

ANALISIS MEDIA MONITORING: EVALUASI SENTIMEN PUBLIK TERHADAP KINERJA PRESIDEN PRABOWO-GIBRAN SELAMA 1 TAHUN

Maunty Isnaeny², Ilya Hanifah Hakim², Hilma Mutiara Winata³

Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

mauntyisnaeny25@gmail.com¹, ilyahanifahhakim@gmail.com²,

hilmamutiarawinata@uinsgd.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi sentimen publik terhadap kinerja satu tahun pemerintahan Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka melalui analisis media monitoring. Fokus utama adalah dinamika opini di platform Instagram, TikTok, dan YouTube. Secara metodologis, kami mengimplementasikan teknik Deep Learning berbasis Artificial Neural Network (ANN) untuk klasifikasi sentimen, dipilih karena kemampuannya menganalisis kompleksitas konteks bahasa politik digital. Total 12.690 komentar dikumpulkan pada November 2025, melewati pra-pemrosesan ketat untuk melatih model. Temuan awal menunjukkan isu program "Makan Bergizi Gratis" mendominasi diskusi dan memicu polarisasi signifikan. Penelitian ini bertujuan memetakan kecenderungan sentimen (positif, negatif, netral), mengidentifikasi isu utama per platform, dan memberikan wawasan berbasis data untuk evaluasi kebijakan tahun pertama pemerintahan.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Media Monitoring, Opini Publik, Prabowo-Gibran.

Abstract

This study evaluates public sentiment towards the one-year performance of the Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka administration through digital media monitoring analysis. The primary focus is on opinion dynamics across Instagram, TikTok, and YouTube. Methodologically, we implement Deep Learning techniques based on an Artificial Neural Network (ANN) for sentiment classification, chosen for its superior ability to analyze the complex context of digital political language. A total of 12,690 comments were collected in November 2025 and subjected to rigorous pre-processing to train the model. Preliminary findings indicate that the "Free Nutritious Meals" (MBG) program dominates the discussion and triggers significant polarization. This research aims to map sentiment trends (positive, negative, neutral), identify key issues per platform, and provide data-driven insights for the policy evaluation of the administration's first year.

Keywords: Sentiment Analysis, Media Monitoring, Public Opinion, Prabowo-Gibran.

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, opini publik menjadi sering terjadi di ruang dinamis seperti media sosial. Alasannya, opini publik terhadap suatu fenomena politik maupun kebijakan publik lebih mudah diekspresikan melalui media sosial. Hal ini didukung dari hasil riset *We Are School* tahun 2022, yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial dapat mencapai 191,4 juta jiwa dari jumlah populasi sebesar 277,7 juta jiwa.

Instagram, YouTube, dan TikTok merupakan tiga platform media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam pembentukan opini publik di Indonesia. YouTube dan Instagram dikenal sebagai platform paling populer dan paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia, menempati urutan teratas berdasarkan laporan YouGov Indonesia Media Consumption Report. Instagram menjadi wadah utama di mana informasi berbasis visual, pandangan, dan opini dapat dengan cepat dipertukarkan dan menyebar, menciptakan dinamika baru dalam interaksi sosial dan komunikasi modern (Alfifa et al., 2025). Sementara itu, YouTube merupakan platform video yang memungkinkan pengguna mendapatkan informasi mendalam dan mengikuti perkembangan politik secara *real-time*, sering kali menjadi saluran utama bagi berbagai kalangan usia untuk mengonsumsi berita dan konten opini. Sejalan dengan kedua platform tersebut, berdasarkan Data Reportal tahun 2022, TikTok mengalami peningkatan pesat sebagai media sosial dengan tingkat interaksi tertinggi, di mana konten video pendek yang bersifat visual dan emosional mampu dengan cepat mempengaruhi persepsi publik terhadap suatu isu. Ketiga platform ini memberikan ruang terbuka bagi masyarakat untuk berkomentar, menilai, dan merespons berbagai kebijakan atau peristiwa politik. Oleh karena itu, Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi media yang relevan untuk digunakan dalam analisis sentimen publik guna memahami kecenderungan opini masyarakat terhadap suatu fenomena tertentu.

Di tengah situasi politik yang semakin dinamis, masyarakat banyak menaruh harapan kepada kinerja presiden dalam kepemimpinan baru agar mampu memperkuat fondasi ekonomi nasional, memperbaiki tata kelola hukum, menjaga kebebasan sipil, serta menegakan prinsip keberlanjutan. Setelah dilantiknya Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka, perhatian publik tertuju pada bagaimana pasangan ini menjalankan roda pemerintahan di tahun pertama masa kepemimpinannya, dimana berbagai kebijakan dan keputusan politik yang diambil tentu menimbulkan reaksi beragam di kalangan masyarakat. Satu tahun pemerintahan Prabowo-Gibran tersebut menjadi momentum penting untuk menilai sejauh mana janji politik itu diwujudkan untuk mensejahterakan rakyat, bukan memperkaya

pejabat (Askar et al., 2025). Sehingga penting untuk mengevaluasi bagaimana masyarakat menanggapi kinerja pemerintahan ini. Namun, jika fase ini tidak dikritisi secara serius, kesalahan strategis berpotensi dibiarkan terus berlangsung dan menjadi normalitas baru yang merusak.

Pendapat dan kecenderungan opini masyarakat terhadap sebuah masalah atau objek dapat dilihat menggunakan analisis sentimen. Analisis sentimen merupakan bagian dari kegiatan *media monitoring* yang memanfaatkan teknik *data mining* untuk memahami arah opini publik di media sosial dan merupakan istilah yang biasa digunakan untuk memberikan gambaran topik secara *factual* maupun *non-factual* dengan opini positif maupun negatif melalui entitas dan atribut yang diekspresikan dalam bentuk teks (Pahtoni & Jati, 2024). Sedangkan berdasarkan studi oleh (Tri Saputra et al., 2021), karena masyarakat cenderung banyak memberi opini berupa tanggapan atau kritik terhadap suatu situasi melalui media sosial, maka analisis sentimen memungkinkan untuk membaca dan memahami emosi orang dan memberikan kesimpulan berdasarkan hasil deteksi bahasa postingan.

Dalam konteks pembentukan opini publik melalui media digital, teori-teori komunikasi klasik memberikan landasan konseptual yang relevan untuk memahami bagaimana opini publik terbentuk. Teori Agenda Setting (McCombs & Shaw) menekankan bahwa media memiliki kekuatan untuk menentukan agenda isu-isu yang dominan dalam masyarakat (Hermanto, 2019). Dalam konteks media sosial, masyarakat bukan hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga kontributor aktif dalam membentuk agenda politik. Media memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi dan prioritas masyarakat terhadap isu-isu politik yang berkaitan dengan perubahan. Selain itu, Teori Uses and Gratification (Katz, Blumler & Gurevitch) menyoroti peran individu sebagai pemilih aktif media sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini tercermin dalam penggunaan media sosial, di mana individu memenuhi kebutuhan informasi politik dan kebutuhan sosial melalui platform digital. Dengan demikian, pengguna media sosial tidak hanya sebagai konsumen pasif, melainkan sebagai agen perubahan yang aktif mencari, menyebarkan, dan berpartisipasi dalam diskusi politik. Pendapat lain oleh (Rathnayake & Winter, 2017) menekankan bahwa individu menggunakan media sesuai dengan tujuan personal mereka dan memperoleh kepuasan dari penggunaan media tersebut. Lebih lanjut, dinamika opini publik di ruang digital juga dapat dijelaskan menggunakan Teori Opini Publik dari Walter Lippmann (1922). Lippmann berpendapat bahwa opini publik tidak dibentuk berdasarkan realitas objektif, tetapi pada “gambaran di kepala kita” yang dikonstruksi melalui

media (Forster, 2023). Ia menjelaskan bahwa masyarakat sering kali tidak mampu memahami kompleksitas dunia nyata, sehingga mereka menggunakan lingkungan semu yang dibentuk oleh media melalui stereotip dan representasi tertentu. Dalam konteks politik digital, representasi kebijakan, pemberitaan, dan polemik yang berkembang di media sosial berperan besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kinerja pemerintahan.

