

Sentimen Media melalui *Social Network Analysis* pada Kanal YouTube "Harian Kompas"

Annissa Widya Davita, Sari Monik Agustin, Nuria Astagini*

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 16/05/2024

Revised : 03/07/2024

Published : 31/07/2024



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 1

Halaman : 69 - 78

Terbitan : **Juli 2024**

Terakreditasi [Sinta Peringkat 4](#) berdasarkan Ristekdikti No. 152/E/KPT/2023

ABSTRAK

Sejak awal tahun 2024, peraturan Bea Cukai mengalami perubahan signifikan. Oleh karena itu, penegakan hukum yang kuat dan efektif perlu dilakukan untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan Bea Cukai dan melindungi kepentingan ekonomi nasional. Fenomena jasa titip vs Bea Cukai menimbulkan kontroversi masyarakat. Dilihat dari pemberitaan di kanal YouTube milik Harian Kompas dengan judul berita "Pemusnahan Milk Bun Thailand, Jastip, dan pembatasan Barang Bawaan Luar Negeri", studi ini ingin memahami pendapat warganet terkait dengan pandangan terhadap kebijakan baru yang diterapkan Bea Cukai terkait pembatasan barang bawaan impor. Fenomena ini sangat berkaitan erat dengan analisis sentimen, sehingga peneliti akan menggunakan lima tahapan analisis sentimen, diantaranya crawling, pre-processing, pembobotan kata, pembentukan model dan klasifikasi sentimen pada kolom komentar kanal Youtube Harian Kompas. Selain itu, studi ini akan menggunakan konsep sentimen media. Hasil dari studi ini adalah, adanya sentimen emosi yang terbangun dan didominasi oleh sentiment netral sebesar 40%. Adanya perasaan ketidakpuasan atau protes terhadap tindakan Bea Cukai, yang dapat memicu reaksi emosional dari para pembaca atau penonton. Dari sentimen media yang diperoleh, dapat dikatakan masyarakat cukup netral dalam menanggapi fenomena ini.

Kata Kunci : Social Network Analysis; Analisis Sentimen; Sentimen Media.

ABSTRACT

Since the beginning of 2024, significant changes have been made to customs regulations. Therefore, strong and effective law enforcement is necessary to ensure compliance with customs regulations and protect the national economic interests. The phenomenon of delivery services versus customs regulations has sparked public controversy. Based on the news coverage on Harian Kompas's YouTube channel titled "Destruction of Thailand Milk Buns, Delivery Services, and Restrictions on Overseas Goods," this study aims to understand netizens' opinions regarding the new customs policies related to restrictions on imported goods. This phenomenon is closely related to sentiment analysis, so the researcher will use five stages of sentiment analysis, including crawling, pre-processing, word weighting, model formation, and sentiment classification on the comment section of the Harian Kompas YouTube channel. Additionally, this study will use the concept of media sentiment. The results of this study show that emotional sentiment is present and dominated by neutral sentiment at 40%. Reflects a sense of dissatisfaction or protest against the actions of customs, which can trigger emotional reactions from readers or viewers. Based on the obtained media sentiment, it can be said that the public is quite neutral in responding to this phenomenon.

Keywords : Social Network Analysis; Sentiment Analysis; Media Sentiment.

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Sejak awal tahun 2024, peraturan Bea Cukai telah mengalami beberapa perubahan signifikan yang berdampak pada aktivitas perdagangan Internasional dan pengiriman barang antar negara. Pelanggaran seperti penggunaan jasa titip ilegal tidak hanya merugikan konsumen dari penyedia jasa tersebut, tetapi juga berdampak pada kerugian negara. Oleh karena itu, penegakan hukum yang kuat dan efektif perlu dilakukan untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan Bea Cukai dan melindungi kepentingan ekonomi nasional (Syauqina et al., 2022). Penyedia layanan jasa titip beli atau *personal shopper*, yang sering disebut sebagai "jastip", telah menjadi populer karena membantu individu yang tidak dapat pergi sendiri untuk membeli barang yang mereka inginkan atau butuhkan (Kusumastuti, 2020). Berbicara mengenai ekspor dan impor, pelaku bisnis kini mulai merambah secara ilegal. Dikutip dari Kompas.id (Purwanti, 2024), fenomena jastip membuat pengawasan menjadi ketat terhadap meningkatnya popularitas jastip. Dikeluarkannya kebijakan baru oleh Bea Cukai menimbulkan kontroversi dari masyarakat, informasi lain dari DetikNews (Isa, 2024), di awal tahun 2024, terdapat tiga keluhan masyarakat terhadap Bea Cukai yang viral di media sosial. Pertama, terkait pembelian sepatu olahraga impor yang dikenakan pajak sebesar Rp 31 juta. Kedua, masalah terkait alat belajar untuk siswa SLB yang dikenakan pajak ratusan juta rupiah. Dan ketiga, kritik terhadap penahanan mainan yang akan direview oleh influencer. Selain itu, fenomena pembakaran 1 ton Milk Bun juga menarik perhatian masyarakat terhadap tindakan Bea Cukai.

