

## Media Monitoring Analysis of Government Image in Infrastructure Development in Indonesia

### Analisis Media Monitoring Citra Pemerintah dalam Pembangunan Infrastruktur di Indonesia

Simon S. Hutagalung<sup>1</sup>, Tina Kartika<sup>2</sup>, Wulan Suciska<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung\*  
Email: [simon.sumanjoyo@unila.ac.id](mailto:simon.sumanjoyo@unila.ac.id)\*

<sup>2</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung  
Email: [tina.kartika@unila.ac.id](mailto:tina.kartika@unila.ac.id)

<sup>3</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung  
Email: [wulan.suciska@unila.ac.id](mailto:wulan.suciska@unila.ac.id)

Masuk tanggal : 04-11-2022, revisi tanggal : 12-04-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-07-2023

---

#### **Abstract**

*The massive infrastructure development program during president Jokowi's administration will always produce a variety of different perceptions in the public area. Public perception will be built differently and form the image of the government in the scope of the implementation of the program and can be the material of preparing a government communication plan to the public. Research objectives in this article; Analyze the dynamics of the government's image in the topic of infrastructure development on social and non-media sosial. More specifically, several points of purpose are to be achieved as follows: (a). The amount of discussion volume on the topic of infrastructure development, (b). The dominant parties discuss and respond to the topic of infrastructure development, (c). Dynamics of public sentiment in discussions with the topic of infrastructure development. The research method is done with media monitoring analysis that starts with a search profile and searches for terms or keywords. Furthermore, data mining using the Brand24 Media Monitoring application using the keywords Infrastructure Development and Infrastructure Projects. The data mining process is carried out in a span of 90 days, from Aug 16, 2021 to Nov 14, 2021. Data analysis is done simultaneously with the Brand24 and Microsoft Excel applications for data rechecking and confirmation of the data to be analyzed. The results of the analysis concluded; On the topic of infrastructure development, the volume of mentions was obtained by 13 thousand times, of which the most dominant media was non-media sosial with the composition of news agencies (5433) and the web (4435), while the media sosial area represented by several applications, forums, blogs, videos youtube) and podcasts had a smaller portion of the topic.*

**Keywords:** *development program, government image, infrastructure development, media monitoring*

## Abstrak

Masifnya program pembangunan infrastruktur pada periode pemerintahan Presiden Jokowi akan senantiasa menghasilkan beragam persepsi yang berbeda pada wilayah publik. Persepsi publik akan terbangun secara berbeda dan membentuk citra pemerintah dalam lingkup pelaksanaan program tersebut dan dapat menjadi bahan penyusunan rencana komunikasi pemerintah kepada publik. Tujuan penelitian dalam artikel ini; menganalisis dinamika citra pemerintah dalam topik pembangunan infrastruktur di media sosial dan non media sosial. Secara lebih khusus, hendak dicapai beberapa point tujuan sebagai berikut: (a). Besaran volume perbincangan topik pembangunan infrastruktur, (b). Pihak-pihak yang dominan memperbincangkan dan memberi respon terhadap topik pembangunan infrastruktur, (c). Dinamika sentimen publik dalam perbincangan dengan topik pembangunan infrastruktur. Metode penelitian dilakukan dengan analisis media monitoring yang dimulai dengan profil pencarian dan pencarian istilah atau kata kunci. Selanjutnya penggalian data menggunakan aplikasi Media Monitoring Brand24 dengan menggunakan kata kunci Pembangunan Infrastruktur dan Proyek Infrastruktur. Proses mining data dilakukan dalam rentang waktu 90 hari, yaitu dari 16 Aug 2021 hingga 14 Nov 2021. Analisis data dilakukan secara simultan dengan aplikasi Brand24 dan Microsoft Excel guna pengecekan ulang data dan konfirmasi data yang hendak dianalisis. Hasil dari analisis yang dilakukan menyimpulkan; Pada topik pembangunan infrastruktur ini diperoleh data volume mention sebesar 13 ribu kali, dimana media yang paling dominan adalah non sosial media dengan komposisi kantor berita (5433) dan web (4435), sementara itu wilayah sosial media yang diwakili oleh beberapa aplikasi, forums, blog, video (youtube) dan podcast memiliki porsi yang lebih sedikit memperbincangkan topik itu.

**Kata Kunci:** citra pemerintah, media monitoring, pembangunan infrastruktur, program pembangunan

## Pendahuluan

Presiden Joko Widodo terpilih memimpin Negara Indonesia selama dua periode kepemimpinan. Sejak awal mula menjabat sebagai Presiden, beliau tertarik dengan gagasan Trisakti dari Presiden pertama Indonesia; Ir. Soekarno, gagasan itu kemudian diadopsi dan diperluas Jokowi sebagai strategi khusus, yakni berdaulat dalam bidang politik yang terdiri dari 12 program utama, berdikari dalam ekonomi dengan 16 program utama dan berkepribadian dalam budaya dengan 3 program utama (Hastangka, 2021). Dalam proses perencanaan selanjutnya dan mempertimbangkan konteks kekinian, kemudian diprioritaskan 9 (sembilan) program utama atau Nawacita sebagai instrumen langkah-langkah taktis operasional jalan perubahan menuju Indonesia yang lebih besar. Adapun isi gagasan dari Nawacita intinya yaitu pemerataan ekonomi untuk pembangunan infrastruktur sebagai dialektika pembangunan (Saragih, 2020). Hal tersebut juga selaras dengan pembangunan politik semenjak Orde Lama, Orde Baru, Orde Reformasi. Presiden Joko Widodo nampaknya memandang kemandirian Ekonomi bisa dicapai melalui pembangunan infrastruktur sebagai penghubung antar pulau-pulau di daerah sebagai proses pemerataan pembangunan pusat dan daerah yang Indonesia sentris baik pembangunan fisik maupun pembangunan mental, sedang pada Kepribadian Budaya: Mengembalikan filosofi dasar atau falsafah dasar kita

Pancasila sebagai penuntun jalan pembangunan bangsa dan pembangunan karakter (Soleman & Noer, 2017).