Analisis sentimen publik di media sosial telah menjadi area penting dalam kerangka Analisis Media Monitoring, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Zahra, 2024) berjudul "*Analisis Media Monitoring: Sentimen Publik Terhadap Inovasi Produk Brand Indomie Pada Periode Maret 2024*". Penelitian tersebut berhasil memetakan persepsi publik di media sosial terhadap isu komersial (inovasi produk) dengan menggunakan *tools* kuantitatif deskriptif seperti Brand24. Walaupun memiliki kesamaan domain, penelitian saat ini memiliki fokus yang lebih kompleks, yaitu evaluasi sentimen publik terhadap kinerja politik dan kebijakan publik Presiden Prabowo-Gibran selama satu tahun. Dimana kompleksitas tersebut menuntut ketepatan analisis yang lebih tinggi. Oleh karena itu, berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini secara metodologis mengimplementasikan *Deep Learning* berbasis *Artificial Neural Network* (ANN). Penggunaan ANN ini memberikan kebaruan dan keunggulan karena kemampuannya yang unggul dalam mempelajari representasi kontekstual dan pola bahasa yang rumit dalam teks politik, sehingga diharapkan mampu menghasilkan evaluasi sentimen yang lebih mendalam, valid, dan akurat dibandingkan metode analitik konvensional. Penelitian lain oleh (Febriyani et al., 2024) berjudul "*Analisis Media Monitoring dan Jaringan Program Lapak Ganjar untuk Mendukung Pemasaran Digital bagi UMKM*". Studi tersebut menggunakan kerangka *Media Monitoring* untuk menganalisis jangkauan dan jaringan suatu program pemerintah yang bertujuan mendukung UMKM, yang merupakan inisiatif dari seorang aktor politik. Walaupun relevan dalam konteks evaluasi program pemerintahan, fokus penelitian tersebut lebih pada analisis jaringan dan deskripsi pemasaran digital. Hal ini menjustifikasi kebaruan (*novelty*) pada penelitian ini, yang mempertahankan kerangka *Media Monitoring* tetapi mengalihkan fokus dari jaringan ke evaluasi sentimen terhadap kinerja Presiden Prabowo–Gibran selama satu tahun. Inovasi metodologi utama terletak pada penggunaan *Deep Learning* berbasis *Artificial Neural Network* (ANN), yang memiliki keunggulan signifikan dalam menganalisis kompleksitas emosi dan nuansa dalam data teks politik, sebuah kapabilitas yang dibutuhkan untuk mencapai akurasi tinggi dalam klasifikasi sentimen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Media Monitoring: Evaluasi Sentimen Publik Terhadap Kinerja Presiden Prabowo-Gibran selama 1 Tahun.” Pemantauan sentimen publik terhadap kepengurusan ini dapat membantu memahami sikap dan harapan masyarakat secara real-time. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi kerangka kerja Analisis Media Monitoring dengan menggunakan pendekatan *deep learning* yang mampu mengenali pola bahasa dan konteks emosional secara lebih mendalam, sehingga hasil analisis sentimen yang diperoleh diharapkan lebih akurat dan representatif dalam menggambarkan opini publik di media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang dinamika opini publik dan dampaknya terhadap stabilitas politik serta legitimasi pemerintah.

Perumusan masalah berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas yaitu sebagai berikut: (1) Bagaimana kecenderungan opini publik (positif, negatif, dan netral) di media sosial terhadap kinerja Presiden Prabowo-Gibran selama satu tahun?; (2) Isu atau topik pemerintahan apa saja yang paling banyak dibahas oleh masyarakat di media sosial terkait kinerja Presiden Prabowo-Gibran?; (3) Bagaimana perbedaan dinamika opini publik antara pengguna Instagram, TikTok, Youtube terhadap kinerja Presiden Prabowo-Gibran?; (4) Bagaimana implikasi temuan analisis sentimen publik pada Instagram, TikTok, dan Youtube terhadap perumusan dan evaluasi kebijakan pemerintahan Prabowo-Gibran selama satu tahun pertama?

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah: (1) Mengetahui kecenderungan opini publik (positif, negatif, dan netral) di media sosial terhadap kinerja Presiden Prabowo-Gibran selama satu tahun; (2) Mengetahui isu atau topik pemerintahan yang paling banyak dibahas oleh masyarakat di media sosial terkait kinerja Presiden Prabowo-Gibran selama 1 tahun; (3) Memahami perbedaan dinamika opini publik antara pengguna Instagram, TikTok, dan Youtube terhadap kinerja Presiden Prabowo-Gibran; (4) Memberikan rekomendasi berdasarkan implikasi temuan analisis sentimen publik pada Instagram, TikTok, Youtube terhadap perumusan dan evaluasi kebijakan pemerintahan Prabowo-Gibran selama satu tahun pertama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang untuk melakukan analisis sentimen publik secara komprehensif terhadap kinerja satu tahun Pemerintahan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka.

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dalam kerangka *Analisis Media Monitoring*, dengan penekanan khusus pada teknik *Data Mining* untuk klasifikasi sentimen yang diekspresikan di berbagai platform media sosial. Desain teknis ini berpusat pada klasifikasi dan evaluasi data teks menggunakan metode Deep Learning berbasis Jaringan Saraf Buatan (Artificial Neural Network/ANN). Seluruh implementasi model dan analisis data dilakukan menggunakan bahasa pemrograman Python dalam lingkungan komputasi Google Colab. Pemilihan model ANN didasarkan pada kemampuannya yang unggul dalam mempelajari representasi kontekstual dan urutan kata yang rumit dalam teks media sosial secara mandiri, yang sangat penting untuk akurasi klasifikasi sentimen.

1. Sumber dan Strategi Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan pada tiga platform media sosial utama, yaitu Instagram, TikTok, dan YouTube, untuk memastikan cakupan pandangan publik yang luas dan beragam. Data dikumpulkan dalam rentang waktu spesifik, yakni 7 November 2025 hingga 21 November 2025.

