

Analisis Sentimen Komentar Audiens terhadap Tayangan 'LIVE - Anies dan Efek Kejut di Pilkada Jakarta | ROSI' pada Kanal YouTube KOMPASTV: Studi tentang Persepsi Publik di Media Digital.

<https://doi.org/10.25008/caraka>

DINA JUNIAR ANGGRAINI

Universitas Gunadarma - Indonesia

SEPTIAN DWI PUTRI

Universitas Gunadarma - Indonesia

MARIA

Universitas Gunadarma - Indonesia

Abstract

This study analyses audience sentiment toward the program "LIVE - Anies and Efek Kejut di Pilkada Jakarta | ROSI" on KompasTV's YouTube channel to understand public perception in digital discourse. Using a descriptive-exploratory approach, data consisting of 1,742 comments were collected via web scraping with Python and processed through preprocessing, translation, and sentiment classification using TextBlob. The analysis revealed that 53.1% of the comments were positive, 36.61% neutral, and 10.29% negative. A word cloud visualization highlighted the dominance of terms related to Anies Baswedan as the discussion's focal point. Furthermore, contextual and semantic analysis of several comments emphasized the limitations of automated classification in accurately capturing sentiment. The study underscores the necessity of integrating quantitative and qualitative methods to gain comprehensive insights into public opinion on digital platforms. These findings demonstrate the critical role of digital media, particularly YouTube, as an interactive arena for political communication. Keywords: Sentiment Analysis, Political Communication, Public Perception, YouTube, Pilkada 2024.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis sentimen komentar audiens terhadap tayangan "LIVE - Anies dan Efek Kejut di Pilkada Jakarta | ROSI" di kanal YouTube KompasTV, untuk memahami persepsi publik dalam diskursus digital. Dengan pendekatan deskriptif eksploratif, data berupa 1.742 komentar dikumpulkan melalui web scraping menggunakan Python dan diolah melalui tahapan preprocessing, penerjemahan, serta klasifikasi sentimen dengan TextBlob. Hasil analisis menunjukkan 53,1% komentar bersentimen positif, 36,61% netral, dan 10,29% negatif. Visualisasi word cloud mengungkap dominasi kata terkait Anies Baswedan sebagai fokus diskusi. Selain itu, analisis konteks dan makna terhadap beberapa

komentar menyoroti adanya bias klasifikasi otomatis yang dapat mengaburkan sentimen sebenarnya. Studi ini menegaskan bahwa penggabungan metode kuantitatif dan kualitatif diperlukan untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang opini publik di media digital. Temuan ini memperlihatkan pentingnya media digital, khususnya YouTube, sebagai arena interaktif dalam komunikasi politik.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Komunikasi Politik, Persepsi Publik, YouTube, Pilkada 2024.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada tahun 2024 telah menunjukkan kemajuan yang pesat. Diawali dengan penggunaan kecerdasan buatan yang semakin meluas dan melengkapi perkembangan media digital. Perkembangan ini juga diiringi dengan meningkatnya kesiapan digital masyarakat. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) melalui Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Informatika (BPSDM Kominfo) resmi meluncurkan hasil pengukuran Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2024 sebesar 43,34 yang menunjukkan kenaikan skor sebesar 0,16 dibandingkan tahun sebelumnya, menandakan adanya peningkatan kesiapan digital masyarakat (Puslitbang Aptika IKP, 2024).

Data *We Are Social* menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2024 sebesar 5,35 miliar yang artinya mengalami kenaikan sebesar 97 juta atau 1,8% dari tahun 2023. Sementara pengguna media sosial aktif sebanyak 5,04 milyar yang artinya mengalami kenaikan 266 juta atau 5,6% dari tahun 2023 (*We Are Social*, 2024). Tidak hanya itu, *We Are Social* juga mencatat terdapat situs web yang sering dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia berdasarkan penilaian dari *Similarweb*, adapun urutan 5 tertingginya yaitu: (1) *Google.com*; (2) *Youtube.com*; (3) *Facebook.com*; (4) *Instagram.com*, dan (5) *Whatsapp.com*.

