

**SKRIPSI**

**ANALISIS SENTIMEN PUBLIK TERHADAP KENAIKAN PPN  
12% (STUDI PADA PROGRAM ACARA JELASIN DONG  
DI CHANNEL TEMPODOTCO)**



**OLEH**

**SAKINA**

**NIM : 2120203870233035**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2026 M/ 1447 H**

**ANALISIS SENTIMEN PUBLIK TERHADAP KENAIKAN PPN  
12% (STUDI PADA PROGRAM ACARA JELASIN DONG  
DI CHANNEL TEMPODOTCO)**



**OLEH**

**SAKINA**

**NIM : 2120203870233035**

Skripsi sebagai salah satu syarat lulus untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab  
dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2026 M/1447 H**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul skripsi : Analisis Sentimen Publik terhadap Kenaikan PPN  
12 % (Studi pada Program Jelasin Dong  
Tempodotco)

Nama Mahasiswa : Sakina

NIM : 2120203870233035

Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

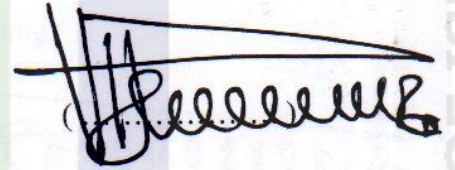
Dasar Penetapan Pembimbing : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab  
dan Dakwah

No. B-955/In.39/FUAD.03/PP.00.9/04/2025

Disetujui Oleh :

Pembimbing Pendamping : Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I.

NIP : 197507042009011006



Mengetahui :

Dekan

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurhidam, M.Hum.

NIP : 196412311992031045

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Sentimen Publik terhadap Kenaikan PPN  
12 % (Studi pada Program Jelasin Dong  
Tempodotco)

Nama Mahasiswa : Sakina

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203870233035

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

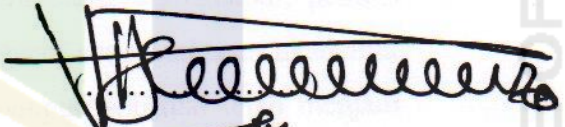
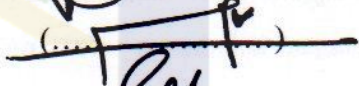
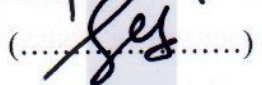
No. B-955/In.39/FUAD.03/PP.00.9/04/2025

Disahkan oleh Komisi Pembimbing

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. (Ketua)

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (Anggota)

Mifdah Hilmiyah, M.I. Kom. (Anggota)

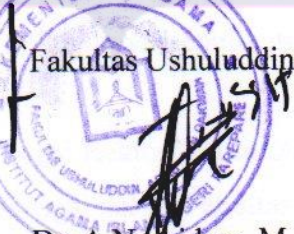
  
(.....)  
  
(.....)  
  
(.....)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



  
Dr. A. Nurkidam, M.Hum.  
NIP. 196412311992031045

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
 الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ  
 وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis haturkan ke hadirat Allah Swt. atas limpahan hidayah, kekuatan, dan kesabaran-Nya yang menjadi penopang utama hingga skripsi ini tuntas terselesaikan. Selawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad saw., pembawa pelita kebenaran yang menuntun umat manusia menuju keselamatan dunia dan akhirat. Secara khusus, penulis persembahkan rasa terima kasih tak terhingga kepada Ayahanda tercinta, Sabang dan Ibunda Rahmatia tersayang, kesabaran, serta suntikan semangat yang tiada henti dari mereka adalah sumber kekuatan dan inspirasi di setiap langkah hidup penulis. Berkat untaian doa tulus yang terus mengalir siang dan malam, penulis diberikan kemudahan serta keteguhan hati untuk melewati setiap tahapan akademik ini. Segala pengorbanan dan dukungan baik moral maupun spiritual telah menjadi fondasi kokoh bagi perjuangan penulis. Semoga Allah Swt. membalas segala kebaikan Ayahanda dan Ibunda dengan pahala yang berlipat ganda, keberkahan, serta kebahagiaan yang abadi. Aamiin. Penulis menyadari adanya kekurangan dalam karya ini, namun berkat bimbingan dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat hadir sebagai bukti perjuangan tersebut. Oleh karena itu, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan apresiasi setinggi-tingginya kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini. Selanjutnya penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag., sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare.
2. Dr. A. Nurkidam, M. Hum. sebagai dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare.

3. Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. selaku pembimbing dengan penuh kesabaran dan keteladanan.
4. Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. selaku penguji 1 dan Ibu Mifda Hilmiyah, M.I. Kom selaku penguji 2.
5. Dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Dr. Nurhakki, S.Sos., M.Si selaku ketua program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
7. Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan seluruh staf.

Parepare, 6 Januari 2026 M  
17 Rajab 1447 H

Peneliti,



Sakina  
NIM.2120203870233035

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sakina  
Nim : 2120203870233035  
Tempat/Tgl.Lahir : Bottae/Sabtu,10 Januari 2003  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Judul Skripsi : Analisis Sentimen Publik terhadap Kenaikan PPN 12 % :  
Studi pada Program Jelasin Dong Tempodotco

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 6 Januari 2026 M  
Penyusun,



Sakina  
NIM.2120203870233035

## ABSTRAK

SAKINA, *Analisis Sentimen Publik terhadap Kenaikan PPN 12 %: Studi pada Program Jelasin Dong Tempodotco*, (Dibimbing oleh Iskandar)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen publik terhadap kenaikan PPN 12% yang dibahas dalam program acara *Jelasin Dong* di Channel Tempodotco. Fenomena kenaikan PPN yang menjadi topik hangat di kalangan masyarakat memunculkan beragam reaksi. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana sentimen publik terhadap kenaikan PPN 12% pada program acara *Jelasin Dong* di Channel Tempodotco. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana khalayak merespons isu tersebut melalui komentar-komentar di platform YouTube.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui scraping data menggunakan platform *communalytic.org* untuk mengumpulkan komentar-komentar publik di video You tube terkait program tersebut. Data komentar yang dianalisis adalah sebagian komentar dari 121 komentar yang muncul dan di nonton 71.091. penelitian ini dilakukan sejak tanggal 4 januari 2025. Selanjutnya, analisis sentimen otomatis dilakukan menggunakan teknik *TextBlob* dan *VADER* untuk menilai sentimen komentar yang terhimpun. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori resonansi pesan dan juga teori resepsi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon khalayak terhadap video *Jelasin Dong* menunjukkan sentimen netral. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa khalayak YouTube tidak menerima pesan secara pasif, melainkan lebih aktif dalam menafsirkan pesan tersebut berdasarkan konteks sosial, pengalaman hidup, dan latar belakang budaya mereka. Temuan ini mendukung Teori Resepsi Stuart Hall yang menyatakan bahwa pemahaman khalayak terhadap pesan media dipengaruhi oleh posisi sosial dan budaya yang mereka miliki.