- a. Instagram dipilih sebagai platform inti karena sifatnya yang berpusat pada konten visual, yang memicu interaksi pengguna yang tinggi melalui kolom komentar. Platform ini ideal untuk menangkap opini publik yang bersifat responsif dan emosional. Pengumpulan data dari Instagram dilakukan melalui teknik *web scraping* menggunakan perangkat lunak eksternal, yaitu Instant Data Scraper. Kata kunci yang digunakan untuk mengidentifikasi unggahan relevan meliputi: "Prabowo Gibran Kinerja", "Satu Tahun PG", "Pemerintahan Prabowo", "Program Kerja Prabowo Gibran", "Kabinet Prabowo Gibran", "Evaluasi Kinerja", "Hasil Kerja Setahun", "Makan Bergizi Gratis", dan "Kebijakan Presiden".
- b. TikTok ditambahkan untuk menangkap data dari segmen yang lebih spontan dan mewakili reaksi emosional serta tren populisme, terutama di kalangan anak muda. Pengumpulan data dari TikTok dilakukan dengan menggunakan alat Apify, berfokus pada ekstraksi teks komentar pada tiga video populer yang secara eksplisit membahas hasil kinerja satu tahun Prabowo-Gibran. Sumber video dipilih dari akun yang merepresentasikan sudut pandang berbeda, yaitu media independen (*Project Multatuli*), organisasi HAM (*Amnesty International Indonesia*), dan partai politik pendukung (*Gerindra*), guna memperkaya keragaman sentimen.

- c. YouTube dipilih karena karakternya yang memfasilitasi konten yang lebih mendalam dan berdurasi panjang, sehingga ideal untuk menangkap opini publik yang cenderung lebih terstruktur, reflektif, dan berargumen panjang di kolom komentar. Pengumpulan data dari YouTube dilakukan menggunakan YouTube Data API v3 untuk menarik teks komentar dari empat video spesifik yang relevan, yaitu: "Presiden Prabowo Menjawab" dari Najwa Shihab, "Program Kerja Presiden" dari Raymond Chin, "1 Tahun Prabowo-Gibran" dari Kompas.com, dan "Prioritas" dari Malaka.

2. Pra-pemrosesan Data dan Pelabelan

Sebelum data mentah dapat diproses oleh model *Deep Learning*, serangkaian tahapan pra-pemrosesan dilakukan untuk menstandarkan dan membersihkan teks media sosial yang kompleks.

- a. Cleansing dan Case Folding, data dibersihkan dari elemen-elemen yang tidak relevan seperti URL, nama pengguna, simbol, dan angka. Selanjutnya, semua karakter diubah menjadi huruf kecil (*case folding*) untuk menghindari model memperlakukan kata yang sama dengan kapitalisasi berbeda sebagai entitas yang berbeda.
- b. Formalisasi, tahapan penting untuk standardisasi kata-kata gaul, singkatan, dan bahasa informal yang umum digunakan di media sosial (misalnya, mengubah "bgt" menjadi "banget" atau "tdk" menjadi "tidak"). Hal ini memastikan model dapat mengenali kosakata secara konsisten.
- c. Tokenisasi dan padding yaitu membuat teks dipecah menjadi unit-unit kata individual (*tokenisasi*). Setelah tokenisasi, dilakukan *padding* untuk menyamakan panjang semua barisan token (komentar/cuitan), yang merupakan persyaratan dimensi masukan bagi model Neural Network. Dalam metodologi *Deep Learning*, teknik *stemming* dan *stopword removal* diminimalisir agar model dapat menangkap konteks dan hubungan antar kata secara utuh.
- d. Pelabelan setelah data bersih, peneliti melakukan pelabelan manual pada sampel data. Setiap teks dikategorikan ke dalam sentimen Positif, Negatif, atau Netral. Data berlabel ini kemudian berfungsi sebagai *Training Data* penting untuk melatih Neural Network dalam mengenali pola-pola sentimen.

3. Metode Analitik: Klasifikasi Sentimen Deep Learning

Penelitian ini menggunakan model Artificial Neural Network (ANN), khususnya Deep Neural Network (DNN) yang memiliki banyak *hidden layer*, untuk klasifikasi sentimen.

Pendekatan *deep learning* dipilih karena kemampuannya yang unggul dalam memahami konteks semantik dan urutan kata dalam teks media sosial. Data *Word Embedding* dari teks publik yang sudah dipra-proses digunakan sebagai *input* ke lapisan pertama dari ANN. Data ini kemudian melewati *layers* dari Neural Network yang telah dilatih menggunakan data berlabel.

- a. Model ANN berfungsi sebagai "kotak hitam" yang memproses kompleksitas bahasa. Hasil yang diproduksi adalah probabilitas bahwa teks tersebut diklasifikasikan ke dalam salah satu dari tiga jenis sentimen (Positif, Negatif, atau Netral). Setiap teks akan diproses secara konsisten dan diberi skor probabilitas sebelum klasifikasi akhir.
- b. Eksperimen dan Evaluasi Model Untuk membuktikan keandalan dan generalisasi model yang digunakan, dilakukan tahapan eksperimen dan pengujian.

4. Data berlabel dibagi menjadi Data Latih (*Training Data*) dan Data Uji (*Testing Data*).

- a. Model ANN dilatih menggunakan Data Latih, di mana model menyesuaikan bobotnya (*weights*) melalui proses iteratif untuk memprediksi label sentimen seakurat mungkin.
- b. Setelah pelatihan, model diuji menggunakan Data Uji yang belum pernah dilihat oleh model sebelumnya. Evaluasi Model dilakukan menggunakan metrik standar untuk klasifikasi, seperti Akurasi, Precision, Recall, dan F1-Score. Metrik-metrik ini berfungsi sebagai metode ilmiah untuk mengukur seberapa baik model dapat menggeneralisasi dan memprediksi sentimen pada teks baru yang tidak diketahui, sehingga menjamin validitas temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kecenderungan Opini Publik (Positif, Negatif, Dan Netral) Di Media Sosial Terhadap Kinerja Presiden Prabowo-Gibran Selama Satu Tahun

Hasil pengolahan data menggunakan metode Artificial Neural Network (ANN) terhadap total 12.520 data komentar yang tersebar di tiga *platform* media sosial (Instagram, TikTok, dan YouTube) menunjukkan bahwa kecenderungan opini publik terhadap kinerja Presiden Prabowo–Gibran didominasi oleh Sentimen Negatif.

Secara keseluruhan, komposisi sentimen adalah sebagai berikut: Sentimen Negatif (53,3%), Sentimen Positif (33,5%), dan Sentimen Netral (13,2%). Dominasi sentimen negatif di atas 50% ini mengindikasikan adanya ketidakpuasan publik yang signifikan di

ruang digital selama periode evaluasi satu tahun. Rendahnya persentase sentimen Netral (13,2%) menunjukkan bahwa topik mengenai kinerja pemerintahan ini merupakan isu dengan keterlibatan emosional yang tinggi, di mana publik cenderung memihak dengan mendukung atau menolak daripada bersikap pasif.

Distribusi sentimen ini terperinci pada setiap platform yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Sentimen per Platform

label	Negatif	Netral	Positif
platform			
instagram	1975	264	674
tiktok	2887	888	1833
youtube	1811	504	1684

(Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025)

Selain melihat distribusi sentimen per platform, performa model *Artificial Neural Network* (ANN) yang digunakan dalam klasifikasi sentimen turut memperkuat pemahaman mengenai kecenderungan opini publik tersebut.