Sebagai urutan kedua situs web yang paling sering dikunjungi, platform YouTube telah dijadikan ruang diskursus publik yang interaktif, di mana audiens tidak hanya sebagai penerima informasi tetapi juga turut berpartisipasi melalui komentar yang mencerminkan opini dan sentimen terhadap isu-isu yang dibahas. Tidak terkecuali isu politik yang ramai diperbincangkan sepanjang tahun 2024 sebagai tahun pemilu. Dengan fitur komentar yang dimiliki, sangat memungkinkan bagi YouTube untuk digunakan sebagai sarana untuk mencerminkan respons publik secara langsung, baik dalam bentuk dukungan, kritik, atau diskusi. Sehingga, seringkali fitur komentar ini dijadikan data penting untuk penilaian terhadap opini publik yang merupakan salah satu elemen utama dalam komunikasi politik.

Opini publik adalah pendapat yang sama dan dinyatakan oleh banyak orang, yang diperoleh melalui diskusi intensif sebagai jawaban atas pertanyaan dan permasalahan yang menyangkut kepentingan umum (Arifin, 2011). Pada dasarnya, opini publik dapat terbentuk melalui isu atau permasalahan yang disebarakan melalui media massa. Namun, saat ini isu atau permasalahan

tersebut bergeser seiring juga dengan bergesernya penggunaan media digital yang lebih masif termasuk YouTube.

Isu pemilu menjadi salah satu yang paling hangat dibahas melalui berbagai platform media digital khususnya media berita di YouTube. Salah satu media berita yang banyak menarik perhatian adalah kanal YouTube KompasTV yang memiliki 18,1 juta *subscriber*. KompasTV menjadi salah satu media berita digital yang terus menampilkan isu terbaru terutama terkait Pilkada serentak yang dilaksanakan di Indonesia pada tanggal 27 November 2024. Sebagai Ibu Kota, Pilkada Jakarta tentu menarik banyak sekali perhatian media. Termasuk bagaimana peta politik yang muncul terkait pengusung dan pendukung bagi masing-masing pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jakarta.

Salah satu tokoh yang dinilai kontroversial dan banyak disebut pada pilkada Jakarta kali ini adalah Anies Rasyid Baswedan yang merupakan mantan Gubernur DKI Jakarta ke-17 sekaligus peserta pada pemilihan Presiden yang dilakukan sebelumnya, yang juga sempat disebut akan ikut serta sebagai calon Gubernur Jakarta saat ini namun tidak terlaksana. Bahkan, pakar komunikasi politik Effendi Gazali mengatakan Anies Baswedan dan Jakmania menjadi faktor penentu suara dalam Pemilihan Gubernur (Pilgub) Jakarta 2024 (CNN, 2024).

Satu hari setelah pelaksanaan Pilkada, KompasTV secara eksklusif membahas mengenai pengaruh Tokoh ini dalam pelaksanaan dan hasil sementara yang menunjukkan kemenangan bagi pasangan calon yang didukung secara terbuka, yaitu pasangan calon nomor urut 3 Pramono Anung-Rano Karno dengan perolehan berdasarkan hitung cepat sebesar 50,18% (Liputan6.com, 2024). Pembahasan ini ditayangkan secara Live melalui kanal YouTube KompasTV dengan tajuk 'LIVE - Anies dan Efek Kejut di Pilkada Jakarta | ROSI'. Hal ini tentu berpotensi untuk memunculkan beragam respon publik melalui kolom komentar yang disediakan. Tercatat dalam waktu 4 jam setelah waktu disiarkan sudah mendapat tayangan sebanyak 236.456 dengan jumlah likes 4,1 ribu dan 737 komentar.