Perhatian masyarakat terhadap jastip makanan, terutama Milk Bun dari After You Dessert Cafe asal Thailand, meningkat pesat berkat ulasan dan pembelian yang dilakukan oleh para influencer. Baik *influencer* mikro maupun makro telah memperluas pengetahuan tentang produk ini melalui media sosial. Dampaknya tidak hanya meningkatkan kesadaran akan Milk Bun, tetapi juga memicu lonjakan permintaan yang luar biasa. Ini mencerminkan kekuatan *influencer* dalam membentuk tren konsumsi dan mengarahkan preferensi pasar. Dikutip dari IDN Times (Aprilianti, 2024), pada Jumat, 8 Maret 2024, sekitar 2.564 bungkus Milk Bun After You dibakar di Bandara Soekarno-Hatta setelah disita oleh petugas Bea Cukai. Hal ini terjadi karena penumpang yang dicurigai sebagai pelaku jastip. Kepala Kantor Bea Cukai Soekarno-Hatta, Gatot Sugeng Wibowo, menjelaskan bahwa tindakan tersebut diambil karena barang bawaan melebihi batas yang diizinkan sesuai peraturan BPOM. Pemerintah kini merumuskan peraturan baru untuk mengatasi masalah ini.

Komunikasi digital, melalui internet, telah secara signifikan mempengaruhi globalisasi dengan menyediakan akses luas terhadap informasi dan memfasilitasi interaksi antarmanusia. Hal ini dapat membentuk opini publik secara substansial (Ajeng Nurhasanah & Kiki Zakiah, 2023), masyarakat secara aktif terlibat dalam mengekspresikan pendapat dan pandangan mereka melalui berbagai platform online. Fenomena ini sangat berkaitan erat dengan sentimen. Sentimen juga dikenal sebagai analisis opini atau penambangan opini, yang berfokus pada ekstraksi informasi subjektif dari data teks untuk menentukan sentimen atau sikap penulis (Wankhade et al., 2022), hal ini melibatkan pengumpulan dan analisis pendapat, pemikiran, dan kesan orang tentang berbagai topik pada kolom komentar pada kanal YouTube milik Harian Kompas dengan judul "Pemusnahan Milk Bun Thailand, Jastip, dan pembatasan Barang Bawaan Luar Negeri". Selama periode dari 14 Maret hingga 30 April 2024, kanal YouTube "Harian Kompas" menonjol sebagai salah satu kanal yang paling ramai dengan jumlah komentar yang jauh lebih banyak dibandingkan kanal lain seperti "Tribun Jogja" dan "Kumparan". Terutama, dua artikel spesifik dari Tribun Jogja dan Kumparan, "Mengenal Milk Bun, Roti Viral Asal Thailand yang Populer di Jastip" dan "Satu Ton Roti Viral Milk Bun dari Thailand Dimusnahkan, Emang Gimana Aturannya?" tidak mendapatkan keterlibatan yang signifikan dari audiens dengan hanya mengumpulkan 5 hingga 10 komentar. Namun, kanal YouTube Harian Kompas berhasil mengumpulkan total 174 komentar selama periode tersebut, menunjukkan keterlibatan yang aktif dengan para penontonnya. Berdasarkan hal itu, studi ini memfokuskan sentimen pada kanal YouTube Harian Kompas dengan judul berita "Pemusnahan Milk Bun Thailand, Jastip, dan pembatasan Barang Bawaan Luar Negeri".

Studi ini akan menggunakan analisis sentimen, dimana sistem analisis sentimen yang akan digunakan dibagi menjadi 5 (lima) tahap, yaitu *crawling*, *pre-processing*, pembobotan kata, pembentukan model dan klasifikasi sentimen (Gunawan et al., 2018). Sentimen Moral adalah konsep yang menggambarkan bagaimana penilaian moral dan interaksi sosial dipengaruhi oleh emosi tertentu. Ini menyoroti kemampuan untuk merasakan simpati terhadap emosi pada individu lain sebagai faktor penentu perilaku sosial (Barbalet, 2009).

Dalam studi ini, penulis ingin melihat sentimen emosi berdasarkan berita di kanal YouTube Harian Kompas tentang "Pemusnahan Milk Bun Thailand, Jastip, dan Pembatasan Barang Bawaan Luar Negeri". Hal ini dikarenakan media dan sentimennya memengaruhi cara orang memproses informasi dan membentuk opini publik, sentimen media juga cenderung dipengaruhi oleh berita (Huh & Park, 2024). Berdasarkan Lexicon-Based (Birjali et al., 2021) pendekatan utama yang digunakan untuk analisis sentimen, mengaitkan kata-kata dengan orientasi semantik mereka sebagai kata-kata negatif atau positif menggunakan skor [139,227]. Sebuah skor dapat berupa nilai polaritas sederhana seperti +1, -1, atau 0 untuk kata-kata positif, negatif, atau netral secara berturut-turut, atau nilai yang mencerminkan kekuatan atau intensitas sentimen. Sentimen media dalam studi ini terbagi atas 3 (tiga) polaritas, sentimen negatif, sentimen positif, dan sentimen netral. Sentimen positif menunjukkan bahwa suatu topik dinilai baik oleh orang lain, sedangkan sentimen negatif menunjukkan bahwa topik tersebut dinilai buruk. Sentimen netral menunjukkan bahwa topik tersebut tidak dianggap baik ataupun buruk oleh orang lain (Pratiwi, 2022). Kalimat dalam teks bisa dikategorikan sebagai memiliki polaritas positif, negatif, atau netral. Sentimen juga dapat menggambarkan emosi seperti sedih, gembira, kecewa, atau marah yang terkandung dalam teks. Dengan pendekatan ini, kita dapat memahami bagaimana suatu entitas atau aspek dipengaruhi oleh evaluasi emosional dari penulis atau pembicara (Rozi et al., 2018).