Tabel 2. Evaluasi Model ANN

	precision	recall	f1-score	support
Negatif	0.84	0.63	0.72	1335
Netral	0.43	0.39	0.41	331
Positif	0.58	0.83	0.68	838
accuracy			0.67	2504
macro avg	0.62	0.62	0.61	2504
weighted avg	0.70	0.67	0.67	2504

(Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025)

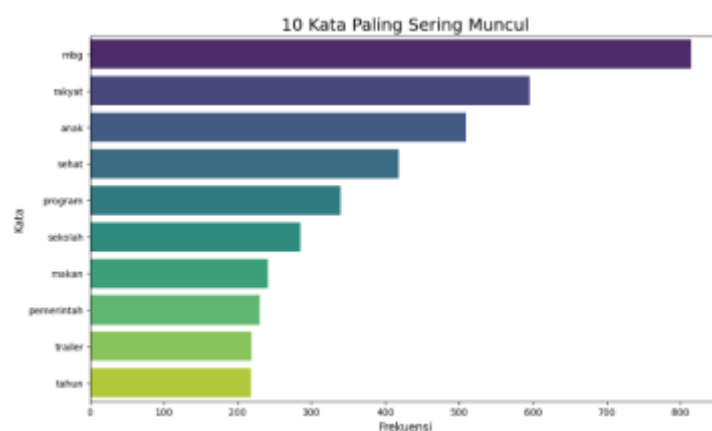
Berdasarkan hasil evaluasi, model menunjukkan kemampuan yang tinggi dalam mengenali komentar dengan sentimen yang jelas, terutama sentimen negatif (precision 0.84 dan f1-score 0.72) dan sentimen positif (recall 0.83 dan f1-score 0.68). Angka-angka ini menunjukkan bahwa komentar yang benar-benar mengandung kritik atau dukungan kuat dapat teridentifikasi secara akurat oleh model. Sebaliknya, kinerja model pada sentimen netral lebih rendah (precision 0.43 dan recall 0.39). Hal ini sejalan dengan jumlah data netral yang relatif sedikit dan karakter komentar netral yang sering kali ambigu atau kurang jelas. Akurasi keseluruhan model ANN mencapai 0.67 dengan *macro f1-score* sebesar

0.61. Nilai ini mengindikasikan bahwa model bekerja cukup baik untuk menangkap pola opini publik pada data yang bersifat beragam dan tidak terstruktur seperti komentar media sosial.

Lebih lanjut, performa model yang stabil pada kategori negatif dan positif secara tidak langsung memperkuat temuan sebelumnya bahwa opini publik cenderung terpolarisasi, di mana sentimen netral menjadi ekspresi yang paling jarang. Dengan demikian, hasil evaluasi model ini tidak hanya menegaskan reliabilitas klasifikasi yang digunakan dalam penelitian, tetapi juga memberikan konfirmasi analitis yang kuat bahwa dinamika opini publik tentang kinerja Prabowo-Gibran selama tahun pertama lebih banyak didominasi oleh kritik dibandingkan dukungan, dengan ruang netral yang relatif sempit.

2. Dominasi Topik yang Diperbincangkan Di Media Sosial Terhadap Kinerja Presiden Prabowo-Gibran Selama Satu Tahun

Hasil analisis frekuensi kata menunjukkan bahwa warganet cenderung memfokuskan penilaian kinerja pada isu-isu spesifik yang berdampak langsung pada kesejahteraan publik. Berikut adalah 10 kata paling dominan berdasarkan data yang telah diolah oleh peneliti:



Gambar 3. 10 Kata Paling Dominan dalam Komentar

(Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025)

Tingginya frekuensi pada kata kunci 'mbg', 'makan', 'sehat', 'program', dan 'sekolah' menunjukkan bahwa Program Strategis Bidang Kesejahteraan dan Pendidikan, khususnya program MBG (Makan Bergizi Gratis), telah berhasil menjadi *top of mind* masyarakat dan dijadikan tolak ukur utama dalam menilai kinerja pemerintahan. Hal ini diperkuat dengan munculnya kata 'sekolah', yang memperkuat orientasi diskusi pada lingkungan pendidikan

dan generasi muda. Sementara itu, kata 'rakyat' yang menempati posisi kedua paling sering muncul berfungsi sebagai konteks utama diskusi, mengindikasikan bahwa setiap pembahasan, baik program maupun kritik, diukur dari dampaknya terhadap kepentingan masyarakat luas.

Untuk mendapatkan gambaran visual yang komprehensif mengenai frekuensi kemunculan kata kunci, Word Cloud ditampilkan di bawah ini. Ukuran kata yang proporsional dalam visualisasi ini secara jelas menegaskan dominasi topik MBG dan isu rakyat dalam perbincangan publik.

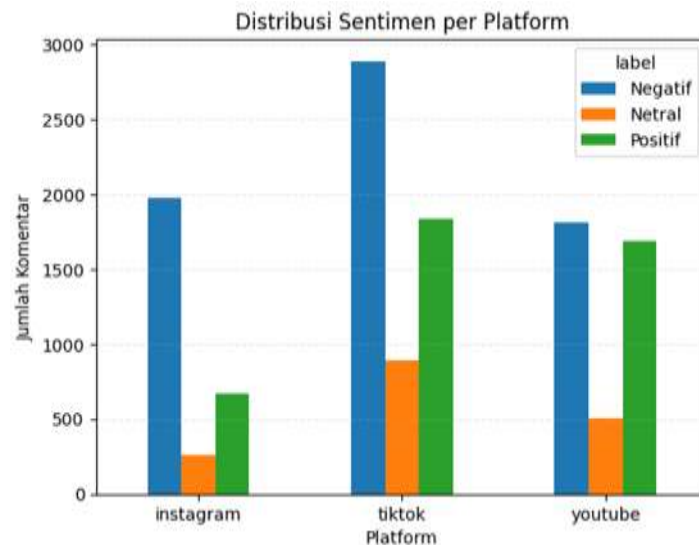


Gambar 4. Visualisasi Word Cloud Topik Dominan
(Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025)

Di tengah pembahasan program, keberadaan kata 'pemerintahan' yang diikuti oleh kata-kata seperti 'korupsi' menandakan bahwa isu etika, akuntabilitas, dan tata kelola tetap menjadi bagian penting dari agenda kritik publik. Ketika hasil analisis isu dominan ini dihubungkan dengan distribusi sentimen yang mayoritas Negatif sebesar 53,3%, terungkap adanya pola kritis. Temuan menunjukkan bahwa pemerintahan berhasil menempatkan program unggulannya ('mbg', 'makan', 'sehat') sebagai topik yang paling banyak dibahas. Namun, mayoritas sentimen yang menyertai pembahasan program-program tersebut adalah Negatif. Hal ini menyiratkan bahwa kritik publik tidak tertuju pada konsep program itu sendiri, melainkan pada persepsi terhadap kualitas implementasi, kecepatan realisasi, dan transparansi di lapangan selama satu tahun masa jabatan. Oleh karena itu, opini publik di media sosial mengevaluasi kinerja tidak hanya berdasarkan janji, tetapi pada kemampuan pemerintah dalam menerjemahkan program strategis menjadi aksi yang memuaskan masyarakat.

3. Perbedaan Dinamika Opini Publik Antara Pengguna Instagram, TikTok, Youtube Terhadap Kinerja Presiden Prabowo-Gibran

Perbandingan distribusi sentimen dari Instagram, YouTube, dan TikTok menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam kecenderungan opini publik terhadap kinerja Presiden Prabowo-Gibran selama satu tahun. Perbedaan ini merefleksikan karakteristik unik setiap platform media sosial dalam memfasilitasi ekspresi sentimen.



