

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seluruh masyarakat dunia diresahkan dengan kemunculan virus Corona atau sering disebut sebagai Covid-19 yang berpusat di Kota Wuhan, China sejak setahun yang lalu dan ditetapkan sebagai pandemi global oleh (Organization, 2021). Virus tersebut menyebar dengan sangat cepat hampir ke semua negara, tak terkecuali Indonesia hanya dalam hitungan bulan. Kemunculan virus tersebut harus cepat diatasi agar bisa dikendalikan secara efektif dan tepat sasaran.

Akibat dari serangan virus tersebut menyebabkan angka positif Covid-19 di dunia tercatat kurang lebih sebanyak 5.027.183 korban jiwa meninggal dunia dan 248.467.363 korban jiwa positif menurut WHO. Sedangkan di Indonesia sendiri, sampai saat ini telah tercatat sebanyak 143.519 korban jiwa meninggal dunia dan 4.247.721 korban jiwa positif (Covid-19, 2021).

Global	Indonesia
Negara	Positif
226	4.247.721
Terkonfirmasi	Sembuh
248.467.363	4.093.208
Meninggal	Meninggal
5.027.183	143.534
Update Terakhir: 06-11-2021	Update Terakhir: 06-11-2021
Sumber: WHO	

Gambar 1.1 Data Sebaran Covid-19

Sumber: (<https://covid19.go.id>), diakses pada tanggal 06 November 2021
pukul 17.10 WIB

Jika penyebaran virus semakin meluas maka akan memberikan dampak yang negatif sehingga pemerintah harus secepatnya mencari solusi untuk

menangani krisis tersebut. Di sisi lain, setiap individu masih memiliki kepentingannya tersendiri untuk menjalankan aktifitasnya baik melakukan perjalanan di dalam negeri maupun luar negeri. Berdasarkan data yang dilansir melalui Badan Pusat Statistik jumlah penumpang pesawat keberangkatan pada penerbangan internasional tahun 2020 sebanyak 3.260.179 dan 2021 sebanyak 403.923 orang (Angkasa Pura, 2021).

TABEL 1.1
JUMLAH PENUMPANG PESAWAT DI BANDARA UTAMA

Bandara Utama	Jumlah Penumpang Pesawat di Bandara Utama (Orang)	
	Jumlah Tahun Keberangkatan pada Penerbangan Internasional	
	Tahun	
	2020	2021 (s.d. September)
Polonia	188473	3075
Soekarno Hatta	1517922	390386
Juanda	199102	8143
Ngurah Rai	1354682	2319

Sumber: (<https://www.bps.go.id/indicator/17/66/3/jumlah-penumpang-pesawat-di-bandara-utama.html>), diakses pada tanggal 06 November 2021 pukul 15.03 WIB

Dalam menyikapi hal tersebut, pemerintah yang merupakan otoritas paling tinggi dalam suatu negara juga turut aktif untuk menemukan cara terbaik dalam mempertahankan kelangsungan hidup warga negaranya. Sebagai langkah antisipatif pemerintah dalam mengurangi tingkat penyebaran virus untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 memberlakukan peraturan mulai dari hal sederhana seperti menginformasikan masyarakatnya untuk menjaga imunitas tubuh, menjaga kebersihan, memakai masker, menghindari kerumunan, memperbanyak minum air putih, serta berbagai anjuran lainnya sampai dengan memberlakukan peraturan bagi pelaku perjalanan baik warga

negara Indonesia (WNI) maupun warga negara asing (WNA) yang masuk ke negara Indonesia wajib melakukan karantina terlebih dahulu.

Satuan Tugas (Satgas) Penanganan Covid-19 menerbitkan Surat Edaran Nomor 8 Tahun 2021 tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Internasional pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dilatarbelakangi atas terjadinya peningkatan persebaran virus SARS-CoV-2 dan SARS-CoV-2 varian baru lainnya sehingga diperlukan ketentuan khusus bagi pelaku perjalanan internasional yang masuk ke wilayah Indonesia untuk memproteksi Warga Negara Indonesia (WNI) dari *imported case*. Penyebaran informasi terbaru disampaikan langsung melalui website Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. Dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas biasanya para wartawan mempublikasikannya melalui berita konvensional dan berita online. Selain itu, Presiden Joko Widodo juga turut membantu menginformasikan kebijakan tersebut melalui akun pribadi *social media* Twitter. Opini yang terdapat pada informasi tersebut memiliki respon yang cukup responsif.