Seperti studi yang dilakukan oleh Huh & Park (2024) bahwa studi ini menemukan hubungan timbal balik antara media sosial dan sentimen berita, yang diungkapkan melalui tes kausalitas. Sentimen media memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dengan mengatur sentimen masyarakat melalui agenda yang mereka sajikan. Temuan ini memiliki implikasi penting dalam memahami dinamika opini publik, menegaskan bahwa sentimen berperan krusial dalam membentuk persepsi dan sikap publik. Selain itu, studi lain dari Hadiwinata et al., (2023), tentang analisis teks untuk mengevaluasi sentimen pada kolom komentar YouTube tentang mobil listrik Hyundai IONIQ 5 menunjukkan bahwa Hyundai Motors Indonesia berhasil membangun sentimen positif terhadap kesadaran merek untuk mobil listrik. Konsumen Indonesia menunjukkan minat dan mengevaluasi produk inovatif, tetapi ada sedikit yang langsung mencoba atau mengadopsi produk tersebut. Melihat dengan metode *Social Network Analysis* (SNA), studi dari Putri et al., (2022), memanfaatkan SNA untuk menginvestigasi pembentukan jaringan dan komentar terkait dengan iklan Pantene Indonesia *Miracles Hair Supplement* di platform YouTube. Pemanfaatan lain dengan metode SNA dari penelitian Wangsa et al., (2024) digunakan untuk memetakan dan menggambarkan struktur jaringan komunikasi yang terbentuk selama percakapan di media sosial X. Fokus utama studi ini adalah pada analisis struktur jaringan di YouTube serta sentimen yang terungkap dalam komentar terkait iklan tersebut. Metode analisis melibatkan penggunaan aplikasi Netlytic dan Gephi untuk memeriksa jaringan dan komentar yang muncul di YouTube.

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, Studi ini bertujuan untuk melihat sentimen masyarakat terkait kebijakan baru Bea Cukai, khususnya pembatasan barang bawaan impor, melalui analisis lima tahap. Dengan memeriksa platform daring dan media sosial, studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami berbagai opini yang muncul dari masyarakat. Diharapkan studi ini memberikan wawasan mendalam tentang respos masyarakat terhadap kebijakan baru ini serta dinamika sosial yang mungkin terkait dengan implementasinya.

B. Metode Penelitian

Artikel ini dibuat dengan metode analisis jaringan komunikasi yang didalamnya mencakup analisis sentimen dengan pendekatan kualitatif. Dalam teknik analisis, metode ini dikenal sebagai analisis jaringan komunikasi atau *Communication Network Analysis*. Hal ini merupakan salah satu teknik yang populer dalam studi komunikasi, dengan karakteristik yang mencakup perspektif, asumsi, dan teknik pengumpulan data yang khas (Hadiwinata et al., 2023).

Analisis jaringan komunikasi membantu kita memahami struktur jaringan dan peran aktor dalam komunikasi, sedangkan analisis sentimen membantu kita melihat pola kata-kata dalam komentar dan respons warganet terhadap topik tersebut. Dengan menggabungkan kedua analisis ini, kita bisa mendapatkan gambaran lengkap tentang kesadaran masyarakat terhadap kebijakan baru bea cukai, seperti kasus pemusnahan Milk Bun di YouTube. Kami akan menjelaskan interaksi antara pelaku dan mengevaluasi sentimen untuk memahami

persepsi mereka dalam aliran komunikasi. Kami menggunakan perangkat lunak Netlytic dan Gephi untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari platform media sosial dan menampilkan hasil studi (Rohimi, 2021).

Studi ini akan menganalisis 174 komentar dari video YouTube berjudul "Pemusnahan Milk Bun Thailand, Jastip, dan Pembatasan Barang Bawaan Luar Negeri" yang diunggah oleh kanal Harian Kompas pada bulan Maret 2024. Data akan disaring dan disajikan menggunakan Ms. Excel berdasarkan sentimennya, serta dieksplorasi menggunakan fitur word cloud pada Netlytic untuk mengidentifikasi topik utama dalam percakapan. Sentimen akan diklasifikasikan secara manual menjadi kategori netral, positif, dan negatif. Data yang diekstraksi akan divisualisasikan menggunakan Gephi untuk mengukur centralitas dalam jaringan sosial dan mengidentifikasi aktor yang paling signifikan. (Herwindo et al., 2023). Dengan memiliki visualisasi pada Netlytic dan Gephi, kita akan melihat gambaran jaringan yang terjadi pada kolom komentar video YouTube yang diteliti.