Ada beberapa alasan Presiden Jokowi berfokus kepada pembangunan infrastruktur; pertama, infrastruktur merupakan fondasi utama bangsa Indonesia untuk bersaing dengan negara lainnya. Saat ini, negara Indonesia masih berupaya untuk terus meningkatkan daya saingnya (Salim & Negara, 2019). Kedua, dalam proses pembangunan, tentu dibutuhkan keterlibatan tenaga manusia sebagai faktor utama pendukung pembangunan. Dengan demikian, pembangunan infrastruktur yang dilakukan secara masif dan merata di penjuru Nusantara membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Ketiga, pembangunan infrastruktur membuka akses baru atau semakin mempermudah akses yang sudah ada untuk menjangkau wilayah tersebut. Kemudahan akses tersebut nantinya dapat meningkatkan aktivitas ekonomi di suatu wilayah (Angelina & Wahyuni, 2021). Sebagai negara kepulauan yang terdiri atas kurang lebih 17 ribu pulau menimbulkan tantangan tersendiri bagi Indonesia dalam hal konektivitas. Keempat, pembangunan infrastruktur yang berupaya menghubungkan wilayah-wilayah Indonesia tersebut menjadikan jaringan logistik di Indonesia bertahap semakin baik. Kelima, Presiden Joko Widodo mengartikan infrastruktur sebagai sebuah pelayanan publik yang menjadi kewajiban pemerintah untuk menyediakannya kepada masyarakat. Keenam, membangun infrastruktur berarti membangun peradaban. Dalam pandangan Presiden Jokowi, banyak budaya baru yang coba dikenalkan atau ditegaskan dengan adanya suatu infrastruktur baru yang belum pernah ada di suatu wilayah. Ketujuh, membangun infrastruktur berarti mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Sebagaimana diketahui, selama ini pembangunan infrastruktur terpusat hanya di Pulau Jawa sehingga ketimpangan infrastruktur di antara pulau-pulau lain di Indonesia menjadi besar (Kementerian Sekretariat Negara, 2019).

Masifnya program pembangunan infrastruktur di periode pemerintahan Presiden Jokowi ini dapat dicermati dari anggaran pada periode pertama, khususnya dimulai dari tahun 2015 dimana anggaran infrastruktur dalam APBN sebesar Rp 256,1 triliun. Kemudian pada 2019, pos tersebut mendapat anggaran hingga Rp 415 triliun atau naik 62% dibanding tahun 2015 (CNBC Indonesia, 2019). Sementara pada periode kedua tercatat alokasi anggaran infrastruktur sebesar Rp6.445 triliun mengacu pada Rancangan Pembangunan Jangka Menengah (RPJMN) 2020-2024 (CNN Indonesia, 2020). Hal ini menunjukkan keseriusan Presiden dalam mengelola program pembangunan infrastruktur secara gradual.

Namun demikian, upaya pemerintah akan senantiasa menghasilkan beragam persepsi yang berbeda pada wilayah publik. Beberapa topik yang sempat muncul misalnya Peran pemerintah Tiongkok dalam pembangunan infrastruktur Indonesia dilaksanakan dengan kerjasama strategis pembangunan sejumlah proyek-proyek infrastruktur yang sedang gencar di bangun di Indonesia (Nugraha, 2018), pembangunan infrastruktur yang memperbesar utang luar negeri (Saputro & Taufiqurrahman, 2021) dan membandingkan urgensi pembangunan infrastruktur yang masih dengan angka kemiskinan di Indonesia (Rahman, 2018). Kajian dan perbincangan yang terjadi dalam rangka merespon program tersebut senantiasa menarik perhatian kalangan ilmuwan ataupun rakyat biasa dimana media menjadi agen yang menyajikan data dan informasi secara terbuka. Selain itu, keberadaan

media sosial juga menjadi saluran penting bagi para kelompok kritikus dan aktivis untuk mengawasi program pembangunan tersebut.

Oleh karena itu persepsi publik akan terbangun secara berbeda tergantung bagaimana mereka mengakses informasi (Effendi et al., 2019). Dalam lingkup ini menjadi menarik untuk menganalisa proses pembentukan citra pemerintah yang dibangun dari persepsi publik melalui penyajian informasi dari media massa dan sosial media (Nekrasov et al., 2021). Citra pemerintah dalam pelaksanaan program pembangunan infrastruktur akan menggambarkan pola komunikasi pemerintah dan kelompok non pemerintah dalam memperbincangkan topik itu. Citra menunjukkan eksistensi suatu organisasi di mata masyarakat luas, yaitu tentang pandangan masyarakat kepada organisasi yang terbentuk dalam rentang jangka waktu yang panjang (Hasnawati & Salamah, 2017). Pencitraan yang dibangun dan terbentuk dengan baik akan nantinya akan memberikan dampak yang baik pula demi tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan individu ataupun organisasi (Pratama, 2017). Citra dari publik kepada pemerintah juga dapat mewakili kredibilitas pemerintah dalam perkembangan suatu isu, dimana respon publik yang terbangun akan menggambarkan penerimaan mereka dalam isu tersebut (James & Van Ryzin, 2017). Aktivitas pemerintah yang diragukan kredibilitasnya dengan sendirinya akan menciptakan citra yang cenderung negatif, demikian juga sebaliknya. Selain berkaitan dengan kredibilitas publik tersebut, hasil dari kajian terhadap citra pemerintah dalam program itu nantinya dapat menjadi bahan penyusunan rencana komunikasi pemerintah kepada publik (Ayudia & Wulandari, 2021). Oleh karena itu artikel ini akan mengulas kembali beberapa pertanyaan penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya, yaitu; bagaimanakah citra pemerintah dalam topik pembangunan infrastruktur di media sosial dan non media sosial?. Secara lebih khusus, hendak dicapai beberapa point tujuan sebagai berikut: (a). Besaran volume perbincangan topik pembangunan infrastruktur, (b). Pihak-pihak yang dominan memperbincangkan dan memberi respon terhadap topik pembangunan infrastruktur, (c). Dinamika sentimen publik dalam perbincangan dengan topik pembangunan infrastruktur.