Gambar 1.2 Informasi yang Disampaikan Presiden Jokowi

Sumber: (Media Sosial Twitter), diakses pada tanggal 27 Januari 2022
pukul 00.24 WIB



Gambar 1.3 Opini Publik terhadap Informasi yang Disampaikan Presiden Jokowi

Sumber: (Media Sosial Twitter), diakses pada tanggal 27 Januari 2022 pukul 00.24 WIB

Dengan adanya pemberlakuan kebijakan tersebut juga menimbulkan kontroversial pro dan kontra dari berbagai kalangan publik. Contoh kasus yang menimbulkan kontroversial salah satunya selebgram Indonesia yaitu Rachel Vennya yang kabur saat sedang menjalankan karantina. Selebgram tersebut diisukan kabur saat menjalani karantina pada hari ketiga, selain itu beliau satu kamar dengan pacarnya dan tidak melakukan karantina di hotel melainkan di Wisma Atlet yang seharusnya hanya boleh dihuni oleh Pekerja Migran Indonesia (PMI), pelajar/mahasiswa yang kembali ke Indonesia setelah mengikuti pendidikan atau melaksanakan tugas belajar di luar negeri, dan pegawai pemerintah yang kembali ke Indonesia setelah melaksanakan perjalanan dinas ke luar negeri (Muslikhin, 2021).



Gambar 1.4 Contoh Kasus Kontroversial yang Menimbulkan Pro dan Kontra

Sumber: (<https://www.klikanggaran.com/hiburan/pr-1151596433/rachel-vennya-tersangka-kasus-kabur-dari-karantina-terancam-1-tahun-penjara-dan-denda-rp100-juta?page=all>), diakses pada tanggal 09 November 2021 pukul 20.19 WIB

Berbagai opini atau pendapat juga diutarakan oleh masing-masing individu mengenai sistem tersebut. Terjadi banyak perdebatan mengenai tindakan pemerintah dalam mengatasi Covid-19 ini. Ada yang merasa tindakan pemerintah sangat lamban dan kurang tepat dengan kondisi masyarakat Indonesia, ada juga yang merasa sebaliknya. Perdebatan tersebut menyebar dalam berbagai bentuk, termasuk dalam bentuk cuitan di Twitter. Opini publik merupakan sebuah ekspresi yang dikeluarkan individu mengenai persoalan di lingkungan masyarakat terdapat tiga aspek, pertama ekspresi atau sikap yang diekspresikan, kedua isu yang mengandung pro dan kontra dan setuju atau tidak setuju, ketiga yang menyangkut dengan kemasyarakatan menurut Marian D. Irish dan James W. Prothro dalam (Mellisa, 2013).

Menurut Leonard W. Doob opini publik adalah sikap setiap masyarakat yang merupakan anggota dari sebuah masyarakat yang sama terhadap suatu permasalahan yang sama (Rahmawati, Fransilia, & Candrawati, 2013). Melalui sikap pribadi seseorang ataupun sebagai suatu kesatuan dalam kelompok menimbulkan suatu opini publik berdasarkan pengalaman dari dan dalam

kelompok tersebut yang menimbulkan banyaknya perdebatan dalam berbagai bentuk, termasuk dalam bentuk cuitan.

Agar *tweet* opini mengenai Karantina dapat muncul sebagai rekomendasi terkini atau terpopuler, diperlukan adanya kata kunci seputar Karantina atau memberikan kata kunci pada *tweet* yang disebarluaskan. Oleh karena itu jika seorang pengguna menyebarkan *tweet* dengan kata kunci mengenai ‘karantina’ maka pengguna tersebut dapat terlibat dan berinteraksi di dalamnya. Temuan dan analisa kata kunci tertentu dari *tweets* tersebut sesuai dengan pernyataan (Lestari, 2012) merupakan suatu petunjuk berupa kata kunci yang berfungsi sebagai pedoman penelusuran oleh peneliti bahwa informasi terkait dapat ditemukan pada sumber yang ditunjuk dalam penelitian.

Adapun dari proses *data mining* yang dihimpun dengan melakukan *social media monitoring* secara online dari *user* yang berasal dari *social media* Twitter dengan Platform Brand24 terhitung pada bulan Oktober - November 2021 terdapat 1.008 cuitan dengan kata kunci ‘karantina’. Banyaknya cuitan tentang pro dan kontra pada kebijakan pemerintah dalam menghadapi Covid-19 sehingga penulis harus melakukan evaluasi dengan cara menganalisis sentimen publik.