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan penafsiran dari analisis sentimen dan jaringan pada video "Pemusnahan Milk Bun Thailand, Jastip, dan Pembatasan Barang Bawaan Luar Negeri" di kanal *YouTube* Harian Kompas akan dijelaskan dalam visualisasi berikut ini. Gambar 3.1 menampilkan data komentar *YouTube* yang diekstraksi menggunakan Netlytic dalam bentuk tabel dan pie chart. Komentar-komentar tersebut dikelompokkan berdasarkan sentimennya menjadi netral, positif, dan negatif melalui lima tahap analisis sentimen.

Crawling

DATE	USER	POSTS, N = 174
2024-03-14	@HarianKompasCetak	Baca juga berita lainnya di kompas.id: Fenomena Jastip dan Minat Konsumen terhadap Produk Asing – komp.as/3TyqZF0
2024-03-14	@ikbllibay1458	banyak aturan plok
2024-03-14	@mswakano455	Kenapa gak di sumbang aja tu makanan.
2024-03-14	@wahyusanjaya7398	Coba klo pejabat bawa, silahkan monggo monggo paling gt...
2024-03-14	@hansgetzefreimhawfer6316	BPOM Urusin makanan dari luar negri aja disita kocak bilang nya gk ada ijin edar lah di dalam negri aja banyak makanan yang beredar yang gk aman atau gk layak dikonsumsi walaupun sudah ada label bpom nya memang yang palin bobrok instasi yang satu ini asal ada upeti ijin langsung segampang itu keluar

(Sumber: Netlytic, Diakses pada 30 April 2024, pukul 13.00 WIB)

Gambar 1: Proses *Crawling* dari *YouTube* menggunakan Netlytic

Peneliti mengumpulkan 174 komentar dari video *YouTube* Harian Kompas berjudul "Pemusnahan Milk Bun Thailand, Jastip, dan Pembatasan Barang Bawaan Luar Negeri" menggunakan alat analisis Netlytic. Proses pengambilan data ini, atau *crawling*, memungkinkan peneliti memahami respons audiens terhadap berita tersebut. Informasi yang diperoleh akan digunakan dalam tahap *pre-processing* untuk analisis lebih lanjut.

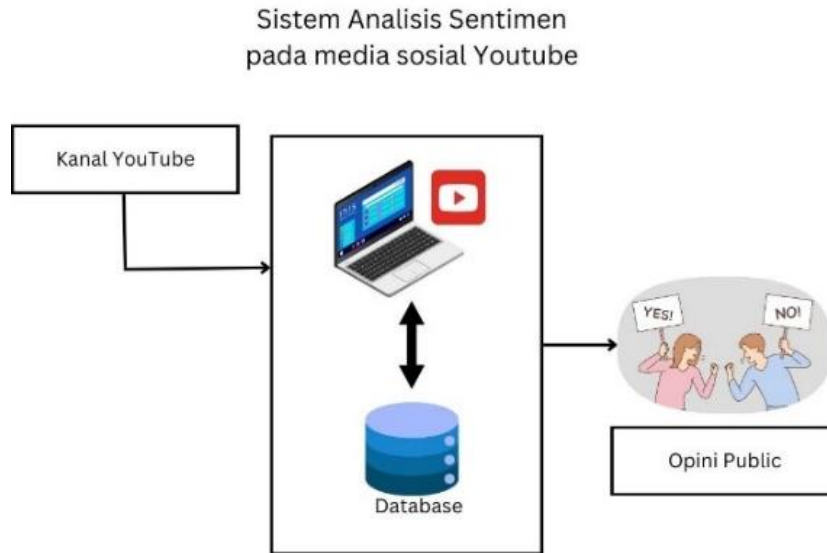
Pre-Processing

Tahap *pre-processing* melibatkan langkah-langkah seperti membersihkan data dari *noise*, tokenisasi, dan penghapusan *stop words* untuk memastikan kualitas data yang optimal sebelum analisis. Peneliti mengubah data dari kanal *YouTube* Harian Kompas ke format Excel dan melakukan data cleansing menggunakan Ms. Excel. Langkah ini penting untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah seperti data yang tidak lengkap, duplikasi, atau kesalahan entri, sehingga memastikan data yang akurat untuk analisis. Pengambilan komentar dan proses data cleansing adalah langkah awal yang kritis untuk memahami pandangan publik terhadap topik berita tersebut.