### **Metode Penelitian**

Dalam rangka menjangkau dinamika diskusi yang terjadi di ruang media dan non media maka riset ini menggunakan metode media monitoring dengan subjek riset berupa konten sosial media, media massa dan non media, sementara objek penelitiannya adalah diskusi terkait topik pembangunan infrastruktur dalam rentang waktu tertentu. Kajian media monitoring pada dasarnya melibatkan proses membaca, melihat, mendengarkan konten media baik online maupun offline untuk kemudian diidentifikasi dan dianalisa terutama konten yang mengandung kata kunci atau topik tertentu sesuai dengan kebutuhan perusahaan atau organisasi (Fill & Fill, 2018). Media monitoring tidak hanya sebatas mampu menganalisa dan mengumpulkan data-data yang terjadi di media online tetapi juga tren terkini di media sosial (Perakakis et al., 2019). Pembagian Media Monitoring mencakup; (a). *Media clipping* adalah dokumentasi berupa artikel, naskah berita, dan iklan media massa. Bentuknya dapat berupa teks dan video, (b). *Media tracking* adalah untuk

melacak jejak opini publik atas suatu kejadian atau isu-isu tertentu pada media massa, dan (c). *Media content analysis atau analisis isi* adalah suatu metode untuk menganalisis isi sebuah teks. Pendekatan metode ini adalah kuantitatif: teks ditafsirkan dalam unit analisis yang bisa dihitung.

Pemantauan media adalah proses membaca, menonton, atau mendengarkan konten editorial sumber media, dan kemudian, mengidentifikasi, menyimpan, dan menganalisis konten yang berisi kata kunci atau topik tertentu (van Gelder et al., 2019). Proses media monitoring dimulai dengan profil pencarian dan pencarian istilah atau kata kunci dan dilanjutkan dengan analisis volume, profile dan sentimen (Nguyen et al., 2017). Ada berbagai platform, teknik dan aplikasi yang dapat digunakan untuk melakukan riset media monitoring, salah satu yang paling unggul adalah Brand24. Brand24 merupakan platform analisis media sosial yang melacak kata kunci di berbagai platform media sosial, termasuk Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, dan Twitch. Brand24 menghitung jangkauan media sosial, pangsa suara, dan memantau kinerja hashtag. Selain itu, analisis sentimen berbasis Artificial Intelligence dapat membantu mengidentifikasi kecenderungan emosi dari perbincangan (MarketingHUB, 2019).

Pada tahap awal dilakukan penggalian data (*mining*) menggunakan aplikasi Media Monitoring Brand24 premium dengan menggunakan dua kata kunci utama; “Pembangunan Infrastruktur” dan “Proyek Infrastruktur”. Dalam riset ini Brand24 digunakan untuk mengumpulkan data dari: (a). platform media sosial utama, termasuk Facebook, Instagram, Twitter, Twitch, dan YouTube, (b).situs berita online, (c).buletin yang tersedia untuk umum, (d). forum, (e ). Podcast, (f). blog, (g). forum dan (h). halaman web publik lainnya. Rentang waktu yang digunakan dalam proses mining data mencakup 90 hari, yaitu dari 16 Aug 2021 hingga 14 Nov 2021. Pada tahap selanjutnya dilakukan konfirmasi data dengan mengecek relevansi data yang diperoleh sehingga diperoleh kesatuan data yang memiliki relevansi kuat dengan kata kunci. Pada tahap selanjutnya, analisis data dilakukan secara simultan pada aplikasi Brand24 dan Microsoft Excel guna pengecekan data dan konfirmasi data yang dapat dianalisis secara lebih lanjut. Hasil dari analisis ini adalah gambar dan grafik yang dapat digunakan untuk proses analisis selanjutnya.

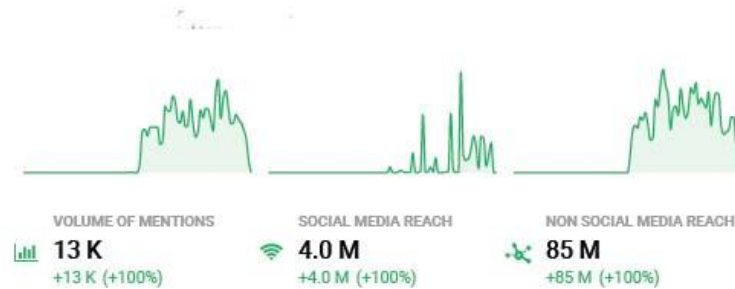
## **Hasil Temuan dan Diskusi**

Pada bagian ini akan dilakukan beberapa bentuk paparan dan analisis volume yang menganalisis jumlah atau kuantitas penyampaian (mention) kata kunci tertentu, analisis profile yang menganalisis kategori tema dan pihak yang intens dalam melakukan perbincangan dan analisis sentimen yang menganalisis substansi perbincangan yang bermakna positif, negatif atau netral.

### **Analisis Volume dan Distribusi**

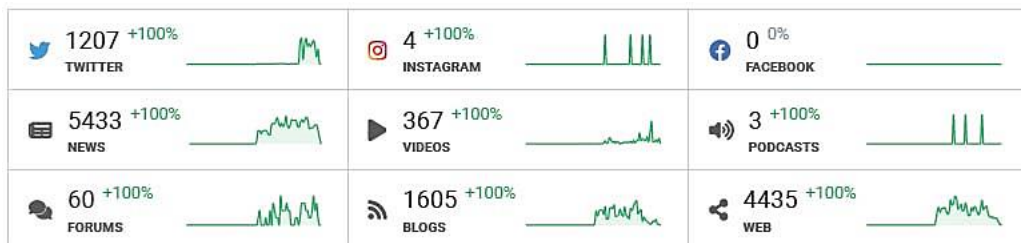
Pada bagian ini dijelaskan perihal analisis volume yang menandakan jumlah atau kuantitas penyampaian (mention) kata kunci tertentu pada media sosial dan non media sosial, termasuk jangkauan pengikut dari aktor yang memperbincangkan topik tersebut (Mazer et al., 2015). Pada topik pembangunan infrastruktur ini diperoleh data volume mention sebesar 13 ribu kali, sementara jangkauan pada

sosial media memiliki volume 4.0 juta dan pada non sosial media memiliki jangkauan sebesar 85 juta. Jangkauan ini menandakan topik tersebut lebih dominan berada pada area pemberitaan media masa ketimbang area perbincangan di sosial media.