Gambar 5. Grafik Distribusi Sentimen Per Platform

(Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025)

Opini publik di Instagram menunjukkan kecenderungan sangat dominan negatif. Hal ini terlihat jelas dari jumlah komentar dengan sentimen negatif sebanyak 1975 data yang mencapai hampir tiga kali lipat dari sentimen positif sebanyak 674 data. Dominasi negatif ini mengindikasikan bahwa pengguna Instagram cenderung memanfaatkan kolom komentar, yang sering berinteraksi dengan konten visual berupa foto atau video pendek, sebagai ruang utama untuk melontarkan kritik yang tajam dan respons reaktif terhadap kebijakan atau isu kinerja. Selain itu, jumlah Sentimen Netral yang sangat rendah berjumlah 264 data menunjukkan bahwa pengguna Instagram yang terlibat dalam topik ini memiliki posisi sentimen yang jelas, baik pro maupun kontra.

Lebih lanjut, opini publik di TikTok mencatatkan memiliki angka sentimen negatif tertinggi berjumlah 2887 data dibandingkan platform lainnya. Meskipun demikian, Sentimen positif juga berada pada angka tertinggi berjumlah 1833. Sementara itu, sentimen

netral mencatat angka terendah berjumlah 888 komentar, mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna yang terlibat dalam diskusi memiliki posisi sentimen yang jelas. Tingginya volume komentar secara keseluruhan pada platform ini adalah ciri khas dari sifat viral dan masif TikTok, di mana sebuah isu politik dapat menyebar dengan sangat cepat dan memicu respons dari berbagai kalangan. Dominasi sentimen negatif yang tinggi, diikuti oleh sentimen positif yang substansial, menunjukkan adanya polarisasi yang sangat aktif dalam jumlah besar di kalangan pengguna TikTok.

Sedangkan YouTube menunjukkan dinamika opini yang paling mendekati seimbang antara Positif dan Negatif di antara ketiga platform. Jumlah sentimen negatif berjumlah 1811 hanya sedikit lebih tinggi dibandingkan sentimen positif berjumlah 1684 data. Keseimbangan ini dapat disebabkan oleh karakteristik YouTube sebagai platform video yang sering menyajikan konten yang lebih mendalam, seperti analisis atau *vlog* politik berdurasi panjang. Di sisi lain, sentimen netral mencatat angka terendah yaitu 504 data. Jumlah yang rendah ini menunjukkan bahwa pengguna YouTube yang berdiskusi mengenai kinerja pemerintahan cenderung memiliki posisi yang jelas (pro atau kontra) dan tidak bersikap netral. Konten dalam platform ini cenderung mendorong pengguna untuk meninggalkan komentar yang lebih reflektif dan terstruktur, sehingga memfasilitasi komentar dukungan positif yang lebih detail dan berargumen, yang pada akhirnya mendekatkan jumlah positif dengan negatif.

Berdasarkan analisis perbandingan sentimen di Instagram, TikTok, dan YouTube, secara umum ditemukan bahwa sentimen negatif selalu memiliki proporsi tertinggi dibandingkan dengan sentimen positif dan netral di ketiga *platform*, menunjukkan adanya kecenderungan kritik yang dominan dari publik terhadap kinerja Presiden Prabowo-Gibran. Selain itu, dari ketiga platform ditemukan bahwa sentimen netral memiliki angka terendah, menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna media sosial cenderung memiliki posisi sentimen yang jelas (pro atau kontra) saat terlibat dalam evaluasi kinerja pemerintahan.

4. Implikasi Temuan Analisis Sentimen Publik Pada Instagram, TikTok, Youtube Terhadap Perumusan dan Evaluasi Kebijakan Pemerintahan Prabowo-Gibran Selama Satu Tahun Pertama

a. Implikasi Temuan Hasil Dominasi Opini Publik (Positif, Negatif, Dan Netral) Pada Instagram, TikTok, Youtube

Berdasarkan hasil temuan analisis dominasi opini publik pada Instagram, Tiktok, dan Youtube secara keseluruhan di dominasi oleh sentimen negatif sebanyak 53,3%, diikuti oleh sentimen positif sebanyak 33,5% dan sentimen netral sebanyak 13,2%. Sehingga temuan dominasi sentimen negatif ini membawa beberapa implikasi terhadap perumusan dan evaluasi kebijakan pemerintahan Prabowo-Gibran selama satu tahun.

Dominasi sentimen negatif sebesar 53,3% yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketidakpuasan publik yang cukup tinggi di ruang digital. Temuan tersebut sejalan dengan Teori Agenda Setting yang digunakan pada penelitian ini, Dimana teori tersebut menyatakan bahwa ketika suatu isu mendapat perhatian luas, publik akan menganggap isu tersebut bermasalah dan membutuhkan respons kebijakan. Dalam konteks ini, frekuensi tingginya komentar dengan sentimen negatif terhadap kinerja pemerintah menunjukkan bahwa kritik publik tidak dapat diabaikan, karena dianggap telah menjadi “agenda publik” yang memengaruhi terhadap persepsi legitimasi pemerintah.

Selain itu, temuan tersebut juga sejalan dengan penelitian terdahulu berjudul *“Sentiment Analysis of Indonesian Government Policy in The Era of Social Commerce: Public Perception and Reaction”* oleh (Sugiarti et al., 2024) menemukan bahwa dari 1.013 tweet terkait kebijakan pemerintah, proporsi sentimen negatif mencapai 79,8 %, sedangkan sentimen positif hanya mencapai 20,2 %. Hal ini menguatkan bahwa ketika kebijakan menyentuh aspek ekonomi atau sosial langsung seperti regulasi sosial-komersial, masyarakat cenderung bereaksi negatif, terutama jika kebijakan tersebut dirasa membebani antara janji kebijakan dan realisasi teknis di lapangan, sehingga opini publik cenderung bergeser cepat ke arah negatif. Lebih lanjut, penelitian lain berjudul *“Public Participation in Policy Making: Sentiment Analysis of TAPERA Policy on Twitter”* oleh (Rulandari, 2024) juga menunjukkan pola serupa ketika masyarakat merespon kebijakan perumahan wajib (TAPERA), dimana reaksi publik di Twitter banyak mengandung kritik terhadap aspek transparansi, beban finansial, dan efektivitas

kebijakan yang menunjukkan bahwa sentimen negatif publik terhadap kebijakan tidak semata karena perbedaan ideologi, tetapi sering karena persepsi bahwa implementasi kebijakan berjalan buruk atau tidak adil. Pola tersebut juga sejalan dengan temuan dalam penelitian ini, dimana kritik paling banyak diarahkan pada aspek teknis program MBG seperti kualitas makanan, vendor, dan SOP, bukan pada konsep program itu sendiri.

Maka, implikasi kebijakan yang muncul bukan sekadar kebutuhan untuk memperbaiki narasi komunikasi pemerintah, tetapi lebih jauh menekankan pemerintah untuk melakukan audit implementasi secara menyeluruh pada program-program yang menjadi pusat kritik publik. Dengan mengacu pada Teori Agenda Setting dan didukung oleh penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa temuan dominasi opini negatif pada penelitian ini merupakan indikator objektif bahwa pemerintah harus memprioritaskan sektor-sektor yang menjadi sumber ketidakpuasan publik untuk memperbaiki legitimasi politiknya.

b. Implikasi Temuan Hasil Dominasi Topik yang Diperbincangkan Pada Instagram, TikTok, Youtube

Berdasarkan hasil temuan analisis dominasi topik yang diperbincangkan pada Instagram, Tiktok, Youtube menunjukkan bahwa program MBG (Makan Bergizi Gratis) menjadi *top of mind* masyarakat dan tolak ukur utama penilaian kinerja, dengan kata kunci seperti 'mbg', 'makan', 'sehat', 'program', dan 'sekolah' sering muncul. Fenomena ini sesuai dengan kerangka Teori *Policy Feedback* yang menyebutkan bahwa pengalaman langsung masyarakat terhadap implementasi kebijakan akan memengaruhi dukungan politik, evaluasi publik, dan legitimasi pemerintah (Mettler, 2023). Ketika masyarakat merasakan manfaat atau masalah langsung dari sebuah kebijakan, opini yang terbentuk cenderung kuat dan berpengaruh terhadap stabilitas dukungan politik.