**Kata Kunci:** Analisis Sentimen, Kenaikan PPN 12%, Tempodotco, Youtube

## DAFTAR ISI

|                                                  | Halaman |
|--------------------------------------------------|---------|
| HALAMAN SAMPUL .....                             | i       |
| HALAMAN JUDUL .....                              | ii      |
| PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....              | iii     |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....                  | iv      |
| KATA PENGANTAR .....                             | v       |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....                | vii     |
| ABSTRAK .....                                    | viii    |
| DAFTAR ISI .....                                 | ix      |
| DAFTAR TABEL .....                               | xii     |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xiii    |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....           | xiv     |
| BAB I PENDAHULUAN .....                          | 1       |
| A. Latar Belakang .....                          | 1       |
| B. Rumusan Masalah .....                         | 6       |
| C. Tujuan Penelitian .....                       | 7       |
| D. Kegunaan Penelitian .....                     | 7       |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                    | 9       |
| A. Tinjauan Penelitian Relevan .....             | 9       |
| B. Tinjauan Teoritis .....                       | 12      |
| C. Kerangka Konseptual .....                     | 16      |
| D. Kerangka Pikir .....                          | 27      |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                  | 29      |
| A. Jenis dan pendekatan penelitian .....         | 29      |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....             | 30      |
| C. Fokus Penelitian .....                        | 31      |
| D. Jenis dan Sumber Data .....                   | 31      |
| E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data ..... | 32      |

|                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| F. Ujian keabsahan Data.....                                                                                          | 33 |
| G. Teknik Analisis Data.....                                                                                          | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                                                                          | 40 |
| A. Hasil Penelitian .....                                                                                             | 40 |
| 1. Gambaran Sentimen Publik Terhadap Video Kenaikan Publik<br>PPN 12%.....                                            | 40 |
| 2. Analisis Sentimen Publik Terhadap Kenaikan PPN 12 % pada<br>Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco ..... | 42 |
| 3. Resepsi Khalayak Terhadap Kenaikan PPN 12 % Pada Program<br>Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco.....          | 53 |
| B. Pembahasan.....                                                                                                    | 66 |
| 1. Sentimen Publik Terhadap Kenaikan PPN 12 % pada Program<br>Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco.....           | 66 |
| 2. Resepsi Khalayak Terhadap Kenaikan PPN 12 % Pada Program<br>Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco.....          | 70 |
| BAB V PENUTUP.....                                                                                                    | 74 |
| A. Kesimpulan .....                                                                                                   | 74 |
| B. Saran.....                                                                                                         | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                  | 76 |
| LAMPIRAN.....                                                                                                         | 79 |
| BIODATA PENULIS .....                                                                                                 | 82 |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor Gambar | Judul Gambar                                              | Halaman |
|--------------|-----------------------------------------------------------|---------|
| 2.1          | Kerangka Pikir                                            | 25      |
| 3.1          | Thumbnail Video                                           | 28      |
| 4.1          | Thumbnail video                                           | 35      |
| 4.2          | Postingan Per Hari Video                                  | 37      |
| 4.3          | Word Cloud                                                | 39      |
| 4.4          | Diagram Pie 10 User dengan Komentar dan Balasan Terbanyak | 42      |
| 4.5          | Distribusi Nilai Polaritas                                | 45      |
| 4.6          | Rata-Rata Skor Toksisitas Video Setiap Hari               | 48      |
| 4.7          | Distribusi Skor Toksisitas                                | 50      |
| 4.8          | Rata-rata nilai Prososial per Minggu                      | 53      |
| 4.9          | Distribusi Skor Prosial                                   | 55      |
| 4.10         | Semantic Similarity Map                                   | 57      |

**DAFTAR TABEL**

| Nomor Tabel | Judul Tabel         | Halaman |
|-------------|---------------------|---------|
| 4.1         | Analisis Sentimen   | 43      |
| 4.2         | Analisis Toksisitas | 46      |
| 4.3         | Analisis Prososial  | 51      |



**DAFTAR LAMPIRAN**

| Nomor Lampiran | Judul Tabel                      | Halaman |
|----------------|----------------------------------|---------|
| 1              | SK. Penetapan Pembimbing Skripsi | 80      |
| 2              | Hasil Turniting                  | 81      |
| 3              | Biodata Penulis                  | 82      |



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1 Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin        | Nama                        |
|------------|--------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif   | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan          |
| ب          | Ba     | B                  | Be                          |
| ت          | Ta     | T                  | Te                          |
| ث          | Ša     | Š                  | Es (dengan titik diatas)    |
| ج          | Jim    | J                  | Je                          |
| ح          | Ha     | H                  | Ha (dengan titik di bawah)  |
| خ          | Kho    | Kh                 | Ka dan ha                   |
| د          | Dal    | D                  | De                          |
| ذ          | Žal    | Ž                  | Zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | Ra     | R                  | Er                          |
| ز          | Zai    | Z                  | Zet                         |
| س          | Sin    | S                  | Es                          |
| ش          | Syin   | Sy                 | Es dan ye                   |
| ص          | Šad    | Š                  | Es (dengan titik di bawah)  |
| ض          | Đad    | Đ                  | De (dengan titik di bawah)  |
| ط          | Ṭa     | Ṭ                  | Te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | Za     | Z                  | Zet (dengan titik di bawah) |
| ع          | ‘ain   | ‘                  | Apostrof terbalik           |
| غ          | Gain   | G                  | Ge                          |
| ف          | Fa     | F                  | Ef                          |
| ق          | Qaf    | Q                  | Qi                          |
| ك          | Kaf    | K                  | Ka                          |
| ل          | Lam    | L                  | El                          |
| م          | Mim    | M                  | Em                          |
| ن          | Nun    | N                  | En                          |
| و          | Wau    | W                  | We                          |
| ه          | Ha     | H                  | Ha                          |
| ء          | Hamzah | ,                  | Apostrof                    |
| ي          | Ya     | Y                  | Ye                          |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

## 2 Vokal

Vokal bahasa arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama          | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| أَ    | <i>Fathah</i> | A           | A    |
| إِ    | <i>Kasrah</i> | I           | I    |
| أُ    | <i>Dammah</i> | U           | U    |