**Gambar 1:** Volume Mention Topik Pembangunan Infrastruktur

Komposisi volume pada gambar 1 tersebut menunjukkan jika topik pembangunan infrastruktur lebih banyak diperbincangkan pada non sosial media. Cakupannya adalah kantor berita online resmi, weblog dan beragam situs web yang lainnya. Hal ini menunjukkan jika topik tersebut lebih banyak dikemas secara formal dan menjadi perbincangan yang resmi, cenderung ilmiah meskipun populer. Selanjutnya dapat dicermati secara lebih spesifik berdasarkan jenis media dan sosial media yang digunakan untuk menggali perbincangan terkait topik tersebut. Hal ini dilakukan guna mencermati media apa saja yang paling dominan terjadi percakapan terkait topik itu. Data yang diperoleh disajikan dalam gambar berikut:



**Gambar 2:** Volume Mention Pada Berbagai Kategori Media

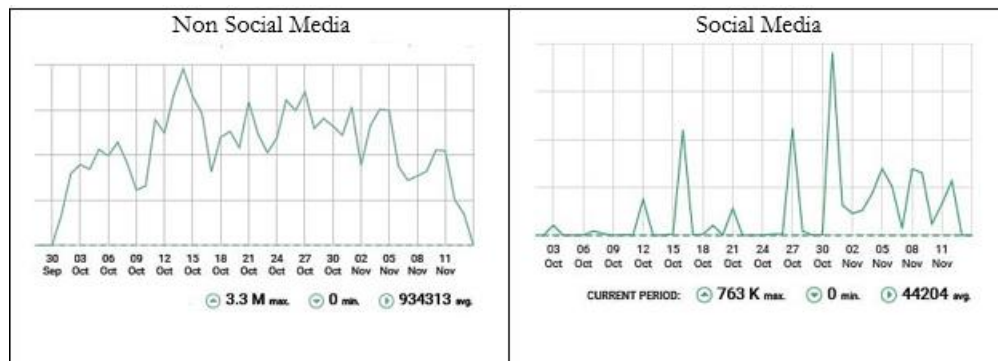
Dari gambar tersebut nampak jika media yang paling dominan adalah berita (5433) dan web (4435). Hal ini menunjukkan jika topik pembangunan infrastruktur lebih dominan diperbincangkan pada media massa dengan motornya adalah kantor berita nasional dan lokal, sementara itu wilayah sosial media yang diwakili oleh beberapa aplikasi, forums, blog, video (youtube) dan podcast memiliki porsi yang lebih sedikit memperbincangkan topik itu. Topik pembangunan infrastruktur nampak tidak menjadi perbincangan yang viral pada media sosial, hal ini dapat dipahami karena intentitas topik lainnya yang lebih menyorot perhatian misalnya penanganan pandemi dan beberapa isu lainnya. Kecenderungan tren yang terjadi dalam diskusi publik senantiasa berubah dan menghasilkan dinamika diskusi pada ruang publik (Macnamara & Kenning, 2011). Ada dua jenis utilitas utama yang

memotivasi pengguna memuat atau merespon konten di sosial media: utilitas intrinsik dan utilitas terkait citra (Toubia & Stephen, 2013). Kedua jenis utilitas ini menimbulkan prediksi yang berbeda mengenai apakah pengguna harus meningkatkan kontribusi mereka ketika jumlah pengikut mereka meningkat. Seringkali utilitas terkait citra lebih besar mendorong mereka untuk aktif memperbincangkan suatu topik di sosial media (Dimitriu & Guesalaga, 2017). Selanjutnya lebih menarik lagi bila perbincangan topik tersebut dicermati berdasarkan periode waktu guna mengetahui intensitas perbincangan pada momentum tertentu. Adapun data yang diperoleh dapat dicermati dari gambar dibawah ini:



**Gambar 3:** Total Volume of Mention Topik Pembangunan Infrastruktur

Mencermati gambar tersebut, nampak beberapa fluktuasi perbincangan yang terkait dengan beberapa momentum, diantaranya; (1). Pada tanggal 3-9 Oktober terkait dengan acara Pekan Olahraga Nasional yang dilaksanakan di Provinsi Papua dan pengangkatan Luhut Binsar Panjaitan sebagai Ketua Komite Kereta Cepat, (2). Pada tanggal 10-15 Oktober terkait dengan Bali yang kembali membuka penerbangan Internasional, terbitnya kebijakan yang mempersingkat masa karantina dan peresmian (ground breaking) beberapa proyek pembangunan oleh Presiden Jokowi (3). Pada tanggal 18-21 Oktober terkait dengan pemberlakuan ganjil genap, kondisi utang Garuda dan hukuman bagi pegawai BPN yang terlibat mafia tanah, (4). Pada tanggal 24-27 Oktober terkait dengan pemberlakuan syarat PCR bagi perjalanan jauh dan perbincangan seputar penanganan aplikasi pinjaman online ilegal (5). Pada tanggal 28 oktober-4 November terkait dengan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN ke-38 dan 39 dan Pidato Presiden Jokowi di KTT G-20 tentang penguatan arsitektur kesehatan global. Analisis ini akan menjadi lebih menarik jika dicermati secara lebih spesifik lagi terhadap dua kategori besar media yang dianalisis. Data yang menyajikan perihal tersebut dapat dilihat dari gambar dibawah ini:



**Gambar 4:** Komparasi *Volume of Mention* di Media sosial dan Non Media sosial

Dari gambar tersebut nampak fluktuasi yang lebih intensif terjadi pada perbincangan di *non media sosial*, dimana kategori ini mencakup media massa pemberitaan, situs media kantor berita nasional dan daerah. Sementara itu, pada lingkup media sosial hanya terlihat beberapa momentum dimana terjadi lonjakan perbincangan, misalnya pada tanggal 15-18 Oktober yang terkait dengan peresmian (*ground breaking*) beberapa proyek pembangunan oleh Presiden Jokowi, pada tanggal 27 Oktober 2021 yang terkait dengan kebijakan persyaratan PCR untuk perjalanan jauh dan pidato Presiden Jokowi di KTT Asean. Pada tanggal 1-2 November terjadi lonjakan perbincangan yang tajam terkait syarat PCR bagi perjalanan jauh dan perbincangan seputar Presiden Jokowi dan KTT G-20 dimana presiden Indonesia menyampikan pidato tentang pembangunan arsitektur kesehatan global. Pada momen itu Presiden Jokowi menjelaskan bahwa mekanisme untuk meningkatkan sumber daya kesehatan global harus disusun, jangkauannya mencakup dana, vaksin, obat-obatan, peralatan medis, hingga petugas kesehatan yang siap dikerahkan kapan saja untuk membantu negara-negara yang mengalami krisis kesehatan (Setkab RI, 2021).