Brand24 merupakan situs yang dapat menghasilkan laporan statistik monitoring dari berbagai situs populer di Indonesia yang mampu untuk melihat pengguna *social media* populer seperti Facebook, Twitter, dan yang lainnya untuk melihat terkait perbincangan terbaru mengenai sebuah tren, brand, ataupun produk yang sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat di media online. Dengan penggunaan Brand24 untuk melakukan *social media monitoring* dapat memudahkan peneliti untuk menanggapi maupun sekedar melihat orang yang membicarakan terkait kata kunci ‘karantina’ maupun kata kunci lain yang sedang diteliti. Sehingga akan membuat peneliti merasa lebih leluasa untuk memantau opini publik di media online (Brand24).



Gambar 1.5 Jumlah Cuitan di Twitter

Sumber: (Brand24), diakses pada tanggal 19 November 2021 pukul 09.25 WIB

Menurut (Rozi, 2017) analisis sentimen juga sering disebut sebagai *opinion mining* yang merupakan sebuah proses untuk memahami, mengekstrak, dan mengolah data tekstual secara otomatis dengan tujuan untuk mengetahui sentimen yang terkandung dalam suatu kalimat opini. Analisis sentimen berguna untuk menentukan apakah opini atau komentar terhadap suatu permasalahan memiliki kecenderungan positif atau negatif sehingga dapat dijadikan sebagai suatu acuan dalam meningkatkan kualitasnya.



Gambar 1.6 Cuitan tentang Karantina di Twitter (Positif)

Sumber: (Media Sosial Twitter), diakses pada tanggal 07 November 2021
pukul 16.30 WIB



Gambar 1.7 Cuitan tentang Karantina di Twitter (Netral)

Sumber: (Media Sosial Twitter), diakses pada tanggal 07 November 2021
pukul 16.30 WIB



Gambar 1.8 Cuitan tentang Karantina di Twitter (Negatif)

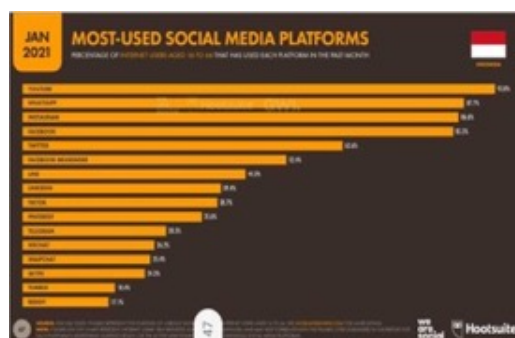
Sumber: (Media Sosial Twitter), diakses pada tanggal 07 November 2021
pukul 16.30

Dalam pengambilan data tersebut, penulis melakukan *social media monitoring* yang merupakan salah satu tugas Humas untuk membaca dan menganalisis beberapa *social media* untuk melihat bagaimana *feedback* masyarakat terhadap sebuah kebijakan. Banyaknya pengguna *social media* Twitter memungkinkan hampir setiap lapisan masyarakat Indonesia memiliki akun tersebut. Dengan begitu terdapat banyaknya opini dari masing-masing individu yang diutarakan ke publik. Sehingga memudahkan peneliti untuk melihat *tweets* yang diungkapkannya. Secara sederhana opini publik yang berkembang di masyarakat dapat dilakukan dengan melihat langsung dari

berbagai status serta komentar atas fenomena kebijakan karantina bagi pelaku perjalanan luar negeri yang bertebaran di *social media*. Kini banyaknya *social media* yang dapat menampilkan komentar para pengguna *social media* atas suatu fenomena sebagai komponen dari berita yang diangkatnya.

Pada akhirnya, fenomena tersebut dapat dimanfaatkan bagi penelitian ini yang akan dibatasi atas opini yang disampaikan pengguna *social media* kepada publik dengan memanfaatkan sistem informasi yaitu melakukan *social media monitoring* untuk mengelola data sentimen pada jejaring sosial sebagai representasi opini publik terhadap kebijakan yang dilakukan pemerintah. Di antara *social media* yang ada, Twitter menjadi pilihan utama dalam analisis sentimen opini publik ini.

Pengguna aktif *social media* pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar sepuluh juta penduduk atau sekitar 6.3% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Rata-rata masyarakat di Indonesia menghabiskan waktu selama tiga jam empat belas menit dalam sehari untuk menggunakan *social media*. Jika dilihat dari data yang telah diteliti oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* *social media* yang diminati oleh masyarakat di Indonesia dari urutan pertama yaitu Youtube, Whatsapp, Instagram, Facebook, Twitter, dan seterusnya. Salah satu *social media* yang digandrungi yaitu Twitter dengan presentase pengguna aktif sebanyak 63.6%. Berikut adalah data pengguna aktif media sosial di Indonesia.



