggal atau berkunjung ke daerah atau negara yang rawan virus *corona* juga berisiko terserang penyakit ini. Misalnya, berkunjung ke Tiongkok, khususnya kota Wuhan, yang pernah menjadi wabah COVID-19 yang bermula pada Desember 2019.

2.4. Teori Spiral of Silence

Penelitian ini menggunakan teori *Spiral of Silence* atau teori Spiral Keheningan. Noelle-Neumann adalah teoriwan yang pertama mengusulkan Teori *Spiral Of Silence*, yang menyatakan bahwa individu cenderung membentuk pandangan mereka tentang opini public berdasarkan isyarat yang mereka terima dari lingkungan sekitar, termasuk media massa seperti surat kabar dan opini yang mereka hadapi (Christina, 2024). *Spiral Of Silence* merupakan suatu fenomena dimana individu mengkaitkan pandangan pribadi mereka dengan pandangan orang lain dalam masyarakat.

Teori ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 1984 melalui tulisannya yang berjudul *The Spiral Of Silence*. Secara ringkas teori ini menjawab pertanyaan, mengapa orang-orang dari kelompok minoritas sering merasa perlu untuk menyembunyikan pendapat dan pandangannya ketika berada dalam kelompok mayoritas (Fitnasyah, 2024). Hal ini sesuai dengan salah satu asumsi dasar teori spiral keheningan di mana masyarakat umum dapat mengancam individu yang melenceng dari pendapat mayoritas dengan isolasi.

Ketika mayoritas orang percaya pada serangkaian nilai yang umum, maka ketakutan akan isolasi menurun. Namun saat ada perbedaan pendapat, rasa takut akan isolasi kembali muncul. Kaum mayoritas yang pandangannya dominan sering pula didukung oleh media yang menjadi pembentuk opini publik dalam masyarakat. Pendapat yang didukung oleh media bisa mendapatkan pengaruh yang lebih kuat lagi karena sebagian besar masyarakat percaya pada media massa.

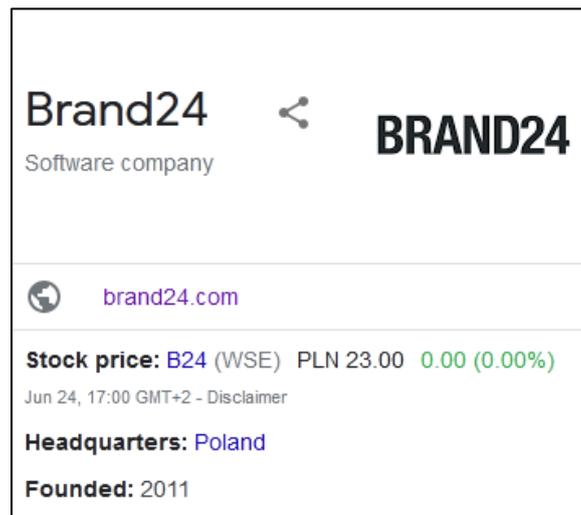
Dalam penelitian ini masyarakat akan beropini yang nantinya opini tersebutlah yang akan menjadi pokok bahasan yang akan diambil untuk penelitian. Opini publik oleh Noelle-Neumann didefinisikan sebagai “sikap atau perilaku yang harus diekspresikan seseorang di depan publik jika ia tidak ingin menyebabkan dirinya terisolasi dalam area-area kontroversi atau perubahan. *Spiral of silence* merupakan analisis lanjutan dari opini dengan menunjukkan bagaimana komunikasi interpersonal dan media berjalan bersama dalam perkembangan opini masyarakat. Sebagai peneliti politik di Jerman, ia mengamati dalam pemilihan umum, pandangan tertentu terlihat berperan lebih dari pandangan lainnya, terkadang orang menyimpan opini mereka membicarakannya, inilah yang di maksud dengan *Spiral of silence*.

