

ABSTRAK

Analisis sentimen memudahkan penyesuaian serta peningkatan pengembangan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Salah satu dari program Kemendikbudristek yang cukup dikenal masyarakat saat ini adalah program pertukaran pelajar atau Indonesia International Student Mobility Awards atau IISMA yang berfokus dalam peningkatan pemahaman mahasiswa Indonesia pada keragaman akademik dan budaya internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sentimen publik mengenai program Kampus Merdeka IISMA menggunakan Brand24. Penelitian ini menggunakan teori persepsi publik untuk memahami bagaimana program IISMA dipersepsikan oleh publik dan bagaimana sentimen yang diekspresikan dapat mempengaruhi citra program tersebut. Penelitian ini menggunakan Pendekatan kualitatif dengan teknik analisis sentimen menggunakan brand24 yang masuk pada metode deskriptif untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai sentimen publik terhadap program Kampus Merdeka IISMA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tools dalam monitoring media sosial seperti Brand24 memungkinkan peneliti dan penyelenggara program untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang persepsi publik terhadap IISMA. Terdapat sentimen positif dan negatif yang beredar. Sentimen positif menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang mendukung program ini dan merasa bahwa IISMA memberikan manfaat yang signifikan, seperti kesempatan belajar di luar negeri, pengalaman internasional, dan pengembangan diri. Sentimen negatif juga muncul berkaitan dengan kritik dan keluhan yang ditemukan bisa terkait dengan berbagai aspek, seperti masalah administratif, kesulitan dalam proses seleksi, atau kurangnya dukungan finansial.

Kata Kunci : analysis tools brand24, iisma, sentimen publik