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama                  | Huruf Latin | Nama    |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
| أَيَّ | <i>Fathah dan ya</i>  | Ai          | A dan I |
| أَوَّ | <i>Fathah dan wau</i> | Au          | A dan U |

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauila*

## 3 Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Tanda             | Nama                            | Huruf Latin | Nama                |
|-------------------|---------------------------------|-------------|---------------------|
| أَ... ا...   آ... | <i>Fathah dan alif atau ya'</i> | Ā           | A dan garis di atas |
| إِ...             | <i>Kasrah dan ya'</i>           | Ī           | I dan garis di atas |
| أُ...             | <i>Dammah dan wau</i>           | Ū           | U dan garis di atas |

Contoh:

مَاتَ : *Māta*

رَمَى : *Ramā*

قِيلَ : *Qīla*

يَمُوتُ : *Yamūtu*

## 4 Ta'marbutah

Transliterasi untuk *ta'marbutah* ada dua, yaitu:

- 1) *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].
- 2) *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat *sukun*, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةٌ : *raudah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

## 5 Syaddah

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعَمَّ : *nu'ima*

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

## 6 Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *lam ma'arifah* (ل). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata

sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

## 7 Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْغُ : *al-nau'*

## 8 Penulisan Kata Arab yang Sering Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari al-Qur'ān), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*FiZilal al-Qur'an*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

## 9 Lafz Al-Jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *tā'marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُفِيَرَحْمَةِاللَّهِ : *hum fī raḥmatullāh*

## 10 . Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang (Al).

Contoh:

*Wa ma Muhammadun illa rasul*

*Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan*

*Syahru Ramadan al-lazi unzila fih al-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tus*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu al-Wafid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu).

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu).

## 11 Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah :

|                |                                                   |
|----------------|---------------------------------------------------|
| swt.           | : subhanahu wa ta'ala                             |
| saw.           | : shallallahu 'alaihi wa sallam                   |
| a.s.           | : 'alaihi al-salam                                |
| H              | : Hijrah                                          |
| M              | : Masehi                                          |
| SM             | : Sebelum Masehi                                  |
| l.             | : Lahir tahun (untuk tahun yang masih hidup saja) |
| w.             | : Wafat tahun                                     |
| QS .... / .... | : QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3:4       |
| HR             | : Hadis Riwayat                                   |
| Hlm.           | : halaman                                         |

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan salah satu komponen utama dalam penerimaan negara yang memiliki peran strategis dalam mendukung pembiayaan pembangunan nasional serta penyediaan berbagai layanan publik bagi masyarakat. Sebagai pajak konsumsi, PPN dikenal atas peredaran barang dan jasa yang dikonsumsi secara luas, sehingga keberadaannya sangat dekat dan relevan dengan aktivitas ekonomi sehari-hari masyarakat.<sup>1</sup>

PPN berperan besar dalam menjaga keseimbangan fiskal negara yang membantu memperkuat stabilitas ekonomi dan mendukung keberlanjutan pembangunan. Menurut Siregar, PPN berkontribusi besar dalam menjaga keberlanjutan fiskal negara, terutama untuk memperluas basis pajak dan memastikan keberhasilan pembangunan ekonomi.<sup>2</sup>

Kebijakan fiskal yang diterapkan oleh pemerintah, terutama yang berkaitan dengan pajak, selalu menjadi topik yang mendapatkan perhatian besar dari publik. Salah satu kewajiban fiskal yang baru-baru ini diperkenalkan adalah kenaikan tarif PPN 11% menjadi 12 Persen .

Kenaikan tarif PPN menjadi 12% untuk barang dan jasa mewah seperti Impor barang kena pajak, Penyerahan Barang kena pajak, penyerahan Jasa kena pajak, Pemanfaatan Barang kena pajak, yang berlaku mulai 1 Januari 2025.<sup>3</sup> Kenaikan tarif PPN ini tidak hanya mencakup barang dan jasa mewah,

---

<sup>1</sup> Mardiasmo, *Perpajakan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 155.

<sup>2</sup> Siregar, H. *Peran Pajak dalam Pembangunan Ekonomi Negara: Tinjauan Ekonomi Makro*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Fiskal, 21(4) (2020)..

<sup>3</sup> Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2021. *Harmonisasi Peraturan Perpajakan*.

tetapi lebih luas untuk meningkatkan sistem perpajakan seperti yang sebelumnya sudah diatur dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP) No. 7 Tahun 2021. dan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 131 Tahun 2024, telah memicu reaksi yang beragam di kalangan masyarakat.<sup>4</sup>

Ketentuan PMK No. 11 Tahun 2025 untuk besaran tertentu dan Nilai Lain. Peraturan Menteri ini mengubah atau menetapkan peraturan baru untuk menyesuaikan ketentuan yang mencakup perubahan tarif PPN atas LPG tertentu dan hasil tembakau, perubahan PPN atas pupuk bersubsidi sektor pertanian, penyesuaian tarif PPN untuk emas perhiasan, batu permata dan kendaraan bekas.<sup>5</sup>

PPN atas Jasa kena pajak tertentu sesuai PMK 71/PMK.03/2003 Pada Jasa pengiriman paket, Jasa freight, Jasa forwarding, Jasa penyelenggaraan voucher, Jasa perjalanan ke tempat lain, Jasa pengiriman Biro/Agen Wisata. Kenaikan tarif PPN ini bertujuan meningkatkan pendapatan negara untuk memperkuat keberlanjutan fiskal, khususnya dengan memperluas basis pajak dari kalangan berpenghasilan tinggi. Antara lain di bidang infrastruktur, perawatan kesehatan, dan perlindungan sosial. Salah satu program terbaru yang masuk ranah anggaran, seperti program makan siang gratis bagi masyarakat dan keberlanjutan pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN).

Kebijakan ini juga menimbulkan berbagai pertanyaan mengenai dampaknya terhadap sektor-sektor tertentu. Dampak terbesar dari kenaikan

---

<sup>4</sup> Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2021. *Harmonisasi Peraturan Perpajakan*.

<sup>5</sup> Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 131/PMK.010/2024. *Tarif Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah*. (2024).

PPN ini diperkirakan akan terasa pada barang dan jasa mewah, yang sangat bergantung pada daya beli konsumen kelas atas. Sebagian besar masyarakat berpendapatan rendah cenderung merasa tertekan dengan kebijakan ini, mengingat meningkatnya harga barang yang akan mereka konsumsi setiap hari. Kebijakan ini pun menimbulkan kebingungan dan kekhawatiran di kalangan publik mengenai daya beli dan pengaruhnya terhadap perekonomian domestik.