### Analisis Profile Tema dan Pelaku

Pada bagian ini diuraikan analisis terkait dengan profile tema dan pihak yang intens dalam melakukan perbincangan terkait topik pembangunan infrastruktur. Pada bagian awal dianalisis kelompok kata (*wordcloud*) yang mengindikasikan kata kunci yang paling intens bersinggungan dengan topik pembangunan infrastruktur. Adapun gambar dari kelompok kata tersebut disajikan dalam gambar berikut:

pengembangan sejumlah tahun karnis nasional langsung negara tengah wilayah kementerian rakyat kawasan bupati berbagai membangun kota terus memberikan jadi disampaikan menyampaikan baik perekonomian pihak secara ekonomi kerja pertama badan dilaksanakan daerah indonesia satu hari dilakukan memiliki dukungan bidang meningkatkan ujar post terkait dua rumah wakil lembaga umum kata kecamatan berjalan maju covid masyarakat pandemi appeared tingkat informasi mengatakan hadir dina sesuai sumber salah ketua diharapkan mendukung terutama desa jalan utama menjadi kepala dana kabupaten untuk warga mendapatkan program khusus termasuk melakukan pelaksanaan baru anggota besar pendidikan pusat peningkatan penting kondisi media oktober ujanya provinsi layanan atas anggaran pekerjaan kegiatan berharap

**Gambar 5:** *Wordcloud* Kata Kunci Perbincangan Bertopik Pembangunan Infrastruktur



Dari gambar tersebut, nampak beberapa pengelompokan tema, diantaranya: (1). Institusi dan lingkup pemerintahan, misalnya: kementerian, bupati, kecamatan, desa, kota, kabupaten, dan provinsi. Kata kunci ini mencerminkan pihak dalam lingkup yang menjadi topik perbincangan dalam topik pembangunan infrastruktur. (2).Aktivitas atau kegiatan tertentu, misalnya: pengembangan, membangun, memberikan, menyampaikan, meningkatkan, mendukung, mendapatkan dan melakukan. Kata kunci ini mencerminkan beragam upaya yang dilakukan oleh berbagai pihak dalam perbincangan bertopik pembangunan infrastruktur, dan (3). Objek atau kata yang bersifat khusus, misalnya: covid, pandemi, jalan, dana, program, kondisi, layanan, anggaran dan kegiatan. Kata kunci ini mencerminkan konteks perbincangan yang beragam dengan berbagai arah perbincangan namun masih dalam topik pembangunan infrastruktur.

Selanjutnya perlu dilakukan analisis terhadap profil yang paling aktif dalam lingkup sosial media dan non sosial media. Hal ini dilakukan guna mengetahui pihak pihak yang paling intens terhadap topik perbincangan pembangunan infrastruktur. Data yang diperoleh terhadap profil tersebut disajikan pada gambar berikut ini:

	PROFILE	SOURCE	REACH	MENTIONS
1	Jadego_BDL		463	42
2	IqbalMasriDjan		268	12
3	Harimau08623804		6	12
4	UntungSatuagar		392	10
5	roky525		154	8
6	bhineka_indo		672	7
7	UsabokoYakob		72	7
8	ranioktavian92		80	6
9	Yustinu5		31	6
10	BeritaNew3		17	6
11	sisaguss		88	5
12	LapanganHitam		N/A	5
13	KangGal00341800		79	5
14	Waskita Nusantara		N/A	4
15	Masker Rider		N/A	4
16	Squad NKRI		N/A	4
17	Satu Juang		N/A	4
18	temgaco		3152	4
19	ocha_ivy		343	4
20	gerilyapapua		34	4

**Gambar 6:** Profil Sosial Media Paling Aktif

Dari gambar tersebut nampak jika akun jadego\_BDL, IqbalMasriDjan, Harimau08623804, bhineka\_indo, roky525 dan UntungSatuagar menjadi profil yang paling aktif memberikan respon dalam perbincangan bertopik pembangunan infrastruktur. Profil ini sekaligus memiliki jangkauan yang paling dominan, yang bermakna banyak akun lain yang merespon pembicaraan atau komentar mereka. Apabila dicermati secara lebih mendalam maka diketahui jika beberapa profile tersebut merupakan akun bisnis yang sangat aktif mengelola postingan berdasarkan topik yang viral guna menghasilkan intensi yang tinggi kepada produk mereka,

contohnya profile Jadego\_BDL. Sementara itu diketahui beberapa profil seperti IqbalMasriDjan, UntungSatuagar dan bhineka\_indo merupakan tokoh yang sangat aktif menyampaikan berita dan komentar positif tentang pembangunan di Indonesia. Selain mencermati profil pada sosial media, perlu juga dilakukan analisis terhadap profile non sosial media dimana beberapa kantor berita nampak menjadi motor dalam perbincangan dengan topik pembangunan infrastruktur. Data profile tersebut dapat dicermati pada gambar berikut ini:

	PROFILE	SOURCE	VOICE SHARE	INFLUENCE
1	tvOneNews	▶	11.087%	446 000
2	CNN Indonesia	▶	10.913%	439 000
3	detikcom	▶	8.534%	343 267
4	kompascom	▶	8.209%	330 196
5	BeritaSatu	▶	5.469%	220 000
6	AzzamIzzulhaq	▶	5.131%	206 400
7	VIVAcooid	▶	4.38%	176 204
8	Official iNews	▶	3.729%	150 000
9	KemenPU	▶	1.783%	71 733
10	KemenkeuRI	▶	1.477%	59 414
11	detikfinance	▶	1.195%	48 062
12	Bisniscom	▶	1.095%	44 032
13	kompasiana	▶	0.978%	39 353
14	PDI_Perjuangan	▶	0.974%	39 162
15	CNBC Indonesia	▶	0.962%	38 700
16	S4fitr1HS	▶	0.947%	38 100
17	hariankompas	▶	0.884%	35 564
18	muchlis_ar	▶	0.88%	35 400
19	Beritasatu	▶	0.848%	34 109
20	republikaonline	▶	0.825%	33 188

**Gambar 7:** Top Profile Public Non Sosial Media

Berdasarkan data tersebut, nampak beberapa kantor berita nasional memiliki porsi voice share yang tinggi dalam perbincangan tentang pembangunan infrastruktur, diantaranya Tv One, CNN Indonesia, detikcom, kompascom, BeritaSatu, Vivacoid dan Official iNews. Sementara itu terdapat beberapa profil lainnya yang turut aktif memperbincangkan topik pembangunan infrastruktur, seperti AzzamIzzulhaq, KemenPU, KemenkeuRI dan PDI\_Perjuangan. Profil ini merupakan akun dari lembaga negara, lembaga politik dan tokoh politik yang berada di legislatif nasional. Merujuk kepada data itu maka dapat dipahami jika lembaga negara memiliki kepentingan komunikasi politik yang secara serius dikelola oleh mereka guna tersampainya misi pembangunan infrastruktur secara baik kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan fungsi lembaga pemerintah yang aktif mengelola informasi di media sosial, menciptakan loyalitas terhadap pemerintah (Neri et al., 2012).