Penelitian terdahulu berjudul “*Rethinking School Nutrition via Community Engagement: A Review with Implications for Indonesia’s MBG Program*” oleh (Abdullah et al., 2025) juga menunjukkan bahwa dalam program MBG, persepsi publik terhadap program tersebut sangat dipengaruhi oleh aspek implementasi seperti kualitas makanan, konsistensi penyediaan, dan mekanisme pengawasan mutu. Penelitian mereka menemukan bahwa tantangan implementasi muncul akibat lemahnya koordinasi lintas sektor, pengawasan makanan, dan kurangnya partisipasi komunitas faktor-faktor yang

dapat memengaruhi penerimaan publik terhadap program MBG. Selain itu, studi lain berjudul “*Persepsi Masyarakat terhadap Program Makan Siang Gratis Menggunakan Text Network Analysis (TNA)*” oleh (Aziz, Muhamad Apriliana Alamanda et al., 2025) menunjukkan bahwa meskipun ada persepsi positif terhadap manfaat sosial dan kesehatan dari program tersebut, sebagian responden tetap menyuarakan kekhawatiran tentang keberlanjutan dan transparansi pelaksanaan, terutama terkait distribusi makanan dan konsistensi mutu.

Temuan ini memperkuat bahwa kritik publik terhadap MBG tidak diarahkan pada konsep program, melainkan pada pelaksanaan teknisnya. Sehingga, Implikasi ini menuntut evaluasi yang sangat detail, tidak hanya pada aspek pendanaan tetapi juga pada aspek teknis di lapangan melalui perbaikan *Standard Operating Procedure (SOP)* penyediaan, kontrol kualitas, dan proses seleksi vendor (katering) untuk menghilangkan risiko kesehatan dan memulihkan kepercayaan publik.

c. Implikasi Temuan Hasil Perbedaan Dinamika Opini Publik Antara Pengguna Instagram, TikTok, Youtube

Berdasarkan hasil temuan analisis perbedaan dinamika opini publik antara pengguna Instagram, Tiktok, dan Youtube ditemukan bahwa Instagram dan Tiktok cenderung didominasi sentimen Negatif yang reaktif, sedangkan Youtube menunjukkan dinamika yang paling seimbang antara sentimen positif dan negatif.

Adanya perbedaan dinamika tersebut berimplikasi pada kebutuhan strategi komunikasi yang berdiferensiasi dan tidak dapat disamaratakan. Dimana pemerintah tidak dapat menggunakan satu strategi komunikasi untuk semua platform, melainkan harus menyesuaikan pendekatan berdasarkan karakter setiap platform tersebut.

Perbedaan karakter sentimen antara TikTok, Instagram, dan YouTube juga menunjukkan bahwa dinamika opini publik terbentuk sesuai fitur media yang ada pada masing-masing platform. Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui Teori *Uses and Gratification*, di mana pengguna memilih menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan sosial dan informasinya.

Mengingat Instagram dan TikTok menampung sentimen yang lebih reaktif, emosional, dan populer terutama di kalangan anak muda, sehingga tidak mengherankan jika kedua platform tersebut didominasi sentimen negatif. Hasilnya, pemerintah

memerlukan strategi manajemen krisis secara *real-time*. Di sisi lain, pengguna YouTube cenderung lebih reflektif karena kontennya yang lebih mendalam berupa analisis atau vlog politik, sehingga menghasilkan opini publik yang lebih seimbang.

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian yang berjudul “*Emotional Contagion in Social Media: Investigating the Spread of Emotional Content on TikTok*” oleh (Chu et al., 2024) menunjukkan bahwa platform video pendek seperti TikTok memiliki kecenderungan mempercepat penyebaran konten emosional khususnya emosi negatif secara lebih eksplosif dibandingkan media sosial lainnya yang berbasis teks. TikTok terbukti memicu *emotional amplification* melalui mekanisme algoritma rekomendasi dan format video cepat, sehingga opini negatif dapat lebih mudah terbentuk dan menyebar luas. Sementara itu, penelitian lain berjudul “*YouTube as Digital Public Sphere: Controversary Over Indonesia’s Military Reform Law*” oleh (Putri et al., 2025) menemukan bahwa YouTube mendorong interaksi yang lebih reflektif karena durasi konten yang panjang, sehingga membuat pengguna lebih fokus pada argumen dan informasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa platform video panjang seperti YouTube lebih kondusif bagi pembentukan opini yang seimbang, karena pengguna cenderung meluangkan waktu lebih lama untuk memahami konteks sebuah isu yang sedang dibahas. Temuan tersebut selaras dengan hasil penelitian ini, di mana YouTube menghasilkan distribusi sentimen yang lebih seimbang dibandingkan dengan TikTok dan Instagram.

Berdasarkan teori dan penelitian tersebut, implikasi kebijakannya adalah pemerintah tidak dapat menggunakan satu model komunikasi untuk seluruh platform. Sifat sentimen yang reaktif dan dominasi negatif di TikTok dan Instagram mengimplikasikan bahwa pemerintah harus membentuk Unit Reaksi Cepat Digital (URCD). Unit tersebut harus mampu merespons klarifikasi dalam waktu 1x24 jam, menggunakan konten visual yang mudah dicerna dan sangat manusiawi bersifat humanis dan memiliki empati untuk meredam sentimen negatif yang cepat menyebar di kedua platform tersebut. Sementara YouTube harus digunakan sebagai platform utama untuk penjelasan kebijakan yang terstruktur dan akuntabel. Platform ini ideal untuk menyajikan data, melakukan sesi tanya jawab, dan berdialog terbuka guna mengatasi kritik yang seringkali didukung oleh argumen mendalam. Di sini, pemerintah dapat membangun *support base* yang terinformasi dan rasional melalui *policy brief* mingguan

atau sesi tanya jawab langsung yang dipimpin oleh menteri terkait, alih-alih hanya berfokus pada klarifikasi emosional.

d. Rekomendasi Kebijakan

Berdasarkan keseluruhan implikasi strategis dari dominasi opini publik, dominasi topik, dan perbedaan dinamika opini di atas, maka dapat dirumuskan beberapa rekomendasi kebijakan dan langkah strategis yang spesifik bagi Pemerintahan Prabowo-Gibran selama satu tahun pertama yaitu sebagai berikut.

(1) Kebijakan Transparansi Proaktif dan Komunikasi Inklusif Berbasis SCCT

Kebijakan transparansi proaktif dan komunikasi inklusif merupakan jawaban strategis terhadap tingginya sentimen negatif dan polarisasi yang terdeteksi di ruang digital yang sudah dibahas pada pembahasan sebelumnya.