Mengingat masih terbatasnya penelitian tentang analisis sentimen di media digital dalam konteks politik, penelitian saat ini tertarik untuk melihat bagaimana sentimen yang muncul dari masyarakat melalui kolom komentar pada tayangan 'LIVE - Anies dan Efek Kejut di Pilkada Jakarta | ROSI' tersebut.

KERANGKA TEORI

Teori Komunikasi Politik

Teori Komunikasi Politik adalah cabang dari ilmu komunikasi yang fokus pada pertukaran informasi antara aktor politik, media, dan publik, serta bagaimana proses tersebut mempengaruhi perilaku, opini, dan keputusan politik. Dalam konteks komunikasi politik, peran media menjadi pusat perhatian, terutama dalam era digital yang memungkinkan komunikasi interaktif antara aktor politik dan masyarakat.

Menurut McNair (2017), komunikasi politik mencakup semua bentuk komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi hasil politik, baik yang dilakukan oleh politisi, media, maupun publik. Fokusnya adalah bagaimana informasi disebarkan, diterima, dan ditafsirkan dalam konteks politik. Komunikasi politik melibatkan Aktor Politik: Politisi, partai, pemerintah; Media: Media tradisional dan digital, termasuk platform seperti YouTube serta Publik: Audiens atau masyarakat yang menjadi penerima informasi dan aktor dalam diskusi politik.

Persepsi Publik

Persepsi adalah pengalaman tentang fenomena, kejadian atau hubungan-hubungan yang didapatkan dengan menyimpulkan dan mengartikannya (Notoatmodjo, 2014). Persepsi juga didefinisikan sebagai konsep yang penting dalam psikologi karena dengan persepsi manusia menghasilkan pandangan dalam hidupnya (Nasbahry, 2016). Sementara itu, publik diartikan sebagai sekelompok orang yang memiliki kebersamaan dalam berpikir, perasaan, harapan, sikap, dan tindakan yang baik dan benar berdasarkan nilai-nilai dan norma yang mereka miliki (Inu dkk dalam Sinambela, 2006). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Persepsi publik merujuk pada pandangan atau interpretasi sekelompok orang terhadap suatu isu, individu, organisasi, atau fenomena tertentu, yang sering kali dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, media, dan interaksi sosial.

Berdasarkan literatur terbaru, persepsi publik di media digital sangat dipengaruhi oleh narasi, kecepatan penyebaran informasi, serta interaktivitas media sosial (Anwar, dkk., 2022). Sebagai contoh, dalam konteks politik, persepsi publik terbentuk melalui kampanye digital dan keterlibatan masyarakat dalam diskusi daring, yang secara langsung mempengaruhi opini publik dan kepercayaan terhadap tokoh atau kebijakan tertentu (Revolusi, 2024). Studi juga menunjukkan bahwa persepsi publik juga dapat dipengaruhi oleh reputasi, yang melibatkan kinerja, perilaku, komunikasi, dan faktor autentisitas suatu entitas. Dalam hal ini, komunikasi efektif melalui media sosial menjadi krusial untuk membangun citra positif (Patrianti, 2020).

Analisis Sentimen

Salah satu cara untuk bisa memahami persepsi publik melalui media digital adalah dengan melakukan analisis sentimen. Analisis sentimen adalah teknik analisis teks untuk mendeteksi polaritas teks dalam dokumen, paragraf, kalimat, ataupun klausa (Muhaddisi dkk., 2021). Selain itu, analisis sentimen juga dikenal sebagai mining opinion yang dapat diartikan penelitian tentang perhitungan pandangan, evaluasi, sikap, dan emosi orang yang keberadaannya oleh entitas (Zhao dkk., 2022). Sedangkan menurut Irawan (2019) analisis sentimen dapat digunakan untuk mengungkap pola tersembunyi dari kelimpahan data konten buatan pengguna yang tersedia di situs media sosial salah satunya YouTube.