Gambar 1.9 Data Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia

Sumber: (<https://twitter.com/ismailfahmi/status/1360821770257719296>),

diakses pada 20 Oktober 2021 pukul 23.15 WIB

Social media membebaskan individu untuk berpendapat, menyampaikan gagasan, dan mengeluarkan kritik. Setiap individu memiliki masalah privasinya tersendiri dalam hidup. Interaksi publik di *social media* akan berpotensi untuk memunculkan sebuah masalah atau konflik. Perubahan sosial tersebut akan membuat semakin mudahnya masyarakat umum untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan menggunakan *social media*, maka dengan hal ini juga komunikasi dan juga interaksi secara nyata akan semakin tidak membutuhkan untuk saling bertatap muka atau bertemu secara langsung dengan manusia lain (Purwanto, Media Sosial Bebas Awas Kebablasan, 2021).

Twitter banyak digunakan publik karena dapat mengeluarkan aspirasi dan juga untuk mengekspresikan diri melalui *tweet* menurut (Pratama, 2019). Selain itu *social media* Twitter juga sering sekali digunakan untuk menyampaikan pesan berupa pendapat atau opini publik yang membahas tentang bahasan yang menjadi *tranding topic* terkini (Adilah, Yuris, & Almira, 2020).

Keriuhan di *social media* menjadi konsumsi informasi bagi pejabat publik dan masyarakat dikarenakan *social media* menjadi palang utama dalam mendapatkan atau menyampaikan suatu informasi kepada kelompok atau publik. *Social media* memberikan ruang kebebasan tidak terbatas yang dijadikan sebagai kepentingan saat pandemi melanda di Indonesia bagi individu atau masyarakat dalam menyampaikan atau membagikan informasi. *Social media* membuat masyarakat Indonesia merubah cara berkomunikasi dengan mengedepankan moralitas (Purwanto, Media Sosial Bebas Awas Kebablas, 2021).

Salah satu kegunaan media bagi praktisi Humas yaitu melakukan *social media monitoring* terhadap isu-isu terkait mengenai kegiatan yang ada. Contohnya dalam pemberlakuan kebijakan karantina bagi pelaku perjalanan luar negeri terdapat opini-opini yang disampaikan oleh publik di *social media*. Menurut (Anisa, 2020) *social media monitoring* bermanfaat untuk membantu menentukan pengambilan kebijakan dan merupakan salah satu kegiatan yang penting dilakukan oleh seorang *public relations*.

Penelitian yang hampir sama mengenai analisis sentimen opini publik di *social media* banyak diteliti, salah satunya yaitu oleh Lady Joanne Tjahyana

(2019) dalam judul penelitian “Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas *Cryptocurrency Dogecoin* pada Twitter”. Penelitian tersebut menjelaskan tentang komunikasi di Komunitas *Cryptocurrency Dogecoin* pada *social media* Twitter tanggal 1 April – 9 Mei 2021 bertepatan dengan beberapa peristiwa penting yang terjadi menggunakan kata kunci “Doge” dan diambil menggunakan *social network analysis tools* Brand24 dan Netlytic untuk memahami pola interaksi dan komunikasi yang ada pada penelitian ini yaitu menggunakan metode netnografi. Dari penelitian yang dilakukan Lady Joanne Tjahyana memang sama-sama menggunakan Platform Brand24 dengan fokusnya untuk memahami pola interaksi dan komunikasi yang ada. Karena hal tersebut peneliti ingin melakukan penelitian yang memiliki fokus berbeda yaitu memahami opini yang disampaikan publik dengan data yang berbeda juga yaitu bagaimana opini publik terhadap kebijakan yang diterapkan pemerintah dan juga bagaimana ketepatan *tools* Brand24 untuk melakukan analisis sentimen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas yaitu dengan adanya situasi dan kondisi pandemi Covid-19 membuat pemerintah membuat kebijakan karantina bagi pelaku perjalanan luar negeri melibatkan banyak individu yang memiliki pendapat yang berbeda-beda sehingga menimbulkan kontroversi pro dan kontra. Dengan adanya kontroversi tersebut membuat peneliti ingin mengetahui penyebab setiap individu menimbulkan pendapat pro dan kontra untuk nantinya diklasifikasikan ke dalam sentimen positif dan negatif sehingga dapat membantu pemerintah untuk menyelesaikan kekurangannya. Selain itu juga, dalam melakukan *social media monitoring* menggunakan Platform Brand24 tersebut peneliti dapat melihat bagaimana ketepatan *tools* Platform Brand24. Maka penulis tertarik untuk menganalisis sentimen dalam mengidentifikasi dan mengkategorisasi opini mengenai kebijakan karantina. Data opini tersebut dibantu *social media monitoring analysis tools* Brand24 yang dikaji dari *social media* Twitter, oleh karena itu dapat diformulasikan judul penelitian dengan metode pendekatan kualitatif deskriptif berjudul “***Analisis Sentimen Opini Publik terhadap Kebijakan Karantina bagi Pelaku Perjalanan Luar Negeri melalui Social Media Twitter***”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi bagaimana opini publik terhadap kebijakan karantina bagi pelaku perjalanan luar negeri yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam mengurangi penyebaran Covid-19 dan juga bagaimana ketepatan *tools* Brand24 dalam melakukan *social media monitoring*.