Pembobotan Kata

Dari 174 komentar yang ditampilkan oleh Netlytic, terdapat 125 pengguna yang unik. Artinya, 49 komentar merupakan ulangan dari pengguna yang sama. Dalam total data, 10 kata paling sering digunakan adalah "Bea" (102 kali), "cukai" (99 kali), symbol 😊 (51 kali), "aja" (42 kali), "barang" (38 kali), "gak" (36 kali), "nya" (35 kali), "klarifikasi" (33 kali), "rusak" (30 kali), dan "orang" (30 kali). Ini merupakan kata yang paling banyak digunakan dalam kolom komentar video tersebut.

Pembentukan Model

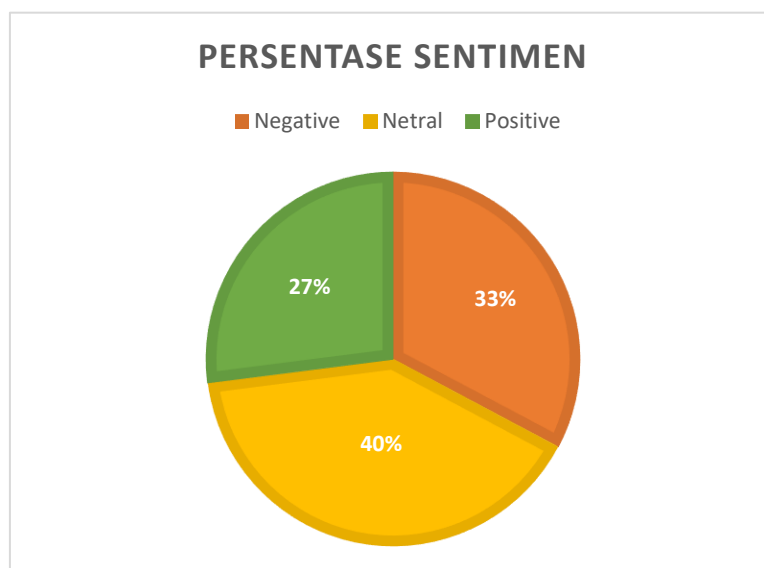


(Sumber: Olahan Peneliti)

Gambar 2: Model Sistem Analisis Sentimen pada Media Sosial YouTube

Pembuatan dan implementasi sistem didasarkan pada desain dan perancangan aplikasi yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Dalam tahap ini, sistem akan dibangun menggunakan alat bantu Netlytic. Proses pengambilan data dilakukan untuk mengevaluasi apakah data yang diperoleh dapat dianalisis secara sentimen. Data diambil oleh *crawler*, kemudian akan menjalani tahap *pre-processing* dan pembobotan kata.

Klasifikasi Sentimen



(Sumber: Olahan Peneliti)

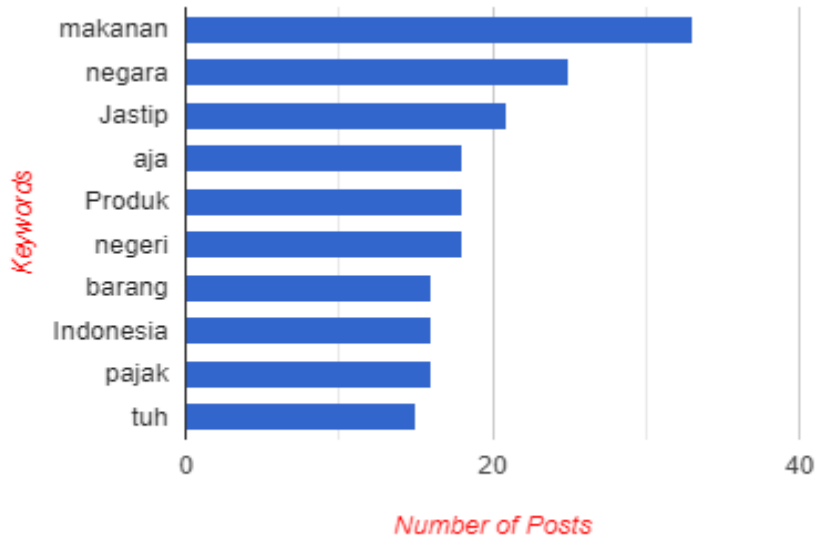
Gambar 3: Pengelompokan Sentimen pada Kolom Komentar

Dari 174 komentar di YouTube Harian Kompas, penulis memfilter dan menemukan 40 komentar netral, 27 komentar positif, dan 33 komentar negatif. Gambar 6 menunjukkan pengelompokan sentimen yang dibuat manual oleh penulis, dengan setiap jenis sentimen diwakili oleh sepuluh komentar. Peneliti menetapkan batasan untuk sentimen positif, negatif, dan netral. Sentimen positif adalah opini publik yang mendukung kebijakan Bea Cukai terkait pembatasan barang bawaan impor. Sentimen negatif adalah opini yang tidak setuju dengan kebijakan tersebut. Sentimen netral adalah opini yang mengkritik pembakaran makanan oleh Bea Cukai, dianggap melanggar norma karena membuang-buang makanan. Batasan ini membantu memperjelas hasil studi.