YouTube sebagai Arena Diskursus

YouTube sebagai Arena Diskursus mencerminkan peran platform ini sebagai ruang interaksi digital dimana pengguna dapat berbagi, mengomentari, dan mendiskusikan berbagai isu sosial, politik, budaya, dan lainnya. Sebagai salah satu media sosial berbasis video terbesar di dunia, YouTube tidak hanya menjadi tempat konsumsi konten tetapi juga platform untuk dialog publik.

Pergeseran dalam penggunaan bentuk media ini telah dilihat oleh Abrahamson (2017) bahwa saat ini media sosial menjadi televisi baru bagi khalayak, khususnya kaum muda. Lebih jauh, diketahui bahwa kaum muda sudah mulai menjauhi layar televisi dan berganti ke layar smartphone (Abdullah & Puspitasari, 2018). Argumentasi tersebut juga diperkuat oleh studi Nielsen yang menyebutkan bahwa pengguna smartphone saat ini telah melampaui jumlah penonton media televisi tradisional, terutama bagi pemirsa berusia 18-34 tahun (Puji, 2016). Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi informasi para generasi muda telah bergeser. Alih-alih membaca koran atau menonton televisi, kaum muda lebih banyak mengonsumsi informasi melalui platform new media dan media sosial termasuk YouTube.

Melihat tren tersebut, membuat media konvensional juga merambah penyebaran informasinya melalui platform media digital. Salah satunya dilakukan oleh kantor berita Kompas yang membuka kanal YouTube KompasTV sebagai bentuk inovasi dari media penyiaran sebelumnya. Saat ini, kanal tersebut telah memiliki *subscriber* sebanyak 18,1 juta dan total penayangan sebanyak 14,502,555,287 views untuk total 336,752 video yang telah di upload sejak dibuat pertama kali pada 23 Agustus tahun 2013.

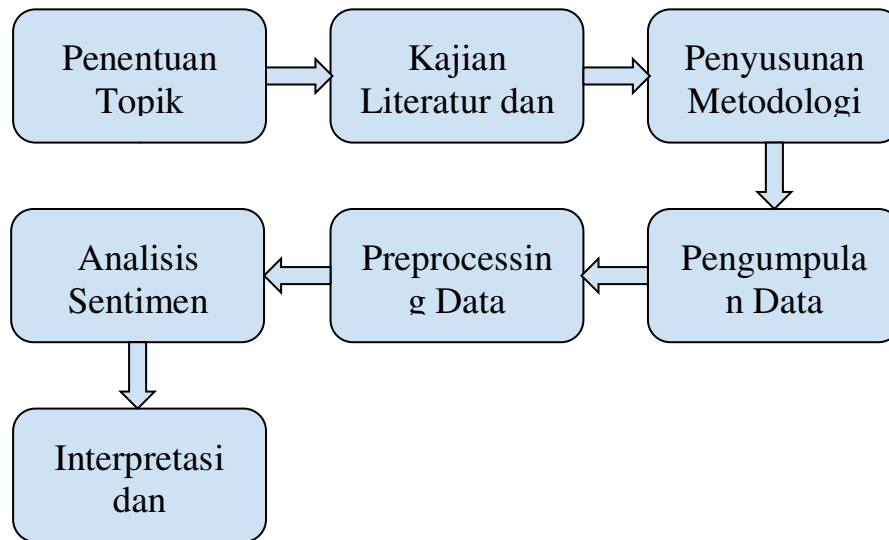
METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis data komentar secara numerik (klasifikasi sentimen) dan kualitatif untuk menafsirkan konteks komunikasi serta makna komentar. Desain penelitian ini bersifat deskriptif eksploratif untuk menggambarkan pola sentimen dan menjelaskan persepsi publik berdasarkan data komentar.