Upaya untuk memberikan penjelasan yang lebih jelas telah dilakukan, banyak masyarakat yang tetap merasa kebijakan ini memberatkan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), kenaikan tarif PPN diperkirakan dapat meningkatkan penerimaan negara sebesar 176,4 triliun rupiah.<sup>6</sup> Dampak langsungnya terhadap daya beli masyarakat, terutama mereka yang berada di lapisan ekonomi bawah, cukup signifikan.

Di era digital saat ini, media digital dan media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam komunikasi kebijakan publik. Menurut laporan Digital 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2024 mencapai 185 juta orang, atau sekitar 66,5% dari total populasi.<sup>7</sup> Penyampaian informasi terkait kebijakan PPN 12% melalui platform media digital menjadi sangat krusial untuk memastikan bahwa pesan tersebut sampai dan dipahami dengan baik oleh masyarakat luas. Media digital tidak hanya

---

<sup>6</sup> Badan Pusat Statistik (BPS). “Penerimaan Negara dan Dampak Kenaikan PPN 12%”. Jakarta: BPS. (2022).

<sup>7</sup> We Are Social & Meltwater, Digital 2024: Indonesia, diakses 30 Juni 2025,

berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog yang mendukung partisipasi publik dalam proses komunikasi.<sup>8</sup>

Salah satu program media sosial yang berperan penting dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan PPN adalah Program "Jelasin Dong" di YouTube Tempodotco. Program ini menyajikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai kebijakan PPN 12%, dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh khalayak. Media edukasi seperti "Jelasin Dong" berfungsi untuk menjawab berbagai keraguan dan pertanyaan masyarakat mengenai kebijakan ini.

Melalui komentar-komentar yang muncul di program ini, kita dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana masyarakat merespons kebijakan PPN 12%. Analisis sentimen dapat digunakan untuk mengeksplorasi perasaan dan pandangan masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Sentimen ini bisa dikategorikan dalam tiga kelompok utama: positif, negatif, dan netral. Penelitian yang dilakukan oleh Suryani dan Sutrisno menunjukkan bahwa analisis sentimen melalui komentar digital dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai persepsi publik terhadap kebijakan yang kontroversial, termasuk kebijakan fiskal seperti PPN.<sup>9</sup>

Selain analisis sentimen, penelitian ini juga memanfaatkan topik tren untuk mengidentifikasi topik-topik utama yang sering dibahas oleh masyarakat dalam diskusi mengenai kenaikan PPN, dengan menggunakan teknik analisis data di platform *Communalytic.org*. Teknik ini memungkinkan

---

<sup>8</sup> Santosa, D. Peran media digital dalam komunikasi publik di era modern. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (2022). 8(1), 55-70.

<sup>9</sup> Suryani, F., & Sutrisno, H. *Public sentiment and its role in policy acceptance: A study on Indonesia's economic reforms*. *Journal of Indonesian Economic Policy*, (2024). 12(1), 23-38.

peneliti untuk mengelompokkan informasi berdasarkan topik-topik yang menjadi perhatian utama dalam diskusi publik.

Pendekatan ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu yang paling banyak dibahas oleh masyarakat terkait dampak dari kebijakan tersebut. Dengan menggunakan teknik ini, penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih lanjut apa saja yang menjadi perhatian utama masyarakat, apakah mereka lebih tertarik pada dampak sosial dari kebijakan ini, ataukah lebih pada aspek teknis seperti pelaksanaan dan pengawasan kebijakan tersebut.

Penelitian oleh Wulandari et al. hanya mencakup analisis terhadap kebijakan umum tanpa menggali lebih dalam tentang kebijakan fiskal spesifik seperti kenaikan tarif PPN di Indonesia.<sup>10</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan memberikan pendekatan yang lebih terfokus pada dampak spesifik kebijakan PPN 12% terhadap masyarakat Indonesia.

Penelitian sebelumnya yang ada cenderung berfokus pada sektor ekonomi secara umum, dan lebih jarang yang menggali bagaimana kebijakan pajak spesifik seperti PPN 12% diterima oleh masyarakat di tingkat lokal. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menilai sentimen publik terhadap kebijakan ini dalam konteks lokal Indonesia, serta bagaimana media digital seperti "Jelasin Dong" berfungsi sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk meningkatkan pemahaman publik.

---

<sup>10</sup> Wulandari, P., & Putra, *The role of social media in shaping public opinion on policy issues: A case study of tax reforms in Indonesia*. Journal of Social Media Research, 10(3), 76-88.

Program acara seperti "Jelasin Dong" menawarkan peluang bagi masyarakat untuk berinteraksi langsung dengan media yang menyampaikan pesan kebijakan. Dengan menggunakan analisis komentar publik yang muncul di program ini, penelitian ini dapat menggali lebih dalam bagaimana masyarakat merespons kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah. Hal ini penting untuk memahami keberhasilan implementasi kebijakan tersebut, serta dampaknya terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat.

Keberhasilan komunikasi kebijakan sangat bergantung pada bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, memahami sentimen publik terhadap kebijakan PPN 12% melalui Analisis sentimen dan Analisis resepsi dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai persepsi masyarakat terhadap kebijakan ini. Penelitian ini berfokus pada bagaimana masyarakat merespons kebijakan ini, baik dalam bentuk dukungan maupun penolakan, serta faktor-faktor yang memengaruhi pandangan mereka terhadap kebijakan pajak yang baru diterapkan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul :

“Analisis Sentimen Publik Terhadap Kenaikan PPN 12% : Studi Pada Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan yang dijadikan sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut ;

1. Bagaimana Sentimen Publik Terhadap kenaikan PPN 12 % pada Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco ?

2. Bagaimana Resepsi khalayak terhadap kenaikan PPN 12 % pada Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco ?

### C. Tujuan Penelitian

Kemudian berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut ;

1. Untuk menganalisis Sentimen Publik Terhadap kenaikan PPN 12 % Pada Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco.
2. Untuk mengidentifikasi Resepsi khalayak dalam diskusi publik terkait kebijakan PPN 12% Pada Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco.