Ada tiga asumsi teori spiral of silence dalam pembahasan Noelle-Neumann (1991;1993), antara lain:

1. Masyarakat memberi ancaman kepada individu yang bertentangan melalui isolasi, di mana perasaan takut terisolasi lebih berkuasa. Masyarakat bergantung pada seperangkat nilai yang ditetapkan dan didukung secara bersama. Kesepakatan ini ditentukan oleh opini publik.
2. Perasaan takut isolasi menyebabkan individu selalu mempelajari suasana opini publik. Individu dapat menilai opini publik dari dua sumber: observasi pribadi dan media. Mengenai observasi pribadi, setidaknya indra kuasi-statistik (*quasi-statistical sense*) mampu memperkirakan kekuatan opini dari yang berlawanan. Pada tahap selanjutnya individu akan beralih kepada media.
3. Perilaku publik dipengaruhi oleh penilaian terhadap opini publik. Perilaku di sini dapat berupa berbicara (berkomunikasi). Jika mendapat dukungan, maka cenderung berkomunikasi, sedangkan jika sebaliknya, maka akan memilih diam. Kekuatan dari sekelompok pendukung dan kelemahan dari kelompok yang lain merupakan penyebab munculnya spiral. Akhirnya orang tampaknya bertindak sesuai perasaan orang lain.

2.5. 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.



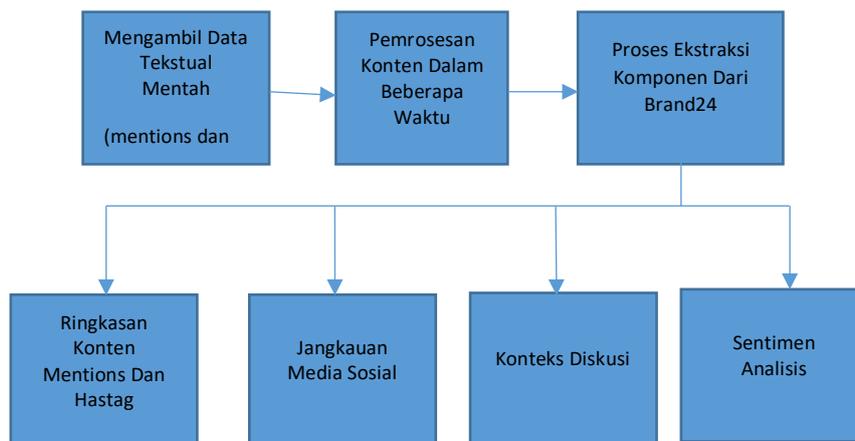
Gambar 3. Profil Aplikasi Brand24.
Sumber: brand24.com

Brand24 dapat mempermudah dalam identifikasi saluran yang berpotensi karena dapat dijadikan sumber analisa dalam 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.



Gambar 4. Mind Map Proses Analisis Brand24.

Sumber: Data Brand24, 2021

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.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka pendekatan yang paling sesuai adalah kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami Creswell (dalam Afriani, 2009). Bogdan dan Taylor (dalam Afriani, 2009) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Berarti dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan tidak menggunakan angka tetapi data tersebut lebih menekankan kata-kata. Definisi penelitian kualitatif adalah penelitian yang berupa data deskriptif seperti kata-kata atau lisan dari seseorang dan mengamati perilaku dari fenomena yang terjadi. Tujuan penelitian kualitatif yaitu ingin menggambarkan realita empirik terhadap suatu fenomena secara rinci dan mendalam. Penelitian ini lebih menekankan kepada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka.

3.2. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian yang dibangun adalah mengidentifikasi dan menganalisis persepsi masyarakat terhadap protocol kesehatan di era *new normal*. Oleh karena itu ada beberapa batasan penelitian yang akan diberikan yaitu:

1. Subjek penelitian adalah pengguna *Twitter*.
2. Peneliti hanya menggunakan *Twitter* yang berkarakteristik teks.
3. Pengambilan dan pengolahan data menggunakan *tools monitoring* bernama *Brand24* selama bulan Oktober – Januari 2024.