Adapun teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan *web scraping* untuk mengunduh komentar dari YouTube secara otomatis menggunakan tools Python (dengan library YouTube Data API). Pengambilan data dilakukan 24 jam setelah tayangan disiarkan melalui channel YouTube KompasTV. Kemudian, dilakukan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

1. Preprocessing Data Teks. Yaitu membersihkan data komentar untuk memastikan hasil analisis yang akurat dengan (1) menghilangkan komentar kosong, simbol, emoji, dan bahasa yang tidak relevan; (2) melakukan tokenisasi (memecah teks menjadi kata-kata) dan hilangkan *stop words* (kata umum yang tidak bermakna seperti "yang", "dan"), dan (3) menggunakan teknik *stemming* untuk mengubah kata ke bentuk dasar (misalnya, "membicarakan" menjadi "bicara").

2. Klasifikasi Sentimen. Yaitu menentukan polaritas dan nilai dari masing-masing komentar. Hal ini dilakukan dengan bantuan *tools Python* dan *Google Collab*.
3. Interpretasi hasil klasifikasi secara kualitatif.

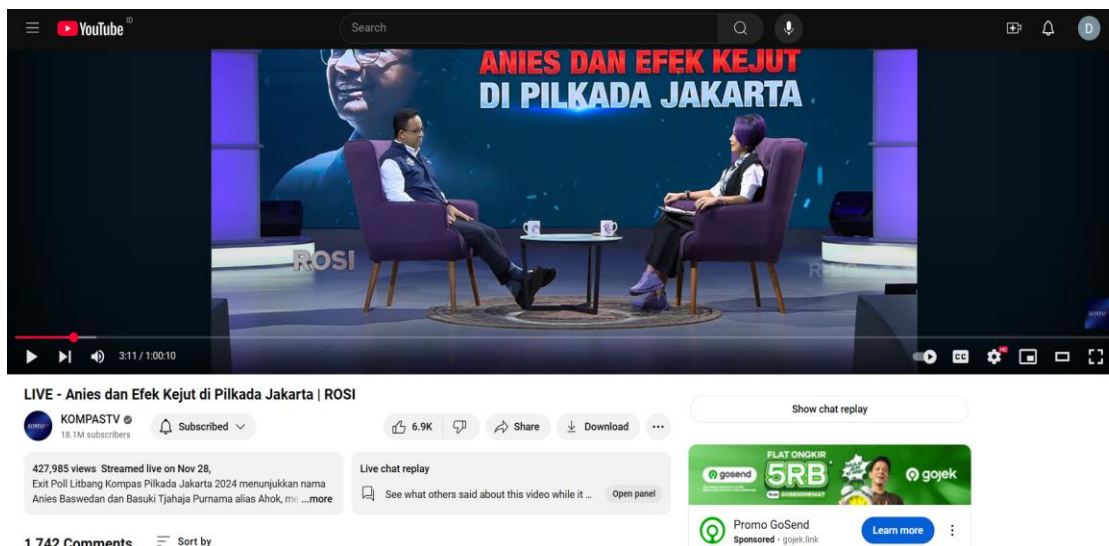


Gambar 1. Diagram Alur Penelitian Analisis Sentimen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Sentimen Menggunakan Python

Pengumpulan data berupa komentar pada tayangan yang berjudul 'LIVE - Anies dan Efek Kejut di Pilkada Jakarta | ROSI' pada Kanal YouTube KompasTV dilakukan pada tanggal 29 November 2024 atau satu hari setelah tayangan tersebut disiarkan secara langsung. Pada saat proses pengambilan data tercatat bahwa tayangan tersebut sudah ditonton sebanyak 427.985 kali dengan jumlah suka 6,9 ribu dan komentar sebanyak 1.742 komentar.