### D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dalam pengembangan ilmu pengetahuan maupun dalam penerapan praktis. Secara teoritis, penelitian ini akan memperkaya kajian tentang analisis sentimen dan komunikasi kebijakan, khususnya yang berkaitan dengan isu-isu ekonomi seperti kenaikan pajak. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan kontribusi dalam penggunaan teknik *Communalytic.org*. untuk menganalisis resepsi khalayak yang berkembang dalam diskusi publik mengenai kebijakan ekonomi.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak. Bagi pemerintah dan pembuat kebijakan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih

efektif dan tepat sasaran untuk mengelola persepsi dan sentimen publik terhadap kebijakan fiskal, khususnya kenaikan PPN. Bagi media massa dan pengelola program edukasi digital seperti Jelasin Dong, dapat membantu dalam merancang konten edukatif yang sesuai dengan isu-isu yang menjadi perhatian masyarakat dan mengoptimalkan interaksi dengan publik. Selain itu, masyarakat umum juga dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai dinamika opini publik dan peran media digital sebagai ruang dialog kebijakan.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian ini bukan skripsi yang pertama kali membahas terhadap kenaikan PPN, untuk memperkuat pendapatan, peneliti menggunakan temuan penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan untuk di jadikan referensi dalam penulisan. Beberapa penelitian yang digunakan antara lain :

*Pertama*, Analisis Sentimen Publik di Media Sosial terhadap Kenaikan PPN 12% Menggunakan IndoBERT. Penelitian oleh Michael Reynald Manoppo dkk. (2025).<sup>11</sup> Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sentimen publik terhadap kenaikan PPN 12% menggunakan model IndoBERT untuk menganalisis komentar-komentar yang ada di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas sentimen publik terkait kebijakan PPN 12% adalah negatif, dengan kekhawatiran tentang dampaknya terhadap daya beli masyarakat. Penelitian ini memberikan pandangan tentang bagaimana model berbasis BERT dapat digunakan untuk menganalisis sentimen dalam konteks kebijakan perpajakan.

Persamaan peneliti dengan penelitian terletak pada fokus keduanya terhadap Analisis Sentimen Publik di Media Sosial. Memiliki tujuan yang sama untuk menganalisis sentimen publik terhadap kenaikan PPN 12 %. Perbedaan penelitian ini tidak menghubungkan sentimen publik dengan teori resonansi pesan, yang menjadi fokus utama peneliti, di mana relevansi pesan dengan pengalaman masyarakat akan mempengaruhi tingkat penerimaan kebijakan.

---

<sup>11</sup> Reynald Manoppo, M., et al. *Analisis Sentimen Publik di Media Sosial terhadap Kenaikan PPN 12% Menggunakan IndoBERT*. Jurnal Kecerdasan Buatan dan Teknologi Informasi, Vol. 4, No. 2, Mei 2025.

*Kedua, Persepsi Publik terhadap Kenaikan PPN 12% : Pendekatan Sentimen pada Komentar You Tube.* Windi Irmayani (2024).<sup>12</sup> Dalam penelitiannya menggunakan analisis sentimen untuk menilai komentar-komentar publik di You Tube mengenai kebijakan kenaikan PPN 12%. Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar komentar bersifat negatif, dengan kritik utama terhadap potensi kenaikan biaya hidup akibat kebijakan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas komentar memiliki sentimen negatif, dengan dominasi komentar yang sangat negatif terhadap kebijakan kenaikan PPN. Hanya sebagian kecil komentar yang mengungkapkan sentimen positif atau netral, mengindikasikan adanya ketidakpuasan masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Persamaan peneliti dengan penelitian diatas terletak pada isu serupa terkait kenaikan PPN 12%. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya memahami dinamika sentimen publik melalui platform digital seperti you tube untuk menilai persepsi masyarakat terhadap kebijakan ekonomi. Meskipun penelitian ini berfokus pada analisis sentimen menggunakan BERT,

Pembedaan penelitian ini adalah tidak ada penghubungan dengan resonansi pesan, yang menjadi elemen penting dalam penelitian ini untuk mengevaluasi relevansi kebijakan PPN 12% terhadap masyarakat. Penelitian ini juga lebih berfokus pada analisis data kuantitatif tanpa menggali lebih dalam mengenai pengalaman dan pandangan masyarakat.

---

<sup>12</sup> Irmayani, W. (2024). *Persepsi Publik terhadap Kenaikan PPN 12%: Pendekatan Sentimen pada Komentar YouTube*. Jurnal Khatulistiwa Informatika, Vol. 12 No. 2, Desember 2024.

*Ketiga, Analisis Sentimen Publik di X Terhadap Rencana Kenaikan PPN 12% Menggunakan BERT.* Penelitian oleh Ferdian Imawan et al. (2025).<sup>13</sup> menggunakan model BERT untuk menganalisis sentimen publik terhadap rencana kenaikan PPN 12% di platform media sosial. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sentimen negatif lebih dominan, meskipun ada sejumlah sentimen positif yang menyoroti potensi manfaat dari kebijakan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan statistik untuk analisis sentimen,

Perbedaan penelitian tidak menggali lebih dalam bagaimana pesan kebijakan tersebut beresonansi dengan khalayak dan apakah relevansi kebijakan ini memengaruhi respon publik secara emosional atau kognitif.

*Keempat, Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Rencana Kenaikan PPN 12% di Indonesia pada Media Sosial X Menggunakan Metode Decision Tree* Penelitian oleh Intan Diah Hardyatman dan Firman Noor Hasan (2025) menggunakan metode *Decision Tree* untuk menganalisis sentimen terhadap kebijakan PPN 12%. Penelitian ini menunjukkan bahwa sentimen publik di media sosial cenderung negatif, dengan kekhawatiran tentang peningkatan harga barang-barang yang tidak termasuk dalam kategori mewah.

Perbedaan penelitian ini tidak mengaitkan analisis sentimen dengan Resonansi Pesan, yang menjadi kunci dalam memahami mengapa kebijakan PPN 12% diterima atau ditolak oleh masyarakat berdasarkan relevansinya.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Imawan, F., et al. *Analisis Sentimen Publik di X Terhadap Rencana Kenaikan PPN 12% Menggunakan BERT*. CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science), Vol. 10, No. 1, Januari 2025.

<sup>14</sup> Hardyatman, I. D., & Hasan, F. N. *Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Rencana Kenaikan PPN 12% di Indonesia pada Media Sosial X Menggunakan Metode Decision Tree*. Journal of Information System Research, Vol. 6, No. 2, Januari 2025.

Penelitian terdahulu yang relevan memberikan gambaran mengenai bagaimana analisis sentimen dapat dilakukan menggunakan metode seperti Naive Bayes, SVM, dan BERT, serta memberikan wawasan tentang bagaimana sentimen publik dapat dianalisis melalui komentar dan diskusi di media sosial. Namun, banyak dari penelitian ini yang kurang menekankan pada Resonansi Pesan dengan menggunakan kebaharuan dan inovasi *communalytic.org*. yang menjadi fokus utama peneliti, yaitu bagaimana kebijakan PPN 12% beresonansi dengan khalayak berdasarkan pengalaman mereka. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sentimen publik terhadap kebijakan seringkali bersifat negatif, dengan banyaknya kekhawatiran mengenai dampak ekonomi dari kebijakan tersebut.