1.3 Identifikasi Masalah

Masalah penelitian yang terdapat pada penelitian ini yaitu bagaimana publik menanggapi kebijakan karantina bagi pelaku perjalanan luar negeri dengan mengeluarkan opininya di media sosial Twitter, maka beberapa identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil sentimen positif dan negatif publik terhadap karantina pelaku perjalanan luar negeri melalui cuitan atau *tweet* yang didapatkan menggunakan *tools* Brand24?
2. Bagaimana ketepatan *tools* Brand24 dalam melakukan *social media monitoring* untuk menganalisis sentimen di *social media* Twitter?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana hasil sentimen positif dan negatif publik terhadap karantina melalui cuitan atau *tweet* yang didapatkan melalui menggunakan *tools* Brand24.
2. Untuk mengetahui bagaimana ketepatan dari *tools* Brand24 dalam melakukan *social media monitoring* untuk menganalisis sentimen *social media* Twitter.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini diantaranya:

1.5.1 Manfaat Teoritis

2. Diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi dan memberikan pembaruan pada bidang kajian terkait serta dapat dijadikan landasan untuk penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan atau bandingan bagi peneliti selanjutnya yang menggunakan tema yang sama.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dalam menganalisa dan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama masa perkuliahan, terutama dalam bidang *Public Relations*. Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai kecenderungan sentimen opini publik terhadap informasi pemerintah kepada publik serta dapat mengevaluasi kinerja pemerintah dalam mengatasi Covid-19.

2. Bagi Praktisi Hubungan Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat membantu praktisi hubungan masyarakat bagaimana menjaga citra baik bagi sebuah instansi pemerintah maupun swasta agar publik tidak menyampaikan opini negatif ke pihak eksternal. Selain itu, dapat memanfaatkan bagaimana kegunaan serta ketepatan pada platform Brand24 dalam melakukan *social media monitoring*.

3. Bagi Pemerintah Indonesia

Diharapkan penelitian ini dapat membantu pemerintah khususnya Satgas Covid-19 yang memegang tanggung jawab penuh terkait kebijakan karantina bagi pelaku perjalanan luar negeri untuk dapat dikembangkan dan memperbaiki kebijakan yang mereka miliki serta agar menjadi referensi dan penilaian agar kebijakan karantina yang ditetapkan pemerintah tersebut dapat diterima dengan baik oleh publik dan juga meningkatkan penyebaran informasi terkait

kebijakan karantina bagi pelaku perjalanan luar negeri di seluruh platform yang dimiliki.

4. Bagi *Tools* Brand24

Diharapkan penelitian ini dapat membantu *platform tools* Brand24 untuk menambahkan fitur yang belum ada atau memperbaiki fitur yang sudah ada agar *platform tools* Brand24 menjadi lebih baik.

5. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak lain untuk mengetahui bagaimana opini yang disampaikan oleh publik di *social media* Twitter dan ketepatan *tools* Brand24.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu yang dibutuhkan peneliti untuk melakukan penelitian ini dimulai dari bulan Noveber 2021 s/d Januari 2022. Kegiatan yang dilakukan selamam penelitian ini adalah sebagai berikut.

TABEL 1.2
WAKTU DAN TAHAPAN PENELITIAN

No.	Kegiatan Penelitian	2021			2022		
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1.	Menentukan Topik Penelitian						
2.	Pengumpulan Data						
3.	Pengolahan Data						
4.	Menyusun Proposal						
5.	Pendaftaran <i>Desk Evaluation</i>						
6.	Revisi <i>Desk Evaluation</i>						
7.	Menyusun Penelitian						
8.	Sidang Tugas Akhir						

Sumber: (Olahan Penulis, 2021)