Sehingga diklasifikasikan media sosial yang akan digunakan yaitu; *Twitter*. Hal ini dikarenakan pada media tersebut paling banyak digunakan masyarakat untuk mendapatkan informasi terupdate mengenai masalah atau sesuatu yang sedang hangat dibicarakan oleh semua kalangan dan media ini juga memiliki karakteristik yaitu berbasis teks. Selain itu media ini memiliki pengguna yang luas dari rentan usia dan status sosial yang memungkinkan nilai dari data yang dihasilkan lebih spesifik.

3.3. Tahap Pengumpulan Data

3.3.1. Sumber Data

Jenis data yang akan di gunakan adalah kualitatif, secara akumulatif data tersebut akan diambil dari brand24 dengan kualifikasi media sosial *twitter*. *Twitter* memiliki tingkat popularitas yang tinggi. Aplikasi ini masuk peringkat 5 sebagai aplikasi sosial media terpopuler yang memungkinkan data yang diambil akan lebih kompleks. Diketahui 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 *entrepreneurial* yang membuat *twitter* memiliki tinggal persebaran informasi tercepat diantara sosial media yang lain. Sehingga memungkinkan data yang didapatkan akan lebih aktual (Yoga, 2015).

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Selanjutnya adalah Langkah mengambil data secara teratur menggunakan jaringan media sosial, berguna untuk otorisasi dan pengesahan. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah *mining data* dengan metode *Web Crawling*, teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengindeks

informasi pada halaman menggunakan URL (*Uniform Resource Locator*) dengan menyertakan API (antarmuka pemrograman aplikasi) untuk menambang kumpulan data yang lebih besar.

Dalam langkah ini data dikumpulkan dengan menggunakan *tools monitoring* dari platform *Brand24* melalui matrik yang disesuaikan oleh penulis. Matrik tersebut didasarkan pada definisi istilah yang diuraikan oleh jejaring sosial *Twitter*.

Tabel 2. Matriks Media Sosial

No	Matriks	Deskripsi
1	<i>Mentions</i>	sarana di mana posting merujuk atau menautkan ke profil pengguna (user)
2	<i>Shares</i>	Mencerminkan berapa kali konten tertentu dibagikan di mediasosial
3	<i>Likes</i>	Mencerminkan berapa banyak user yang suka terkait dengan konten tertentu yang diterima di sosial media
4	<i>hashtag</i>	Frase kata kunci yang dieja tanpa spasi, didahului dengan tandapound (#), yang berguna untuk mengelompokkan konten
5	<i>Volume</i>	Keterangan banyaknya orang yang membicarakan merek, konten, atau industri Anda di media sosial.
6	<i>Interactions</i>	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 2 matriks sebagai acuan pengumpulan data yaitu matriks “*mentions*” dan “*hashtag*”. Dikarenakan matriks tersebut memiliki kegunaan untuk mengelompokkan konten yang lebih bersih dan mampu menginterpretasi makna dalam konten. Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah pemilihan kata kunci (*keyword*) dari matriks tersebut. Reitz (2012) menunjukkan bahwa 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. Tanpa kata kunci yang tepat bisa jadi seorang penelusur menjadi sia-sia melakukan penelusurannya. Oleh karena itu penelitian ini menetapkan 2 kata kunci matriks yang akan dikelompokkan yaitu; “PSBB” dan “NEW NORMAL”.

Setelah pemilihan kata kunci dan dilakukan *crawling data* maka akan dihasilkan data mentah. Data tersebut yang nantinya akan di proses pada tahap pengolahan data (ekstraksi data). Hal terpenting yang menjadi fokus tahapan ini adalah mengambil data yang disesuaikan pada kata kunci.