### Analisis Sentimen Topik Pembangunan Infrastruktur

Analisis Sentimen adalah proses menentukan apakah sepotong tulisan itu bermakna positif, negatif atau netral. Analisis sentimen adalah aktivitas analisis teks yang menggabungkan Natural Language Processing (NLP) dan teknik pembelajaran mesin untuk menetapkan nilai sentimen pada suatu entitas, topik, tema, dan kategori dalam kalimat atau frasa. Analisis sentimen membantu analisis data dalam organisasi untuk mengukur opini publik, melakukan riset pasar, memantau reputasi, dan memahami pengalaman pelanggan. Dalam analisis sentimen ini akan dilakukan identifikasi komposisi kata kunci terkait topik pembangunan infrastruktur, dalam bahasa sosial media kata kunci ini lebih dikenal sebagai hastag. Berdasarkan data yang telah digali maka dapat disajikan komposisi kata kunci tersebut dalam gambar dibawah ini:

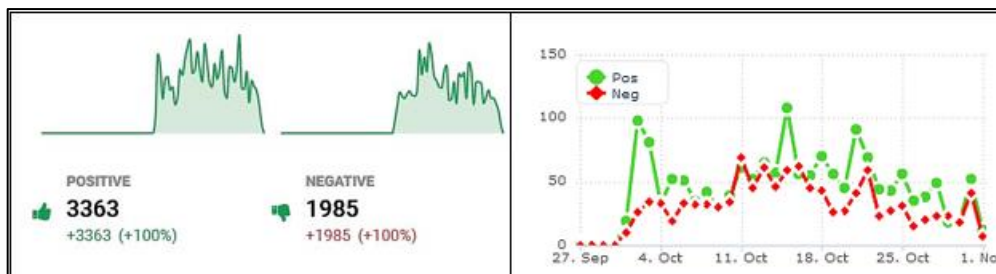
	HASHTAG	MENTIONS
1	#papuaindonesia	126
2	#jokowinewindonesia	68
3	#jokowithehero	60
4	#komunikasi	42
5	#jkwbooknewindonesia	24
6	#prokestetapditerapkan	21
7	#kawanpajak	9
8	#indonesiamaju	8
9	#sobatrbpn	8
10	#jokowi	7
11	#jokowiyesss	6
12	#jokowimembangunindonesia	6
13	#jokowisekalilagi	6
14	#menujuindonesiamaju	6
15	#jokowi2periode	6
16	#pembangunan	5
17	#papua	4
18	#jokowierickbangunmandalika	4
19	#pdiperjuangan	3
20	#jagakeamanannegeri	3

**Gambar 8:** *Trending Hashtag* Topik Pembangunan Infrastruktur

*Trending hashtag* ini menunjukkan kata kunci yang sering digunakan publik untuk mengakumulasi perhatian terhadap suatu isu. Dalam konteks topik pembangunan infrastruktur, dari 20 hastag yang teridentifikasi dapat dicermati beberapa kata kunci yang dominan digunakan, diantaranya: #papuaindonesia, #jokowinewindonesia, #jokowithehero, #jokowibooknewindonesia dan #prokestetapditerapkan. Komposisi dari hastag tersebut menunjukkan dukungan publik terhadap pembangunan di Papua dan menyoroti kepemimpinan Presiden Jokowi dalam beragam proyek pembangunan di seluruh Indonesia. Disamping itu nampak juga beberapa kata kunci lainnya yang digunakan dalam hastag tersebut, diantaranya; #kawanpajak, #sobatrbpn dan #jokowierickbangunmandalika. Keseluruhan kata kunci ini mengindikasikan dukungan terhadap isu pajak untuk

pembangunan, pengadaan tanah untuk pembangunan yang masif di masa presiden Jokowi dan proyek pembangunan Sirkuit Internasional Mandalika sebagai upaya untuk membangun destinasi pariwisata baru di Indonesia. Perlu dipahami bahwa ada beragam motif atau niat masyarakat untuk aktif dalam perbincangan di media online, sebagian besar dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif (Hwang & Kim, 2015). Norma subjektif dalam hal ini mengacu pada keyakinan bahwa orang penting atau sekelompok orang akan menyetujui dan mendukung perilaku tertentu. Norma subjektif ditentukan oleh tekanan sosial yang dirasakan dari orang lain bagi seorang individu untuk berperilaku dengan cara tertentu dan motivasi mereka untuk mematuhi pandangan orang-orang itu (Ham et al., 2015).

Selanjutnya perlu dilakukan analisis terhadap sentimen yang terjadi dalam komposisi pemberitaan di media dan komentar publik di sosial media. Analisis sentimen mengacu pada metode pemrosesan data berbasis komputasi dan bahasa program tertentu yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengekstrak atau mengkarakterisasi informasi subjektif, seperti pendapat, yang diungkapkan dalam bagian teks tertentu (Beigi et al., 2016). Data seperti posting web, Tweet, video, dan semua pendapat mengungkapkan berbagai topik dan peristiwa, menawarkan peluang besar untuk mempelajari dan menganalisis pendapat dan sentimen manusia. Analisis sentimen pada artikel ini dilakukan secara komparatif dengan mencermati jenis media: media massa dan sosial media, serta analisa secara periode waktu yang diwakili oleh momentum yang terjadi pada periode waktu tersebut. Data yang diperoleh disajikan dalam gambar berikut:



**Gambar 9:** Distribusi dan Fluktuasi Sentimen Media dan Publik

Berdasarkan gambar diatas, volume sentimen positif nampak dominan jumlahnya (3363) sementara volume sentimen negatif masih jauh dibawahnya (1985). Apabila diamati secara periodik nampak fluktuasi yang terjadi sejak September 2021 hingga November 2021. Ada beberapa momentum terjadinya kenaikan volume sentimen tersebut, diantaranya: (1). Momentum pembukaan acara Pekan Olahraga Nasional di Provinsi Papua, beberapa media intens menyajikan berita tentang pembangunan di Papua sebagai bagian dari ulasan terhadap kegiatan nasional tersebut. Pembangunan jalan, jembatan yang megah dan stadion megah tempat pembukaan PON dilaksanakan nampak menjadi topik pembicaraan di media. (2). Momentum diterbitkannya Surat Edaran (SE) Nomor 20 Tahun 2021 tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Internasional Pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) yang berlaku mulai 14 Oktober 2021. Dalam peraturan tersebut karantina yang semula harus dilaksanakan 8×24 jam kini berubah menjadi 5×24 untuk seluruh jenis pelaku perjalanan. Adanya kebijakan ini

berimplikasi terhadap intensi masuknya wisatawan, pekerja ataupun pendatang asing ke Indonesia. Respon publik nampak khawatir dan muncul dugaan yang terkait dengan keseriusan pemerintah dalam pencegahan gelombang 3 Covid-19. Publik membandingkan dengan keseriusan pemerintah dalam melaksanakan pembangunan Infrastruktur yang dianggap sangat konsisten meskipun masih di masa pandemi. Namun demikian meskipun respon yang muncul di media dan sosial media nampak fluktuatif, namun nampak lebih dominan volume sentimen yang positif. (3). Momentum Pengangkatan Luhut Binsar Panjaitan sebagai Ketua Komite Kereta Cepat Jakarta-Bandung. Momentum tersebut memunculkan beragam respon publik yang terjadi dalam rentang tanggal 19-24 Oktober.

Sentimen positif muncul dalam beragam komentar yang mengkaitkannya dengan upaya pembangunan infrastruktur utama yang akan menjadi penanda kemajuan bangsa. Sementara sentimen negatif muncul dalam respon publik yang mengaitkannya dengan pembengkakan utang negara, rangkap jabatan Luhut Binsar Panjaitan, dan komentar tentang urgensi dilanjutkannya proyek tersebut. Namun demikian, berdasarkan komposisi volume sentimen tersebut, nampak sentimen positif lebih dominan. Hal ini menandakan sebagian besar pemberitaan di media dan komentar publik di sosial media masih mendukung proyek pembangunan tersebut. Hal ini memberikan implikasi positif mengingat perbincangan yang terjadi di media sosial berkaitan dengan peningkatan modal sosial yang memoderasi hubungan antara penggunaan media sosial dan partisipasi gerakan sosial (Hwang & Kim, 2015). Semakin baik arah perbincangan yang terjadi akan menjaga modal sosial antar pihak yang diperbincangkan tetap terjaga dan mengurangi potensi gerakan negatif yang mungkin terjadi.

## **Simpulan**

Hasil dari analisis yang dilakukan menyimpulkan; pada topik pembangunan infrastruktur ini diperoleh data volume mention sebesar 13 ribu kali, dimana media yang paling dominan adalah non sosial media dengan komposisi kantor berita (5433) dan web (4435), sementara itu wilayah sosial media yang diwakili oleh beberapa aplikasi, forums, blog, video (youtube) dan podcast memiliki porsi yang lebih sedikit memperbincangkan topik itu. Sementara itu, analisis profile pada sosial media mengidentifikasi beberapa akun bisnis yang sangat aktif mengelola postingan berdasarkan topik yang viral guna menghasilkan intensi yang tinggi kepada produk mereka. Kemudian, diketahui beberapa profil merupakan tokoh yang sangat aktif menyampaikan berita dan komentar positif tentang pembangunan di Indonesia. Pada sisi lain, berdasarkan data top profile pada non sosial media nampak beberapa kantor berita nasional memiliki porsi voice share yang tinggi dalam perbincangan tentang pembangunan infrastruktur. Identifikasi terhadap hastag dalam lingkup topik pembangunan infrastruktur teridentifikasi 20 hastag yang dapat dicermati dari beberapa kata kunci yang dominan digunakan. Sebagian besar kata kunci ini mengindikasikan dukungan terhadap isu pajak untuk pembangunan, pengadaan tanah untuk pembangunan yang masif di masa presiden Jokowi dan proyek pembangunan Sirkuit Internasional Mandalika sebagai upaya untuk membangun destinasi pariwisata baru di Indonesia. Sementara itu,

berdasarkan analisis terhadap sentimen yang terjadi, nampak sentimen positif lebih dominan. Hal ini menandakan sebagian besar pemberitaan di media dan komentar publik di sosial media masih mendukung proyek pembangunan infrastruktur yang dilakukan Presiden Joko Widodo.

Kajian ini sangat berpotensi digunakan untuk kebutuhan ilmiah dan praktis. Bagi kebutuhan ilmiah dapat bermanfaat bagi pengembangan analisis monitoring media bagi pembaharuan konseptual terkait bahasan komunikasi politik, komunikasi pembangunan dan kajian new media. Sementara secara praktis dapat bermanfaat bagi pengelolaan aktivitas komunikasi politik atau komunikasi pemerintah yang berkaitan dengan penggunaan media sosial ataupun non media sosial. Di masa mendatang diharapkan monitoring media dapat menjadi salah satu bagian dalam proses diseminasi dan implementasi kebijakan pemerintah.

### Daftar Pustaka

- Angelina, D., & Wahyuni, K. T. (2021). Pengaruh Infrastruktur Ekonomi dan Sosial terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, 2015-2019. *Seminar Nasional Official Statistics*, 2021(1), 733–742. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2021i1.1025>
- Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 249–268.
- Beigi, G., Hu, X., Maciejewski, R., & Liu, H. (2016). An Overview of Sentiment Analysis in Media sosial and Its Applications in Disaster Relief. In W. Pedrycz & S.-M. Chen (Eds.), *Sentiment Analysis and Ontology Engineering: An Environment of Computational Intelligence* (pp. 313–340). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-30319-2\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-319-30319-2_13)
- CNBC Indonesia. (2019, October 14). *5 Tahun Jokowi, Infrastruktur Capai Target Nggak Ya?* <https://www.cnbcindonesia.com/news/20191014145618-4-106825/5-tahun-jokowi-infrastruktur-capai-target-nggak-ya>
- CNN Indonesia. (2020, August 24). *Butuh Dana Rp6.445 T untuk Infrastruktur Era Jokowi Jilid II.* *Ekonomi*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200824203840-532-538839/butuh-dana-rp6445-t-untuk-infrastruktur-era-jokowi-jilid-ii>
- Dimitriu, R., & Guesalaga, R. (2017). Consumers' Media sosial Brand Behaviors: Uncovering Underlying Motivators and Deriving Meaningful Consumer Segments. *Psychology & Marketing*, 34(5), 580–592. <https://doi.org/10.1002/mar.21007>
- Effendi, M. W., Hendra, Y., & Matondang, A. (2019). Persepsi Masyarakat tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram @humas\_pemkomedan. *PERSPEKTIF*, 8(1), 20–26. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v8i1.2541>
- Fill, M., & Fill, T. (2018). Media Monitoring as an Element of Strategic Business Management. *Social Communication. Online Journal, Special Issue*, 69–75.