## B. Tinjauan Teoritis

### 1. Teori Resonansi Pesan (*Message Resonance Theory*)

Teori Resonansi Pesan (*message resonance theory*) adalah pendekatan krusial dalam studi komunikasi yang menjelaskan bagaimana sebuah pesan bisa sangat memengaruhi publik. Teori ini menyoroti hubungan antara konten pesan dengan nilai, pengalaman, keyakinan, atau kerangka berpikir khalayak. Singkatnya, resonansi tercipta saat khalayak merasa pesan tersebut berbicara langsung kepada mereka, seolah-olah merefleksikan pikiran dan perasaan pribadi mereka. George E. Marcus. *Affective Intelligence Theory Marcus* menunjukkan bahwa emosi berperan penting dalam politik dan komunikasi publik. Emosi membantu orang merespons informasi baru dan merubah pendirian.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Marcus, G. E. (2000). *Emotions in Politics*. Annual Review of Political Science, 3(1), 221–250.

Resonansi tidak hanya melibatkan aspek kognitif, tapi juga emosional. Pesan yang beresonansi tidak cuma dipahami secara logis, tapi juga membangkitkan respons emosional seperti empati, kemarahan, ketakutan, atau antusiasme. Sentuhan emosional ini meningkatkan daya ingat terhadap pesan dan mendorong khalayak untuk mendiskusikannya lebih lanjut. Ini menjelaskan mengapa pesan-pesan yang kuat secara emosional sering menjadi viral di media sosial.

Dalam bukunya, *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*, Severin dan Tankard menjelaskan bahwa resonansi pesan merupakan salah satu konsep penting dalam teori efek komunikasi massa. Pesan komunikasi akan memiliki daya pengaruh yang lebih kuat jika isinya dekat atau relevan dengan pengalaman, nilai, dan realitas hidup khalayak.<sup>16</sup>

Menurut Severin dan Tankard, resonansi terjadi ketika isi pesan yang diterima oleh publik memperkuat keyakinan atau persepsi yang sudah ada dalam diri khalayak. Pesan semacam ini tidak hanya diserap secara kognitif, tetapi juga menyentuh aspek afektif (emosional), sehingga mendorong khalayak merasakan bahwa apa yang ditampilkan media adalah representasi dari pengalaman mereka sehari-hari. Dengan demikian, resonansi menjembatani antara realitas media dengan realitas sosial penerima pesan.

Konsep ini juga sering dihubungkan dengan teori Kultivasi milik George Gerbner, yang menyebut bahwa jika tayangan di media selaras dengan pengalaman nyata khalayak, maka persepsi khalayak terhadap realitas akan semakin terbentuk kuat. Severin dan Tankard menekankan bahwa penyesuaian isi pesan dengan pengalaman khalayak membuat efek komunikasi tidak hanya terjadi sekali lewat

---

<sup>16</sup> Severin, Werner J. & Tankard, James W. (2014). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. Longman.

penyampaian pesan, tetapi dapat terus mengakar melalui pengulangan dan penguatan makna.

## 2. Teori resepsi

Teori resepsi merupakan salah satu aliran dalam penelitian, khususnya di bidang sastra dan komunikasi yang memfokuskan perhatian pada peran aktif pembaca atau khalayak dalam memaknai sebuah karya atau pesan. Berbeda dengan pendekatan tradisional yang lebih menekankan pada penulis atau teks itu sendiri, teori resepsi menganggap bahwa makna tidak sepenuhnya inheren dalam teks, melainkan dibentuk melalui interaksi antara teks dengan pengalaman, latar belakang, pengetahuan, dan "horizon harapan" pembaca.

Tokoh terkenal teori resepsi adalah Stuart Hall. Dalam model Encoding/Decoding, Hall menjelaskan bahwa setiap pesan media dikodekan (encoding) oleh pembuat pesan dengan maksud tertentu, tetapi khalayak dapat mendekode (decoding) pesan itu secara berbeda sesuai perspektif mereka. Hall membagi posisi khalayak menjadi tiga kategori:

1. Dominant-Hegemonic Reading : khalayak menerima makna seperti yang diinginkan media.
2. Negotiated Reading : khalayak sebagian menerima makna media tetapi juga menafsirkan sesuai pengalaman pribadi.
3. Oppositional Reading : khalayak menolak atau menentang makna dominan dan membacanya dengan perspektif kritis.<sup>17</sup>

Dalam bukunya *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, Baran & Davis menegaskan bahwa teori resepsi melihat khalayak bukan

---

<sup>17</sup> Hall, S. (1980). *Encoding/decoding*. In *Culture, Media, Language* (pp. 128–138). Routledge

sebagai penerima pasif, tetapi sebagai pihak yang aktif menafsirkan makna pesan. Dengan kata lain, khalayak dianggap co-creator of meaning, artinya mereka ikut menciptakan makna melalui proses pemaknaan pribadi yang dipengaruhi latar belakang sosial, budaya, nilai, dan pengalaman masing-masing individu.<sup>18</sup>

Baran & Davis menjelaskan bahwa makna sebuah pesan komunikasi tidak mutlak ditentukan oleh pengirim pesan (komunikator atau media). Sebaliknya, pesan bisa diterima secara berbeda oleh khalayak yang berbeda pula. Hal ini terjadi karena setiap individu membawa pengalaman, sudut pandang, dan pengetahuan yang unik, sehingga satu pesan yang sama bisa diartikan dengan cara yang beragam.

Konsep ini erat kaitannya dengan teori Encoding/Decoding yang dikembangkan Stuart Hall. Dalam model ini, pengirim pesan (encoder) membuat pesan dengan maksud tertentu, tetapi penerima pesan (decoder) memiliki kebebasan untuk menafsirkan pesan sesuai konteksnya sendiri. Maka dari itu, komunikasi massa bukanlah proses satu arah, melainkan proses interaktif yang membuka ruang negosiasi makna.

Misalnya, ketika penonton menyaksikan video penjelasan kebijakan PPN 12% di Jelasin Dong Tempodotco, interpretasi mereka bisa bervariasi. Ada penonton yang menerima penjelasan pemerintah sebagaimana maksud media, ada yang menegosiasikannya dengan realitas ekonomi pribadinya, dan ada pula yang menolaknya dengan sudut pandang kritis. Inilah yang dimaksud Baran & Davis ketika menyebut khalayak sebagai pencipta makna bersama, bukan sekadar penonton pasif.

---

<sup>18</sup> Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K. (2015). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (7th ed.)*. Stamford: Cengage Learning.