Minimnya proporsi sentimen netral dalam penelitian ini menunjukkan bahwa opini publik berada dalam kondisi polarisasi yang tinggi, di mana persepsi negatif berkembang lebih cepat daripada persepsi objektif terhadap kinerja pemerintah. Situasi ini dapat didukung oleh Teori *Situational Crisis Communication* (SCCT), yang menekankan bahwa respons pemerintah dalam keadaan krisis persepsi harus bersifat cepat, transparan, dan akuntabel untuk mencegah kerusakan reputasi institusional (Ugahari & Apriliani, 2025). Teori ini menegaskan bahwa ketidakjelasan komunikasi pemerintah dapat memperburuk persepsi negatif masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Taufik et al., 2024) berjudul “*Peran Transparansi dan Akuntabilitas dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik terhadap Pemerintahan di Kabupaten Subang*” menunjukkan bahwa transparansi proaktif yang dilakukan pemerintah terutama melalui penyediaan informasi yang lengkap dan konsisten, terbukti mampu menurunkan persepsi negatif masyarakat serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap kebijakan. Temuan ini diperkuat dengan penelitian berjudul “*Transparansi Anggaran Publik Sebagai Kunci Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemerintah Daerah*” yang dilakukan oleh (Hamzah et al., 2024) yang menjelaskan bahwa keterbukaan informasi pada tahap implementasi kebijakan membantu mengurangi resistensi dan kritik publik karena masyarakat merasa memperoleh kejelasan mengenai proses dan alasan pengambilan

keputusan mengungkapkan bahwa keterbukaan data pelaksanaan dan penyampaian langkah korektif secara berkelanjutan dapat meningkatkan kepercayaan serta penerimaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah. Transparansi operasional membuat publik merasa lebih yakin bahwa pemerintah bertanggung jawab dan akuntabel, sehingga tingkat dukungan terhadap kebijakan meningkat. Dengan demikian, penerapan transparansi proaktif oleh pemerintah menjadi strategi krusial untuk mengurangi polarisasi, menekan persepsi negatif, dan memperkuat legitimasi kebijakan pada era komunikasi digital.

Maka, pemerintah perlu menerapkan kebijakan transparansi proaktif yang mencakup publikasi rutin data implementasi MBG, laporan audit yang dapat diakses publik, penjelasan mengenai penyebab insiden, serta informasi terkait langkah perbaikan yang ditempuh. Pendekatan ini juga relevan dengan Teori Lippmann mengenai pembentukan opini publik, yang menyatakan bahwa persepsi masyarakat terbentuk dari representasi atau citra yang disajikan media.

Sementara itu, komunikasi inklusif dijadikan sebagai pilar kedua yang mengatasi isu polarisasi, menuntut pemerintah untuk menyusun dan menyampaikan seluruh narasi kebijakan menggunakan bahasa yang inklusif, berfokus pada kepentingan nasional bersama, dan menghindari retorika kelompok. Melalui kebijakan ini, pemerintah bertujuan tidak hanya memperbaiki output kinerja, tetapi juga membangun kembali legitimasi melalui proses dan narasi yang lebih terbuka dan terintegrasi.

(2) Kebijakan Penjaminan Mutu Implementasi Program Nasional

Kebijakan ini merupakan respons langsung terhadap temuan dominasi sentimen negatif yang disebabkan oleh kegagalan implementasi teknis pada program prioritas, seperti isu keracunan makanan dan kualitas gizi pada program MBG. Fenomena ini selaras dengan Teori *Public Policy* yang sudah dibahas sebelumnya, menegaskan bahwa kualitas pelaksanaan kebijakan akan membentuk dukungan politik dan tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah. Penelitian berjudul “*Dampak Kasus Keracunan dalam Program Makan Bergizi Gratis terhadap Kesehatan dan Kualitas Pembelajaran Siswa*” oleh (Maulia et al., 2025) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa kasus keracunan makanan yang terjadi di lapangan program rentan terganggu jika jaminan keamanan pangan lemah.

Berdasarkan teori dan penelitian tersebut, pemerintah perlu mengembangkan kebijakan penguatan implementasi MBG berbasis *policy feedback* dan *crisis response*. Maka pemerintah dituntut untuk melakukan revisi dan pengetatan *Standard Operating Procedure* (SOP) penyediaan, peningkatan ketat kontrol kualitas terutama untuk menghilangkan risiko kesehatan, pengembangan sistem pemantauan digital bagi sekolah dan orang tua, serta pembentukan mekanisme respons cepat ketika terjadi insiden, serta peninjauan ulang dan pengetatan proses seleksi vendor (katering) Dengan memprioritaskan akuntabilitas teknis dan operasional, kebijakan ini bertujuan untuk menghilangkan risiko kesehatan, memastikan manfaat program dirasakan secara optimal, dan secara fundamental memulihkan kepercayaan publik yang terkikis akibat isu implementasi.

(3) Kebijakan Strategi Komunikasi Publik Multi-Platform Berbasis Emotional Contagion

Kebijakan ini diinisiasi untuk mengatasi implikasi perbedaan dinamika opini publik di ruang digital, yang menunjukkan bahwa tidak ada satu strategi komunikasi pun yang efektif untuk semua *platform*. Kebijakan ini mewajibkan pemerintah untuk mengadopsi strategi komunikasi publik multi-platform yang menyesuaikan pendekatan berdasarkan karakter unik setiap media sosial.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa karakteristik opini publik berbeda pada setiap platform, di mana Instagram dan TikTok cenderung menghasilkan respons emosional negatif yang cepat, sedangkan YouTube memunculkan gagasan yang lebih argumentatif dan berimbang. Pola ini sejalan dengan Teori *Emotional Contagion* yang menjelaskan bahwa emosi negatif menyebar lebih cepat pada media yang mengutamakan konten visual dan interaksi cepat (Santoso & Sari, 2021). Mekanisme penyebaran emosi tersebut juga didukung oleh penelitian yang sudah disinggung sebelumnya yaitu penelitian oleh (Chu et al., 2024) yang menemukan bahwa penelitian nyata sering kali menemukan bahwa platform video pendek dan sistem rekomendasi berbasis *engagement* seperti yang digunakan TikTok cenderung memprioritaskan konten yang memicu emosi kuat termasuk negatif karena lebih sering dibagikan dan dikonsumsi. Sementara itu, penelitian oleh (Putri et al., 2025) menunjukkan bahwa platform video panjang seperti YouTube dianggap sebagai Platform video panjang yang menyediakan ruang yang memadai untuk narasi

kompleks dan penjelasan kebijakan secara rinci sehingga membutuhkan durasi panjang. Format ini mendukung fungsi *deliberatif*, yaitu penyampaian informasi yang memungkinkan audiens untuk berpikir kritis dan memahami *trade-off* kebijakan.