Tabel 1: Pengelompokan *Top 5* Sentimen Positif, Negatif dan Netral

Positif	Negatif	Netral
1 kata SETUJU 🖱	Pemerintah resah akibat nominal palakan ("pajak") semakin berkurang untuk kas negara yang digunakan menghidupi para ASN dan pejabat negara - yang notabene keberadaan mereka juga TIDAK berguna bagi pelayanan masyarakat pembayar pajak, alias nol besar manfaat balik bayar pajak di Indonesia.	Belum sertifikasi MUI..kehalal an nya masih d pertanyakan
Makanan dri Thailand tidak semudah seperti kmu pikirkan ferguso.thailand mayoritas pemakan babi dan pemakan ganja.hampir setiap makanan mengandung babi.apalgi sekarang ganja legal.banyak yg di buat campuran makanan disana.	harusnya jangan dibakar, harusnya disita untuk negara dan kemudian dibagikan ke fakir miskin. produk2 thailand itu jauh lebih bersih dan lebih tinggi mutunya dibanding produk2 makanan indonesia, jadi ga usah lebay dan cari2 alasan.	@@kaijennsen1977 buzzer
Setuju, mari cintai produk dalam negeri...❤	@@kaijennsen1977berarti kau salah satu pejabat yang mau memeras rakyat dan suka menindas rakyat Jadi karena negara gak dapat jatah uang maka negara membatasi kebebasan seseorang untuk menggunakan uangnya? Logika dari mana itu? Memangnya negara ikut berperan serta dalam pembuatan barang yang dikenai pajak itu?	Kenapa gak di sumbang aja tu makanan.
mending lu pergi ke nagara lain dah ngga usah hidup di Indonesia kalau ngga mau nurut peraturan di Indonesia, menurut lu lu emg bisa hidup di negara lain? selain indo gitu		Kirain di bakae krn cocaine putih bedak hahahaha tau nya beacukai ga kebagian aja 😊
Aturannya seperti itu, di Arab, Turki, dll juga dimusnahkan. Dilelang atau dibagikan lagi ke masyarakat seringkali menimbulkan masalah baru. Kalau makanan, siapa mau jamin itu makanan ilegal aman? Kalau nanti ada rakyat yang mati keracunan siapa yang tanggung jawab?	Ribet banget lo pemerintah wong mereka jastip bayar sendiri..!!! Mereka jg yg gaji lo, mereka bayar pajak, mereka bayarin lo sandang, pangan,papan lo dan keluarga lo..!!!	Ah tetangga gw juga bikin roti itu enaak bangeut ngapai jastip2 Makanan mah Indonesia g kalah bahkan rasanya lbh enak di lidah org2 Indonesia

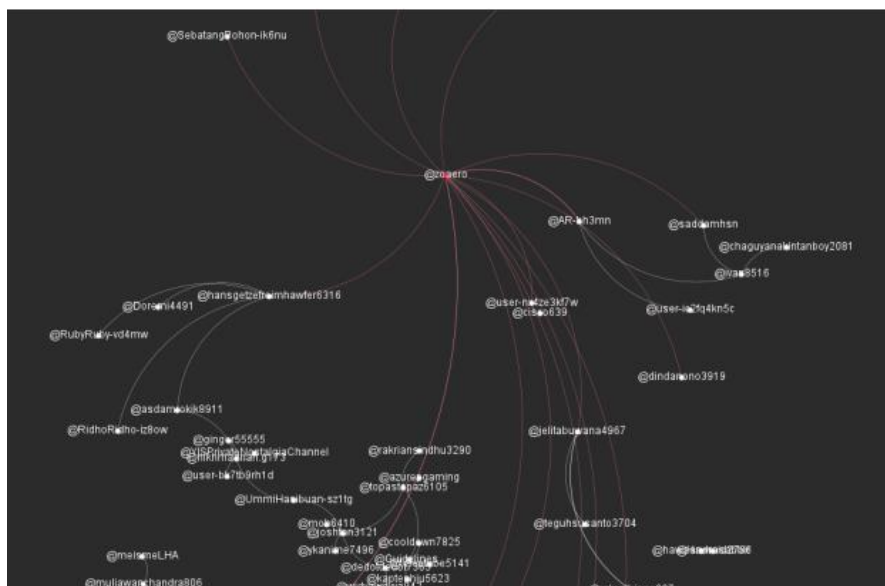
Mayoritas komentar dalam Tabel 1 memiliki sentimen netral. Banyak warganet menyoroti pemusnahan makanan jastip yang dianggap kurang manusiawi oleh Bea Cukai. Komentar dengan sentimen negatif menunjukkan ketidaksetujuan terhadap langkah pemerintah, terutama dalam pembakaran makanan. Namun, ada juga komentar positif yang menyetujui tindakan tegas pemerintah untuk menangani perdagangan ilegal, termasuk dalam konteks jastip.