Gambar 2. Tayangan Kanal YouTube KompasTV berjudul 'LIVE - Anies dan Efek Kejut di Pilkada Jakarta | ROSI'

Komentar diunduh dengan bantuan *tools Python* dan *Google Collab*. Dari total sebanyak 1.742 komentar yang didapatkan, kemudian dihilangkan komentar yang merupakan reply, sehingga yang digunakan hanya komentar tanpa reply dengan jumlah 1.314 komentar. Setelah itu dilakukan pemeriksaan terhadap komentar yang sama kemudian dihapus sehingga tersisa 1.292 komentar.

index	text
0	dia betul betul Leader♥
1	Puter2 ulang terus gmn sih
2	Nungguin partai bikinan Anies
3	Terima kasih Pak Anis....Mas Pram bang Doel selamat ya.... 🎉🎉
4	Sy orang bali tinggal di bali, sy sgt kagum dgn pak Anies, di kampung sy ada cuma 2 suara buat pak anies dan saya salah satunya... doa sy smoga suatu saat bliau dilayakkan berada di mana semestinya bliau berada ttp semangat dan berjuang buat kebaikan dan kebenaran pak Anies 🙏🙏
5	Untuk saya, tidak ada alasan untuk tidak menyukai Pak Anies. Cerdas, rendah hati, visioner, dan banyak lagi yang tidak bisa dituliskan satu persatu. Semoga Allah senantiasa menjaga Pak Anies. Aamiin.

Gambar 3. Tampilan Data Sebelum Diproses

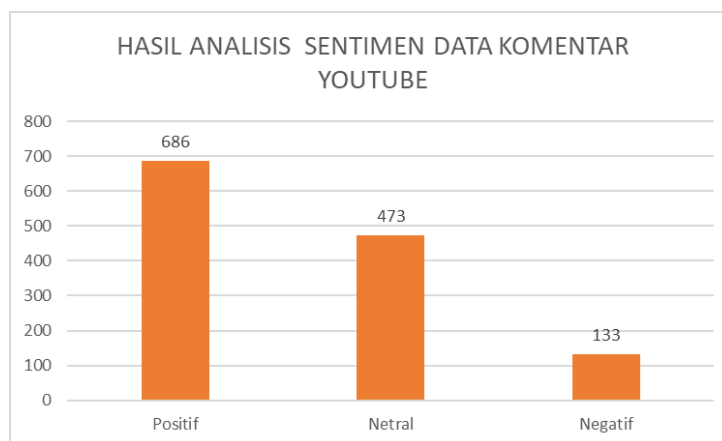
Dalam mengolah data yang sudah dikumpulkan, dilakukan beberapa tahap diantaranya yang *Pertama* adalah *cleaning data*, yaitu dilakukan penghapusan terhadap *url*, *mention*, karakter spesial serta emotikon yang ada di komentar. *Kedua*, dilakukan langkah *preprocessing* yang mencakup normalisasi untuk mengubah seluruh teks menjadi format huruf kecil (*lowercase*) atau huruf besar (*uppercase*), tergantung pada kebutuhan analisis, kemudian *stopword removal* untuk menghapus kata-kata umum dan tidak relevan yang tidak dianalisis, selanjutnya tokenisasi untuk memecah teks menjadi kata-kata individu, lalu yang terakhir pada proses *preprocessing* yaitu *stemming* untuk mengubah kata berimbuhan menjadi kata dasar.

```

['betul betul leader']
['puter2 ulang terus gmn sih']
['nungguin partai bikin anies']
['terima kasih pak anismas pram bang doel selamat']
['orang bal tinggal bal sangat kagum pak anies kampung cuma 2 suara buat pak anies salah satu doa smoga suatu bliau layak ada mana mesti bliau ada t
['ada alas suka pak anies cerdas rendah hati visioner banyak tidak tulis satu persatusemoga allah senantiasa jaga pak anies aamiin']
['anies bagaimana rumah gratis dp']
['si anies tata susun kata aja ujung ujungnya lebih bayar']
['mumpung nganggur mau bikin partai ggk duit anies bikin kejut aji mumpung tak satu partai mau dukung h']
['abababab terlalu remeh oh brada dlm kim plusmereka rela laku sgala cara abah calon diri sbagai cagub dki jakartamereka jg terlalu remeh suara ana
    
```