- Ham, M., Jeger, M., & Frajman Ivković, A. (2015). The role of subjective norms in forming the intention to purchase green food. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 28(1), 738–748. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2015.1083875>
- Hasnawati, S., & Salamah, U. (2017). The evaluation of the transformation of government public relations in the new media era. *Proceeding of International Conference on Communication, Culture and Media Studies (CCCMS)*, 2(2), Article 2. <https://journal.uui.ac.id/CCCMS/article/view/9195>
- Hastangka, H. (2021). Doktrin Filsafat Politik Jokowi Dan Janji Nawacita (Mengurai Gagasan Revolusi Mental). *Jurnal Pancasila*, 1(2), 39–44.
- Hwang, H., & Kim, K.-O. (2015). Media sosial as a tool for social movements: The effect of media sosial use and social capital on intention to participate in social movements. *International Journal of Consumer Studies*, 39(5), 478–488. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12221>
- James, O., & Van Ryzin, G. G. (2017). Motivated Reasoning about Public Performance: An Experimental Study of How Citizens Judge the Affordable Care Act. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 27(1), 197–209. <https://doi.org/10.1093/jopart/muw049>
- Kementerian Sekretariat Negara. (2019, November 14). *Presiden Jokowi Ungkap Pentingnya Pembangunan Infrastruktur bagi Indonesia | Sekretariat Negara*. [https://www.setneg.go.id/baca/index/presiden\\_jokowi\\_ungkap\\_pentingnya\\_pembangunan\\_infrastruktur\\_bagi\\_indonesia](https://www.setneg.go.id/baca/index/presiden_jokowi_ungkap_pentingnya_pembangunan_infrastruktur_bagi_indonesia)
- Macnamara, J., & Kenning, G. (2011). E-Electioneering 2010: Trends in Media sosial Use in Australian Political Communication. *Media International Australia*, 139(1), 7–22. <https://doi.org/10.1177/1329878X1113900104>
- MarketingHUB, I. (2019, May 3). Brand24 Review—2021 | Brand24 Pricing & Features. *Influencer Marketing Hub*. <https://influencermarketinghub.com/brand24/>
- Mazer, J. P., Thompson, B., Cherry, J., Russell, M., Payne, H. J., Gail Kirby, E., & Pfohl, W. (2015). Communication in the face of a school crisis: Examining the volume and content of media sosial mentions during active shooter incidents. *Computers in Human Behavior*, 53, 238–248. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.040>
- Nekrasov, Y., Sakhvadze, I., & Chirun, S. (2021). The image of regional government in the context of digital transformations and networked political technologies (on the example of Kuzbass). *E3S Web of Conferences*, 291, 01007. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202129101007>
- Neri, F., Aliprandi, C., Capeci, F., Cuadros, M., & By, T. (2012). Sentiment Analysis on Media sosial. *2012 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*, 919–926. <https://doi.org/10.1109/ASONAM.2012.164>
- Nguyen, X.-D., Nguyen, M.-D., Tran, M.-V., Phan, X.-H., & Pham, S. B. (2017). VNU-SMM: A media sosial monitoring framework on vietnamese online

- news. *2017 4th NAFOSTED Conference on Information and Computer Science*, 269–274. <https://doi.org/10.1109/NAFOSTED.2017.8108076>
- Nugraha, A. (2018). *Politik Pembangunan Era Jokowi (Studi: Peran Pemerintah Tiongkok dalam Pembangunan Infrastruktur di Indonesia)*. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/5940>
- Perakakis, E., Mastorakis, G., & Kopanakis, I. (2019). Media sosial Monitoring: An Innovative Intelligent Approach. *Designs*, 3(2), 24. <https://doi.org/10.3390/designs3020024>
- Pratama, A. B. (2017). Online-Based Local Government Image Typology: A Case Study on Jakarta Provincial Government Official YouTube Videos. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 16(1), 1–21. <https://doi.org/10.17477/jcea.2017.16.1.001>
- Rahman, H. (2018). POTRET PERTUMBUHAN EKONOMI, KESENJANGAN DAN KEMISKINAN DI INDONESIA DALAM TINJAUAN EKONOMI POLITIK PEMBANGUNAN. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 40(55), Article 55. <https://doi.org/10.47313/jib.v40i55.409>
- Salim, W., & Negara, S. D. (2019). 9. Infrastructure Development under the Jokowi Administration: Progress, Challenges and Policies. In *The Indonesian Economy in Transition* (pp. 239–265). ISEAS Publishing. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1355/9789814843102-012/html>
- Saputro, A., & Taufiqurrahman. (2021). Investasi dalam Bingkai Politik Luar Negeri Pemerintahan Jokowi Jilid Satu dan Dampaknya bagi Masyarakat Indonesia. *Perspektif*, 10(2). <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4612>
- Saragih, M. W. (2020). The Relevance Of Trisakti Soekarno Concept With Nawacita In Jokowi-Jk Government. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 10(2), 66–78. <https://doi.org/10.35335/ijosea.v10i2.15>
- Setkab RI. (2021, October 30). *President Jokowi Pushes for Strengthening of Global Health Architecture*. Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. <https://setkab.go.id/en/president-jokowi-pushes-for-strengthening-of-global-health-architecture/>
- Soleman, M., & Noer, M. (2017). NAWACITA SEBAGAI STRATEGI KHUSUS JOKOWI PERIODE OKTOBER 2014-20 OKTOBER 2015. *POLITIK*, 13(1), Article 1. <http://journal.unas.ac.id/politik/article/view/236>
- Toubia, O., & Stephen, A. T. (2013). Intrinsic vs. Image-Related Utility in Media sosial: Why Do People Contribute Content to Twitter? *Marketing Science*. <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0773>
- van Gelder, M. M. H. J., Rog, A., Bredie, S. J. H., Kievit, W., Nordeng, H., & van de Belt, T. H. (2019). Media sosial monitoring on the perceived safety of medication use during pregnancy: A case study from the Netherlands. *British Journal of Clinical Pharmacology*, 85(11), 2580–2590. <https://doi.org/10.1111/bcp.14083>