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. *Pertama*, akses laman dari aplikasi untuk aplikasi brand24 laman aksesnya <https://brand24.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.

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.

4. Sortir *Source*

Setelah memasukkan kata kunci terpilih langkah selanjutnya adalah mensortir jenis aplikasi apa yang akan diakses. Proses ini dilakukan dengan tools otomatis. Sehingga memudahkan pemisahahan data yang akan diolah.

5. Ekstrasi Data

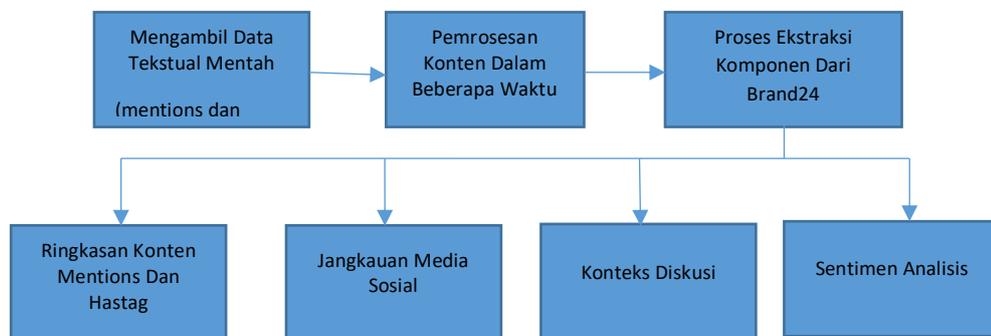
Setelah seluruh proses dilakukan maka tahap selanjutnya adalah pengumpulan data sesuai dengan kata kunci dan jenis source yang akan di ambil datanya. Proses ini membutuhkan waktu 5-10 menit tergantung pada banyaknya data yang diakses.

3.3.3. Waktu Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini kurang lebih memakan waktu sekitar 4 bulan dan berlangsung dari bulan Oktober 2023- Januari 2024, karena pada saat ini setelah merdeanya covid 19, Indonesia masih di tuntut untuk selalu waspada dikarenakan kapan saja bisa timbul penyakit yang sama dan mungkin bisa menimbulkan dampak yang lebih besar dari virus yang sebelumnya terjadi di beberapa tahun terakhir.

3.4. Tahap Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *Brand24*. *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 social.



Gambar 5. Mind Map Proses Analisis Brand24.

Sumber: Data Brand24, 2021

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).

3.5. Tahap Analisis Data

Teknis analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dilakukan untuk mengetahui persepsi masyarakat di era *new normal* di *Brand24*. Penelitian deskriptif didasarkan pada data deskriptif dari hashtag maupun mentions yang sudah di olah datanya di *Brand24* yang menjadi objek penelitian. Setelah

memperoleh data dalam penelitian, kemudian langkah selanjutnya adalah mengolah data yang terkumpul dengan cara menganalisis data, mendeskripsikan, serta mengambil kesimpulan. Untuk menganalisis data ini, digunakan teknik analisis data kualitatif karena data yang diperoleh merupakan kumpulan tanggapan atau pesan dari masyarakat yang ada di *twitter*, yang menanggapi tentang PSBB dan *new normal*. Teknik analisis data diawali dengan menganalisis data yang terdapat dari berbagai sumber. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan ketika pengumpulan data berlangsung setelah pengumpulan data dalam periode tertentu selesai. Terdapat beberapa aktivitas dalam menganalisis data kualitatif, antara lain:

1. Reduksi data

Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemisahan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang masih kasar yang muncul melalui pengamatan yang dilakukan oleh komentar *netizen*. Hasil laporan yang diperoleh kemudian disampaikan dalam bentuk uraian yang jelas dan lengkap secara terperinci. Tidak menutup kemungkinan jika data yang diperoleh akan cukup banyak, maka dari itu perlu dicatat secara rinci dan teliti. Dapat dikatakan reduksi data berarti merangkum memilih hal pokok dan fokus terhadap hal yang lebih penting dan kemudian dicari tema dan polanya. Dengan demikian, hasil data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas sehingga dapat mempermudah peneliti untuk menganalisis data.