Gambar 4. Data setelah dilakukan Preprocessing

Langkah *Ketiga*, data yang sudah dilakukan *preprocessing* selanjutnya diterjemahkan menjadi bahasa Inggris sebelum akhirnya dilakukan labeling untuk menentukan sentimen positif, negatif atau netral. Hal ini dilakukan dikarenakan proses labeling menggunakan alat otomatis seperti TextBlob umumnya dirancang untuk teks dalam bahasa Inggris. Setelah itu masuk pada langkah *Keempat*, yaitu langkah labeling untuk menentukan klasifikasi sentimen positif, negatif atau netral. Hasil yang didapatkan dari proses analisis sentimen ditunjukkan dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 5. Data Jumlah Komentar Berdasarkan Klasifikasi Positif, Netral dan Negatif

Bagan tersebut menunjukkan bahwa telah dideteksi sebanyak 686 komentar dengan sentimen positif, 473 komentar dengan sentimen netral dan sebanyak 133 komentar negatif. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sentimen yang terbentuk pada kolom komentar tayangan YouTube 'LIVE - Anies dan Efek Kejut di Pilkada Jakarta | ROSI' bersifat positif dengan prosentase 53,1 % dibandingkan dengan komentar dengan sentimen netral dan negatif masing-masing 36,61% dan 10,29%. Adapun visualisasi dari kata-kata yang paling banyak digunakan pada data dapat dilihat melalui tampilan *Word Cloud* seperti pada Gambar 6.

pada sindiran pada program rumah gratis DP 0% yang pernah dijanjikan oleh Anies Baswedan saat menjabat sebagai Gubernur Jakarta. Sementara komentar kedua menyiratkan bahwa dalam menyusun kata yang dilakukan Anies terdapat hal yang berlebihan. Dan komentar ketiga dengan jelas menyebut bahwa Anies sedang dalam kondisi ‘nganggur’ dan tidak memiliki uang untuk membuat partai politik sehingga membuat kejutan yang bersifat ‘aji mumpung’ atau memanfaatkan keadaan serta menyebut tidak ada satu partai pun yang mau mendukung.

	text	author	klasifikasi
760	Pas bicara kampung bayam,pa Anies emosi nya tak terbendung.. salut pa Anies bener bener bela rakyat kecil.	@ir.31.68	negatif

Gambar 8. Data Komentar YouTube (text, author dan klasifikasi negatif)

Pada Gambar 8. ditunjukkan salah satu komentar pada yang saat dianalisis menggunakan Python, diklasifikasikan sebagai sentimen ‘negatif’. Akan tetapi jika kita melihat secara utuh dan mengaitkan dengan konteksnya, maka komentar ini bisa diklasifikasikan sebagai komentar ‘positif’. Kalimat pada komentar yang dituliskan oleh *author* @ir.31.68 menggambarkan bahwa pada ketika Pak Anies membahas mengenai ‘Kampung Bayam’ terlihat tidak bisa membendung emosinya yang menunjukkan kepeduliannya yang tinggi kepada rakyat kecil.

	text	author	klasifikasi
832	Pak anies pemimpin terbaik saat ini❤️❤️❤️	@dickysetiawan894	netral
834	tadi nya mau golput...tp liat pak aniss..dukung doel jd nyoblos dah	@nellyamaliarachman	netral
835	Karena dukungan Abah ke pasangan Pramono Anung dan Rano Karno jadi saya dan anak istri ikut memilih	@HeriAntoni-u1x	netral
838	❤️❤️❤️❤️ pak anies berjuang untuk rakyat	@YayanSantoso-bb8bx	netral
840	Kagum sama sosok pak anies	@sriyantidiana7085	netral
843	Kualitas pemimpin itu seperti ini ❤️❤️	@rudilion5607	netral
850	Pak Anies Baswedan emang 🙌🙌	@oktayulianto412	netral
851	Dimana pun abah berada ak tetap pendukung setianya abah	@johanabinail	netral
	text	author	klasifikasi
1144	Abah ompong gelandangan politik 🤨	@SriMujiatun-xt3dm	netral
1153	Strategi Anis untuk 2029 bsi g bkal lku...	@herisiswanto2045	netral
1185	si penjilat	@Kompeni-o7c	netral
1234	Rosy pakai etika dong, jangan motong pembicaraan dan mengarahkan jawaban. !!!!!	@totojoediatmoko9487	netral
1258	Anies Baswedan munafik	@achmadrozikin2329	netral
1280	Penjilat adalah Anies Baswedan	@desnaridy29	netral