Teori Resepsi dikembangkan oleh Wolfgang Iser, dari aliran Konstanz, berfokus pada interaksi antara teks dan pembaca. Ia memperkenalkan konsep "implied reader" (pembaca tersirat) dan pentingnya "gaps" (celah) atau "blanks" (kosong) dalam teks. Teks dirancang untuk menghasilkan respons tertentu dari pembacanya. Pembaca tersirat adalah konstruksi teoretis dari pembaca yang "diharapkan" atau "dibayangkan" oleh teks, yang akan mengisi celah-celah tersebut.

Iser berpendapat bahwa semua teks memiliki celah, ambiguitas, atau bagian yang tidak sepenuhnya dijelaskan. Celah-celah inilah yang mengundang pembaca untuk secara aktif berpartisipasi dalam konstruksi makna, mengisi ruang kosong dengan imajinasi dan pengalaman mereka sendiri. Makna bukan hanya apa yang tertulis, tetapi juga apa yang pembaca isikan di antara baris.<sup>19</sup>

### C. Kerangka Konseptual

#### 1. Analisis Sentimen

Analisis sentimen adalah bidang interdisipliner yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengekstrak opini, perasaan, evaluasi, penilaian, sikap, dan emosi dari teks atau data verbal. Para ahli dari berbagai disiplin ilmu telah memberikan definisi dan perspektifnya.

Bing Liu, dalam bukunya *Sentiment Analysis and Opinion Mining*, mendefinisikan analisis sentimen sebagai "studi komputasi tentang opini, sentimen, dan emosi yang diekspresikan dalam teks." Liu menekankan bahwa analisis sentimen berfokus pada penentuan polaritas (positif, negatif, atau netral) dari suatu teks terhadap entitas tertentu (misalnya produk, layanan, organisasi,

---

<sup>19</sup> Iser, W. *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response*. Johns Hopkins University Press. (1978).

atau topik). Meskipun ia banyak berfokus pada aspek komputasi, definisi ini mencakup inti dari apa yang dicari dalam analisis sentimen: mengidentifikasi sikap atau pandangan subjektif dari data.<sup>20</sup>

Menurut Pang dan Lee, dua peneliti terkemuka di bidang ini, analisis sentimen adalah tugas untuk "mengklasifikasikan polaritas tekstual dari suatu dokumen, kalimat, atau fitur/aspek." Fokus mereka adalah pada proses otomatisasi untuk menentukan apakah sebuah ulasan, tweet, atau komentar memiliki sentimen positif, negatif, atau netral terhadap subjek tertentu.<sup>21</sup>

Para ahli komunikasi juga melihat analisis sentimen sebagai alat untuk mengukur respons kolektif khalayak. Meskipun mungkin tidak selalu menggunakan istilah "analisis sentimen" secara eksplisit dalam definisi tradisional mereka tentang opini publik, gagasan untuk mengidentifikasi "apa yang dipikirkan dan dirasakan" oleh publik terhadap suatu isu adalah inti dari studi opini publik. Analisis sentimen modern menyediakan metodologi untuk melakukan hal itu pada skala besar. Ini selaras dengan pemikiran para sosiolog dan ilmuwan politik yang tertarik pada tren opini dan reaksi massa terhadap kebijakan atau peristiwa.

Sentimen publik juga bisa dibentuk oleh informasi yang beredar, baik yang akurat maupun yang salah. Prinsip-prinsip ini menekankan pentingnya verifikasi.

Surah Al-Hujura/46:6

---

<sup>20</sup> Liu, B. (2012). *Sentiment Analysis and Opinion Mining*. Synthesis Lectures on Human Language Technologies, 5(1), 1-167. Morgan & Claypool Publishers.

<sup>21</sup> Pang, B., & Lee, L. (2008). *Opinion Mining and Sentiment Analysis*. Foundations and Trends in Information Retrieval, 2(1-2), 1-135.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ لَتُدْمِينَ ۖ

Terjemahan:

*"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka telitilah dengan saksama, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."* (Q.S. Al-Hujurat (49): Ayat 6).<sup>22</sup>

Ayat ini sangat penting untuk analisis sentimen, karena sentimen sering kali dipengaruhi oleh informasi yang diterima publik. Jika sentimen negatif muncul akibat disinformasi atau berita yang tidak akurat mengenai kenaikan pajak, prinsip tabayyun (verifikasi) ini menjadi kunci. Analisis sentimen dapat membantu mengidentifikasi apakah sentimen publik didasarkan pada pemahaman yang akurat atau justru sebaliknya.

## 2. Sentimen publik

Sentimen publik merujuk pada ekspresi perasaan, sikap, atau pandangan masyarakat terhadap suatu isu, kebijakan, atau tokoh publik. Komunikasi dan penyiaran Islam, pemahaman sentimen publik menjadi penting karena opini masyarakat dapat memengaruhi penerimaan pesan dakwah maupun arah dalam kebijakan. Menurut Ahmad dan Rahman sentimen publik sering kali terbentuk melalui interaksi di media sosial yang memungkinkan penyebaran opini secara cepat dan masif. Oleh sebab itu, pengelolaan informasi yang bijak menjadi kunci untuk menjaga keseimbangan opini di ruang publik.<sup>23</sup>

Di era digital, analisis sentimen berkembang menjadi metode untuk mengukur dan memahami kecenderungan opini masyarakat berdasarkan data teks, terutama dari media sosial. Analisis ini umumnya menggunakan teknik

<sup>22</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hadis MA Kelas X*, disusun oleh Syaifulloh Amin (Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, 2020).

<sup>23</sup> Ahmad, M. & Rahman, F. (2022). *Public Sentiment and Social Media Dynamics: An Islamic Communication Perspective*. *Journal of Islamic Communication*, 7(1).

penambangan teks (*text mining*) dan pembelajaran mesin (*machine learning*). Studi terbaru oleh Irawan & Yuniarti menjelaskan bahwa pendekatan deep learning, seperti BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers), dapat mendeteksi nuansa emosi publik secara lebih akurat dibanding metode konvensional. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi Islam perlu mengadopsi teknologi agar tetap relevan di tengah arus informasi yang deras.<sup>24</sup>

Penelitian ini berfokus pada Analisis Sentimen Publik Terhadap Kenaikan PPN 12%, yang memanfaatkan komentar dan reaksi penonton pada video Jelasin Dong sebagai data utama. Komentar netizen menjadi cerminan sentimen publik: apakah masyarakat mendukung, menolak, atau skeptis terhadap kebijakan PPN tersebut. Penelitian Mustofa menunjukkan bahwa komentar pada kanal berita di YouTube sering memuat opini spontan yang lebih jujur dibanding survei formal, sehingga cocok untuk analisis sentimen berbasis teks.<sup>25</sup> Secara umum, sentimen publik dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu sentimen positif, negatif, dan netral.