(Sumber: Netlytics, Diakses pada 30 April 2024, pukul 13.30 WIB)

Gambar 4: Top 10 Most Frequently Used Words YouTube Video “Pemusnahan Milk Bun Thailand, Jastip, dan Pembatasan Barang Bawaan Luar Negeri”

Setelah analisis lebih lanjut, empat kata yang sering muncul dalam *word cloud* Nelytic adalah "bea," "cukai," "barang," dan "korupsi." Kata-kata ini digunakan untuk mengeksplorasi sentimen komentar lebih lanjut. Warganet menyadari bahwa kebijakan tidak sesuai dengan fenomena jastip dan menyadari dampak positif dan negatif dari pembatasan barang impor. Kata kunci "korupsi" menunjukkan adanya ketidakadilan dalam pelaksanaan pembatasan barang oleh Bea Cukai. Selain itu Analisis lebih dalam dengan Gephi memberi wawasan tentang bagaimana percakapan dan interaksi antar pengguna YouTube berkembang dalam video tersebut.



(Sumber: Gephi, Diakses pada 31 April 2024, pukul 13.30 WIB)

Gambar 5: Akun @zoaero menjadi akun central

Dalam analisis jaringan sosial (SNA), ditemukan bahwa terdapat tingkat *degree* yang signifikan terkait dengan dukungan terhadap kebijakan baru ini. Lebih dari 5 komentar yang tercatat menunjukkan persetujuan terhadap kebijakan tersebut. Hal ini mengindikasikan adanya kluster atau kelompok dalam jaringan sosial yang secara aktif mendukung kebijakan pemerintah tersebut. Dengan tingkat *degree* yang kuat ini, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kelompok tersebut terhadap opini publik terkait dengan kebijakan baru tersebut.

Nodes Edges Configuration Add node Add edge						
Id	Label	Interv...	In-De...	Out-...	Degree	▼
@zoaero	@zoa...		0	16	16	
@rakyatbiasa837	@rak...		0	6	6	
@hikhmadhan.g1...	@hik...		5	0	5	
@joshtan3121	@jos...		5	0	5	
@Guidelines_	@Gui...		5	0	5	
@hansgetzefreim...	@ha...		5	0	5	
@wahyusanjaya7...	@wa...		4	1	5	

(Sumber: Gephi, Diakses pada 31 April 2024, pukul 13.30 WIB)

Gambar 6: Akun dengan *degree* di atas 5

@zoaero, dengan nilai outdegree 16, menunjukkan dominasi dalam jaringan, meskipun tidak konsisten dalam opini, ia secara konsisten memberikan komentar negatif menentang kebijakan pembatasan barang bawaan dari jastip. Di sisi lain, @zoero mendukung kebijakan pemerintah tentang bea cukai dan pembatasan barang dari luar negeri. Dilihat dari *Closeness Centrality* nya, meskipun @hansgetzefreimhawfer6316 menyampaikan pandangan kontra terhadap BPOM, ia sejalan dengan kebijakan Bea Cukai. Namun, @doremi4491 dan beberapa pengguna lainnya keberatan dengan komentarnya. Meskipun demikian, keberadaan dan interaksi @hansgetzefreimhawfer6316 dalam diskusi menunjukkan peran signifikan dalam memengaruhi jaringan sosial terkait topik ini. Dari 6 komentar yang berbeda, @joshtan3121 dihadapi dengan pendapat kontra dari sejumlah akun lainnya. Sejumlah pendapat muncul dalam diskusi ini, @topastopaz6105 bingung dengan absennya pemeriksaan laboratorium untuk bahan berbahaya. @dedotdedot7365 prihatin dengan pemborosan makanan dan menekankan pentingnya mematuhi aturan. @asdamrokik8911 menyinggung kasus pemborosan makanan di pasar tradisional. @VanilaKrim meragukan kehalalan makanan dan menyebut kemungkinan adanya kandungan tidak halal.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa sentimen media didominasi oleh sentimen netral sebanyak 40%. Sentimen netral tidak menunjukkan emosi kuat seperti kegembiraan atau kemarahan, mencerminkan ketidakmampuan atau ketidaktertarikan untuk memilih antara sikap positif atau negatif terhadap suatu topik. Ketidaksetujuan terhadap pemusnahan makanan jastip, terutama lewat pembakaran, bisa menimbulkan protes dan emosi negatif seperti kemarahan, kesedihan, atau kekecewaan. Ini dapat berpengaruh pada perasaan dan opini pembaca atau penonton, serta cara mereka memproses informasi. Dalam analisis ini, hasilnya dibagi menjadi sentimen positif, negatif, dan netral berdasarkan data dari Nelytics dan Gephi.

D. Kesimpulan

Kesimpulan dari penjelasan di atas adalah mayoritas komentar dalam diskusi tentang penanganan dan keamanan makanan dalam konteks penindakan terhadap perdagangan ilegal memiliki dominan sentimen netral sebanyak 40%. Namun, banyak warganet menyoroti pemusnahan makanan jastip yang dianggap kurang manusiawi oleh Bea Cukai. Diskusi ini menunjukkan dominasi emosi dalam sentimen yang terbentuk, yang dapat memengaruhi opini publik terhadap kebijakan Bea Cukai. Hasil studi ini dapat digunakan untuk mengembangkan artikel berikutnya dengan memanfaatkan Teori Agenda Setting untuk melihat bagaimana sentimen negatif berubah menjadi sentimen netral.