Atas dasar teori dan temuan penelitian tersebut, pemerintah perlu mengembangkan strategi komunikasi publik multi-platform yang disesuaikan dengan pola konsumsi dan karakter emosional pengguna. Pada platform seperti TikTok dan Instagram, komunikasi kebijakan harus bersifat cepat, empatik, dan visual agar mampu meredam penyebaran emosi negatif dan menggeser persepsi publik ke arah yang lebih konstruktif. Sebaliknya, YouTube dapat dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi mendalam melalui konten edukatif, dialog kebijakan, dan penjelasan data yang sistematis. Pendekatan terdiferensiasi ini juga sejalan dengan Teori *Uses and Gratification*, yang menegaskan bahwa publik menggunakan media sesuai kebutuhan emosional dan informasionalnya, sehingga strategi komunikasi pemerintah harus mampu mengakomodasi perbedaan tersebut untuk meningkatkan efektivitas penyampaian kebijakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis media monitoring terhadap 12.690 komentar di Instagram, TikTok, dan YouTube menggunakan metode Artificial Neural Network (ANN), penelitian ini menyimpulkan bahwa opini publik terhadap kinerja satu tahun pemerintahan Prabowo-Gibran didominasi oleh sentimen negatif sebesar 53,3%, dengan sentimen positif 33,5% dan netral 13,2%. Program Makan Bergizi Gratis (MBG) menjadi isu yang paling menonjol dan menjadi parameter utama publik dalam menilai kinerja pemerintahan, di mana mayoritas kritik berkaitan dengan aspek implementasi teknis seperti kasus keracunan, kualitas makanan, dan mekanisme pengawasan vendor. Perbedaan dinamika antarplatform menunjukkan bahwa Instagram dan TikTok lebih dipenuhi sentimen reaktif bernada negatif, sedangkan YouTube cenderung memiliki distribusi yang lebih seimbang. Temuan ini menjawab seluruh tujuan penelitian, yaitu memetakan kecenderungan sentimen, mengidentifikasi isu dominan, menganalisis perbedaan karakter opini publik antarplatform, serta memahami implikasinya bagi perumusan kebijakan tahun pertama pemerintahan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan waktu pengumpulan data yang hanya dua minggu dan dominasi diskursus pada isu MBG, sehingga dimungkinkan isu lain mengenai kinerja pemerintahan tidak terekam secara maksimal. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas periode observasi, memasukkan lebih banyak sumber data lintas platform, serta melakukan triangulasi dengan wawancara atau survei untuk menangkap opini publik secara lebih komprehensif. Dari sisi kebijakan, rekomendasi utama meliputi peningkatan tata kelola yang transparan, penjaminan mutu implementasi program nasional terutama MBG, serta strategi komunikasi multi-platform yang adaptif terhadap karakteristik masing-masing media sosial. Dengan langkah-langkah tersebut, pemerintah dapat memulihkan kepercayaan publik, memperbaiki efektivitas implementasi kebijakan, dan memperkuat legitimasi politik di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. A. S., Suparman, Muhammad, R., Amir, M. Y., & Sulvinajayanti. (2025). Rethinking School Nutrition via Community Engagement: A Review with Implications for Indonesia's MBG Program. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia (MKMI)*, 21(3).
- Alfifa, A. N., Batubara, V. F. R., Sakinah, K., Manik, J., & Yoes, R. A. (2025). Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik (Analisis Studi Kasus Echo Chamber Pada Interaksi Komentar di Akun Instagram @Turnbackhoaxid Dalam Konteks Post –Truth). *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(6), 162–169.
- Askar, M. W., Adhinegara, B. Y., Fikri, B., Darmawan, J., Muhammad, G. D., Saleh, M., Fikri, M. Z., & Lianasari, A. (2025). *Rapor Kinerja 1 Tahun Pemerintahan Prabowo–Gibran*. Center of Economic and Law Studies (CELIOS).
- Aziz, Muhamad Apriliana Alamanda, D. T., Fadhlurrohman, M. I., & Kurniati, D. M. (2025). Persepsi Masyarakat terhadap Program Makan Siang Gratis Menggunakan Text Network Analysis (TNA). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, 11(2).
- Chu, M., Song, W., Zaho, Z., Chen, T., & Chiang, Y. C. (2024). Emotional contagion on social media and the simulation of intervention strategies after a disaster event: a modeling study. *Humanities & Social Sciences Communications*.
- Febriyani, A. R., Aliya, F. N., & Budiastuti, L. (2024). Analisis Media Monitoring dan Jaringan Program Lapak Ganjar untuk Mendukung Pemasaran Digital bagi UMKM. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1).
- Forster, T. A. (2023). Walter Lippmann and Public Opinion. *American Journalism*, 40(1), 51–79.
- Hamzah, M., Surahman, F., Abdurahman, A., Saputri, E., & Basyarahil, A. (2024). Transparansi Anggaran Publik Sebagai Kunci Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemerintah Daerah. *Relawan Jurnal Indonesia*, 5(2).

- Hermanto, R. (2019). *Dinamika Politik Agenda Setting: Studi Kasus Kebijakan Pengembangan Bandara Baru di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Universitas Gadjah Mada.
- Maulia, S. P., Sahra, L. P., Fitriani, A., & Kurnia, R. (2025). Dampak Kasus Keracunan dalam Program Makan Bergizi Gratis terhadap Kesehatan dan Kualitas Pembelajaran Siswa. *JURNAL BASICEDU*, 9(6), 180–1855.
- Mettler, S. (2023). Theories of the Policy Process Fifth Edition Policy Feedback Theory. *Duke University*, 100–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003308201-5>
- Pahtoni, T. Y., & Jati, H. (2024). ANALISIS SENTIMEN DATA TWITTER TERKAIT CHATGPT MENGGUNAKAN ORANGE DATA MINING. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 11(2), 329–336.
- Putri, L. S. E., Lestari, K. W., Payo, N., Ambardo, M., Nareshwari, S. A., Aqila6, R. S., Cahyani, E. I. R., & Sahara, B. E. (2025). YouTube as digital public sphere: Controversary over Indonesia’s Military Reform Law. *Jurnal Politik Indonesia (Indonesian Journal of Politics)*, 11(2), 187–200.
- Rathnayake, C., & Winter, J. S. (2017). Examining the link between social media uses and gratifications, and political tolerance and dogmatism. *Policy & Internet*, 9(4), 444–446.
- Rulandari, N. (2024). Public Participation in Policy Making: Sentiment Analysis of TAPERA Policy on Twitter. *ILomata International Journal of Social Science*, 5(3).
- Santoso, A., & Sari, D. K. (2021). PENULARAN EMOSIONAL (EMOTIONAL CONTANGION) KAJIAN LITERATUR DAN REKOMENDASI. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 11(278–298).
- Sugiarti, S., Arsi, P., Subarkah, P., & V, J. (2024). Sentiment analysis of Indonesian government policy in the era of social commerce: public perception and reaction. *Bulletin of Social Informatics Theory and Application*, 8(2).
- Taufik, B., Warkini, N., Yuliawati, R., Hendarsah, Y., & Dartum. (2024). Peran Transparansi dan Akuntabilitas dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik terhadap Pemerintahan di Kabupaten Subang. *Jurnal Studi Administrasi Publik*, 1(9).
- Tri Saputra, F., Nurhadriyani, Y., Hartono Wijaya, S., & Defina. (2021). Analisis Sentimen Bahasa Indonesia Pada Twitter Menggunakan Struktur Tree Berbasis Leksikon. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 8(1), 135–146.
- Ugahari, G. A. A., & Apriliani, R. (2025). Analisis Situational Crisis Communication Theory (SCCT) pada Strategi Komunikasi Krisis Brand Erspo dalam Kasus Kontroversi Jersey Timnas Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3).
- Zahra, N. (2024). Analisis Media Monitoring: Sentimen Publik Terhadap Inovasi Produk Brand Indomie Pada Periode Maret 2024. *Harmoni : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(2), 157–171.