Gambar 9. Data Komentar YouTube (text, author dan klasifikasi netral)

Pada Gambar 9. di atas, dapat dilihat beberapa kalimat komentar diklasifikasikan sebagai netral. Namun, jika kita memahami secara utuh konteks kalimat pada masing-masing komentar, maka memungkinkan untuk menampilkan klasifikasi yang berbeda. Baik positif maupun negatif. Tidak

hanya makna kalimat, namun sentimen juga bisa dilihat dari penggunaan emotikon yang juga bisa mengandung makna tertentu.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis sentimen komentar audiens terhadap tayangan 'LIVE - Anies dan Efek Kejut di Pilkada Jakarta | ROSI' pada Kanal YouTube KOMPASTV' yang dilakukan menggunakan algoritma *Python* dan dibantu dengan *Google Colab* menunjukkan terdapat sebesar 53,1% sentimen positif, 36,61% sentimen netral dan 10,29% sentimen negatif. Hasil ini dapat membantu untuk mengetahui dengan mudah bagaimana sentimen publik terhadap isu yang sedang dibahas pada media digital melalui kolom komentar terutama dengan jumlah yang banyak. Sementara dalam memahami lebih jauh persepsi publik yang terbentuk di media sosial, tidak bisa hanya menggunakan metode penghitungan menggunakan fungsi algoritma saja. Analisis konteks dan makna juga perlu dilakukan untuk melengkapi hasil yang sudah didapatkan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulla, Aceng., & Puspitasari, Lilis. (2018). Media televisi di era internet. *Jurnal Kajian Televisi dan Film*, 2(1), 101-110.
- Abrahamson, K. (2017). Social Media is the New Television. dari <https://www.adweek.com/performance-marketing/kurt-abrahamsonsharethis-guest-post-social-media-is-the-new-television>.
- Alim, S., & Dharma, A. F. (2021). Youtube Sebagai Ruang Publik Alternatif Bagi Anak Muda. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1-13.
- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi, dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- CNN Indonesia "Pakar Politik: Anies dan Jakmania Faktor Penentu Suara Pilgub Jakarta" selengkapnya di sini: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240924180411-617-1147875/pakar-politik-anies-dan-jakmania-faktor-penentu-suara-pilgub-jakarta>.
- Irawan, H., Akmalia, G., & Masrury, R. A. (2019). Mining Tourist's Perception Toward Indonesia Tourism Destination Using Sentiment Analysis and Topic Modelling. *Association for Computing Machinery International Conference Proceeding Series*, September, 7– 12. <https://doi.org/10.1145/3361821.3361829>
- uhaddisi, A., Prastowo, B. N., Utami, D., & Putri, K. (2021). Sentiment Analysis With Sarcasm Detection On Politician's Instagram. 15(4), 349–358.
- Patrianti, Tria. 2020. *Mengelola Citra dan Membangun Reputasi: Studi atas Peran Public Relations di Universitas Muhammadiyah Jakarta*. *Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta*.

- Puslitbang Aptika IKP. (2024). Peluncuran Hasil Pengukuran Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2024: "Membangun Masyarakat Digital Berbasis Kewilayahan"
<https://bpsdm.kominfo.go.id/satker/paikp/berita-peluncuran-hasil-pengukuran-indeks-masyarakat-digital-indonesia-imdi-2024-m-5-76>
- Riyanto, Andi Dwi. 2024. Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Zhao, T., Du, J., Xu, Z., Li, A., & Guan, Z. (2022). Aspect-Based Sentiment Analysis using Local Context Focus Mechanism with DeBERTa. 1– 12.