Daftar Pustaka

- Ajeng Nurhasanah, & Kiki Zakiah. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 3(2), 99–104. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i2.2700>
- Aprilianti, M. A. (2024, March 8). 1 Ton Milk Bun After You Asal Thailand Dimusnahkan di Bandara Soetta. *IDN Times*. <https://banten.idntimes.com/news/indonesia/maya-aulia-aprilianti-1/1-ton-milk-bun-after-you-asal-thailand-dimusnahkan-di-bandara-soetta?page=all>
- Barbalet, J. M. (2009). Emotion, Social Theory, and Social Structure. In J. M. Barbalet (Ed.), *Emotion, Social Theory, and Social Structure: A Macrosociological Approach* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/DOI: 10.1017/CBO9780511488740.003>
- Birjali, M., Kasri, M., & Beni-Hssane, A. (2021). A comprehensive survey on sentiment analysis: Approaches, challenges and trends. *Knowledge-Based Systems*, 226, 107134. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2021.107134>
- Gunawan, B., Pratiwi, H. S., & Pratama, E. E. (2018). Sistem Analisis Sentimen pada Ulasan Produk Menggunakan Metode Naive Bayes. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 4(2), 113. <https://doi.org/10.26418/jp.v4i2.27526>
- Hadiwinata, L. N., Murtiningsih, B. S. E., & Berto, A. R. (2023). Analisis Teks Dan Jaringan Promosi Media Sosial Youtube Mobil Listrik Ioniq 5 Menggunakan Metode Sna. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.24853/pk.7.1.1-18>
- Herwindo, J., Murtiningsih, B. S. E., & Juliadi, R. (2023). Identification of Netizen Communication regarding the Issue of the National Capital Relocation Plan # IKN Nusantara on Twitter. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 113–127. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i1.733>
- Huh, C. U., & Park, H. W. (2024). Setting the Public Sentiment: Examining the Relationship between Social Media and News Sentiments. *Systems*, 12(3), 1–13. <https://doi.org/10.3390/systems12030105>
- Isa. (2024, April 28). Desakan Agar Bea Cukai Berbenah Buntut Kasus Viral Bea Masuk. *DetikNews*, 1. <https://news.detik.com/berita/d-7315093/desakan-agar-bea-cukai-berbenah-buntut-kasus-viral-bea-masuk?single=1>
- Kusumastuti, A. D. (2020). Fenomena Jasa Titip (Jastip) Dan Polemik Bagi Kelangsungan Produk Umkm. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(1), 33–39. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i1.645>
- Pratiwi, M. A. (2022). *ANALISIS SENTIMEN UNTUK MENGETAHUI PERSPEKTIF MASYARAKAT MENGENAI VAKSIN COVID-19* [Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. <https://e-journal.uajy.ac.id/27173/>
- Purwanti, A. (2024, March 13). Fenomena Jastip dan Minat Konsumen terhadap Produk Asing. *Kompas.Id*. <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/03/13/fenomena-jastip-dan-minat-konsumen-terhadap-produk-asing>
- Putri, F. B. V., Susilo, D., & Berto, A. R. (2022). Jaringan dan Komentar Viral Marketing Pantene Indonesia Miracles Hair Supplement Baru Pada Akun Youtube Pantene Indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(3), 212–229. <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i3.4705>
- Rohimi, P. (2021). *SNA DENGAN NETLYTIC PADA KOLOM KOMENTAR VIDEO YOUTUBE GUS MIFTAH CERAMAH DI GEREJA*. 1(1), 360–377. <https://doi.org/10.21154/dialogia.v15i2.1192.4>
- Rozi, I. F., Hamdana, E. N., & Muhammad Balya Iqbal Alfahmi. (2018). PENGEMBANGAN APLIKASI ANALISIS SENTIMEN TWITTER MENGGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES CLASSIFIER (Studi Kasus SAMSAT Kota Malang). *Jurnal Informatika Polinema*, 4(2), 149. <https://doi.org/10.33795/jip.v4i2.164>

- Syauqina, L., Ichsan, S. S., Studi, P., & Komunikasi, I. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI TENTANG SOSIALISASI EKSPOR DAN IMPOR BARANG BAWAAN PENUMPANG OLEH BEA DAN CUKAI KEPADA PENYEDIA LAYANAN JASA TITIP. *Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 8(1), 781–793. <https://doi.org/10.52434/jk.v8i1.1292>
- Wangsa, A. K., Juliadi, R., & Astagini, N. (2024). Communication Network Analysis on the Issue of #PertaminaKembaliTerbakar on Social Media X year 2023. *Aristo*, 12(2), 432–451. <https://doi.org/10.24269/ars.v12i2.8099>
- Wankhade, M., Rao, A. C. S., & Kulkarni, C. (2022). A survey on sentiment analysis methods, applications, and challenges. *Artificial Intelligence Review*, 55(7), 5731–5780. <https://doi.org/10.1007/s10462-022-10144-1>