2. Penyajian Data

Penyajian data bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam melihat gambaran keseluruhan dari penelitian. Data disajikan dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil data yang diperoleh dari *Brand24* yang nantinya untuk membuat suatu kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan yaitu melakukan secara terus menerus selama proses pengumpulan data berlangsung. Peneliti harus menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal yang sering timbul, serta hipotesis untuk dituliskan dalam kesimpulan. Dalam penelitian ini,

kesimpulan diperoleh dengan mengambil inti permasalahan dari hasil penelitian berdasarkan observasi.

3.6. Teknik Keabsahan Data

Sugiyono (2012) mengatakan bahwa: “ada bermacam-macam cara pengujian kredibilitas data yaitu (1) Perpanjang Pengamatan (2) Peningkatan Ketekunan (3) Tringulasi (4) Diskusi dengan teman sejawat (5) Analisis Kasus negative (6) Membercheck (7) Menggunakan bahan refrensi”. Dalam penelitian ini untuk memvalidkan data yang telah diolah maka peneliti menggunakan metode tringulasi dalam menguji keabsahan data yang diperoleh. Peneliti menggunakan tringulasi dalam melakukan teknik keabsahan data. Tringulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain, di luar itu untuk keperluan pengecekan atau suatu pembanding terhadap data itu. Dengan demikian terdapat tiga macam jenis tringulasi, yaitu tringulasi sumber, tringulasi teknik pengumpulan data, serta tringulasi waktu.

Tringulasi sumber adalah teknik untuk menguji kredibilitas data, teknik ini dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber. Tringulasi teknik adalah teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek pada sumber yang sama tetapi dengan teknik yang berbeda. Tringulasi waktu adalah teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data pada waktu yang berbeda. Teknik tringulasi dalam penelitian ini yaitu tringulasi sumber data, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan persepsi masyarakat mengenai pembatasan sosial bereskala besar (PSBB) di era *new normal* pada media sosial twitter, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini bisa ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Indonesia masih menolak adanya aturan yang ditetapkan oleh pemerintah dikarenakan masih banyaknya pertimbangan yang harus dilakukan guna masyarakat menerima peraturan tersebut. Bukti dari penolakan yang dilakukan oleh masyarakat dalam penelitian ini adalah banyaknya tanggapan di media sosial twitter tentang pembatasan sosial bereskala besar dengan data yang diambil dari Brand24 sebagai berikut :

Dari data yang sudah diperoleh dan dianalisis oleh peneliti didapatkan sentimen positif masyarakat sejumlah 154 dengan persentase 22% sedangkan, sentimen negatif masyarakat sejumlah 535 dengan persentase 78%. Dari hasil kategorisasi ini bisa disimpulkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya bisa menerima kebijakan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah sehingga pesan yang disampaikan melalui kebijakan tersebut belum bisa disampaikan dengan baik.

2. Melalui Teori *spiral of silence* milik Noelle-Neumann juga bisa ditarik kesimpulan bahwa banyaknya kelompok yang tidak setuju dari topik pembahasan yang ada. Bukan berarti 22% dari total keseluruhan tanggapan positif mereka tidak terlihat, tapi mungkin karena memang

mayoritas pengguna media sosial twitter menolak maka mereka yang setuju akan terisoasi dengan banyaknya kelompok yang tidak setuju.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian persepsi masyarakat mengenai pembatasan sosial bersekala besar di era new normal pada media sosial twitter sebagai berikut:

1. Pemerintah harus lebih teliti pada saat akan memebuat kebijakan yang nantinya akan menimbulak pro dan kontar di kalangan masyarakat, karena pesan yang di sampaikan pemerintah melaluin kebijakan tersebut bisa diterima baik atau tidaknya tergantung dari cara penyampaian nya. Tetapi pastinya harus melihat kondisi di lapangan yang pasti bisa berdampak langsung pada masyarakat.
2. Masyarakat harus lebih memahmi tujaunnya disampaikanya pesan melalui kebijakan yang sudah ditetapkan pemerintah dan tidak melanggar aturan, karena jika masyarakat melanggar aturan tidak akan berhasil pesan yang disampaikan walaupun mungkin dalam penyampain pesan pemerintah masih banyak kekuranganya.

DAFTAR PUSTAKA

- Christina, Rachel Nasywa Kirana, Shandayu Ardyan (2024). Analisis Pendukung Paslon 02 di Pemilu 2024 Pada Platform Media Sosial Twitter "X". *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5)
- Fitnasyah, Aswan (2024). *THE TRADITION OF PUBLIC CRITISM IN THE "LAPOR PAK" PROGRAM (Analysis of the Spiral of Silence Jokes Criticism)*. *Journal of Social Studies and Education*, 1(2), 93-119
- Aminudin Amin. (2022). Persepsi Masyarakat DKI Jakarta Tentang Pemberitaan Penanganan Wabah Covid-19 Di Wilayah DKI Jakarta. Universitas Budi Luhur. *Jurnal Medium*. Volume 9 Nomor 2
- Apriadi, B. F., Alfiansyah, T. A., Izzah, Z. N., Qorina, R. T., Kencana, A. T., & Tucunan, K. P. (2021). STUDI NETNOGRAFI PENERAPAN SKENARIO KEBIJAKAN KERUANGAN COVID-19 DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Soshum Insentif*, 4(2), 104-113
- Asmi Nur. (2021). Persepsi Masyarakat Mengenai Wabah Pandemi Covid-19 (Studi Fenomenologi Desa Kayuloe Barat Kecamatan Turatea Kabupaten Jeneponto). Universitas Muhammadiyah Makassar
- Damayanti, A. (2020). Instagram sebagai Medium Komunikasi Risiko di Masa Pandemi COVID-19: Studi Netnografi terhadap Komunitas Online KawalCOVID19. id. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 176-193.
- Irwani Nazla. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Penerapan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Khasanah, M. (2020). Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi. *Al-Tijary*, 5(2), 139-157.
- Mahera D. Suryanto. (2021). Persepsi Masyarakat Dan Mahasiswa Terhadap Kebijakan Vaksinisasi Pada Masa Pandemi Di Kecamatan Lemito Kabupaten Pohuwato. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.
- Pratiwi, V. P. (2021). Akun Twitter BNPB_RI Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Politik*, 7(2), 212-
- Rofiah, R., Sumardjo, S., Sarwoprasodjo, S., & Lubis, D. P. (2021). Pola Jaringan Komunikasi pada Partisipasi Politik Akar Rumput (Studi Netnografi Media Sosial Twitter pada Aksi Bela Islam). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(1), 17-30.
- Rinaldi, A. R., Mutiarin, D., & Damanik, J. (2021). ANALISIS NETNOGRAFI SENTIMEN PENGGUNA TWITTER TERHADAP PEMBUKAAN KEMBALI PARIWISATA DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 6(1), 27-36.
- Tjahyana, L. J. (2021). Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin diTwitter. *Komunikatif - Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 10(1), 16-37.
- Wahyuni Mailana Dhea. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Berita-Berita Covid-19 Di Media Sosial Facebook (Studi Desa Sungai Puar Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari. Universitas Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Ade Suherman, Tetep, Asep Supriyatna, Eldi Mulyana, Triani Widyanti, Opah Saripah, Aneu Rostiani, Lilik Purnawati. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberlakuan Social Distancing Di Masa Pandemi Covid-19 Sebagai Implementasi Modal Sosial. Institut Pendidikan Indonesia