#### 1. Sentimen Positif

Sentimen positif menunjukkan sikap penerimaan, persetujuan, atau dukungan masyarakat terhadap suatu kebijakan. Pada kategori ini, masyarakat cenderung menilai kebijakan sebagai langkah yang tepat, bermanfaat, atau diperlukan bagi kepentingan bersama. Ekspresi sentimen positif biasanya disertai dengan perasaan optimis, kepercayaan terhadap pemerintah, serta keyakinan bahwa kebijakan yang diterapkan akan membawa dampak yang baik dalam jangka panjang.

---

<sup>24</sup> Irawan, A. & Yuniarti, D. (2023). Deep Learning for Sentiment Analysis on Social Media: A Case Study in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 215.

<sup>25</sup> Mustofa, A. (2024). *Sentiment Analysis of YouTube Comments on Government Policies*.

## 2. Sentimen Negatif

Sentimen negatif mencerminkan sikap penolakan, ketidaksetujuan, atau kritik masyarakat terhadap kebijakan yang diterapkan. Sentimen ini biasanya muncul ketika kebijakan dipersepsikan merugikan, memberatkan, atau tidak berpihak pada kepentingan masyarakat, khususnya kelompok tertentu. Ekspresi sentimen negatif sering kali disertai dengan emosi seperti kecewa, marah, cemas, atau tidak percaya.

## 3. Sentimen Netral

Sentimen netral menunjukkan sikap yang tidak secara jelas mendukung maupun menolak suatu kebijakan. Pada kategori ini, masyarakat cenderung bersikap informatif, deskriptif, atau menunggu perkembangan lebih lanjut sebelum membentuk penilaian. Ekspresi sentimen netral umumnya minim muatan emosional dan lebih berfokus pada penyampaian fakta, pertanyaan, atau klarifikasi.<sup>26</sup>

## 3. Kenaikan PPN 12 Persen

Meskipun sistem perpajakan dirancang secara sah dan adil di atas kertas, jika dalam implementasinya terjadi korupsi, Korupsi mengubah pajak yang seharusnya menjadi instrumen kebaikan publik, menjadi alat penindasan dan perampasan harta rakyat secara batil. Ini menunjukkan betapa pentingnya integritas, transparansi, dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan negara, khususnya dana pajak. Tanpa itu, pondasi kepercayaan dan keadilan dalam bermasyarakat akan runtuh.

Pandangan Islam, kenaikan PPN adalah kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah (Ulil amri). Pajak dalam Islam modern dibolehkan selama tujuannya untuk kemaslahatan umum dan tidak menzalimi rakyat. Sebagaimana dijelaskan pada QS. Ani-Nisa (4): 29

---

<sup>26</sup> Baron, et.al. *"Social Psychology"* Pearson Education 13, no 1, 2012.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Terjemahan:

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”*<sup>27</sup>

Berdasarkan QS. An-Nisa (4): 29 menjadi sangat penting dalam sebuah kebijakan yang pada dasarnya sah bisa menjadi zalim dan dalam implementasinya jika memberatkan Golongan lemah dan memicu ketidakadilan secara signifikan menaikkan harga barang-barang kebutuhan pokok dan mengurangi daya beli masyarakat.

#### 4. Resepsi Khalayak

Resepsi Khalayak adalah bagaimana audiens memaknai sebuah pesan berdasarkan latar belakang budaya, pengalaman, dan nilai-nilai pribadi mereka. Ketika dihubungkan dengan konten prososial (seperti video PPN 12% yang kita bahas sebelumnya), khalayak tidak hanya menerima data, tetapi juga memprosesnya melalui filter emosional. Berikut adalah penjelasan bagaimana empat elemen perasaan tersebut membentuk cara khalayak menerima pesan prososial:

##### 1) Afinitas (Affinity)

Afinitas adalah perasaan kedekatan atau keterikatan khalayak dengan narasumber atau isu yang diangkat. Jika khalayak merasa "senasib" (misalnya sama-sama kelas menengah yang terdampak pajak), mereka akan lebih mudah menerima pesan prososial tersebut. Afinitas menciptakan rasa solidaritas. Khalayak yang memiliki afinitas tinggi terhadap isu keadilan sosial akan menganggap konten prososial sebagai perjuangan bersama, bukan sekadar berita.

<sup>27</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hadis MA Kelas X*, disusun oleh Syaifulloh Amin (Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, 2020).

## 2) Empati (Empathy)

Empati adalah kemampuan khalayak untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain dalam pesan tersebut. Ini adalah jantung dari tindakan prososial. Saat menonton video tentang PPN, audiens mungkin membayangkan beban hidup pedagang kecil atau ibu rumah tangga. Empati mengubah angka statistik (12%) menjadi cerita kemanusiaan. Resepsi yang didasari empati akan mendorong audiens untuk melakukan tindakan nyata, seperti memberikan dukungan moral atau bantuan kolektif.

## 3) Rasa Ingin Tahu (Curiosity)

Rasa ingin tahu adalah dorongan intelektual untuk memahami lebih dalam penyebab dan solusi dari sebuah masalah. Khalayak yang kritis tidak hanya marah, Rasa ingin tahu mencegah resep yang bersifat dangkal. Dalam konten prososial, perasaan ini mengarahkan khalayak untuk mencari kebenaran, sehingga tindakan membantu yang dilakukan nantinya bersifat lebih solutif dan tepat sasaran.

## 4) Nuansa (Nuance)

Nuansa adalah kemampuan khalayak untuk melihat kerumitan dan sisi berbeda dari sebuah pesan (tidak hitam-putih). Khalayak yang memahami nuansa akan melihat bahwa masalah pajak bukan sekadar "pemerintah jahat vs rakyat baik," tetapi ada masalah hutang negara, kebutuhan subsidi, dan efisiensi birokrasi yang saling terkait. Nuansa membuat resep khalayak menjadi lebih dewasa. Perasaan ini memastikan bahwa tindakan prososial yang diambil tidak berdasarkan emosi sesaat, melainkan pemahaman yang mendalam tentang konteks sosial yang ada.<sup>28</sup>

## 5. Program “Jelasin Dong”

Program “Jelasin Dong” adalah salah satu konten video edukasi yang diproduksi oleh Tempodotco, portal berita daring yang sudah lama dikenal

---

<sup>28</sup> Charles Daniel Batson. *“Altruism in Humans”*. Oxford University Press 2. No 1 2011.

kredibel di Indonesia. Konten ini tayang di kanal YouTube tempodotco dan bertujuan memberikan penjelasan mendalam terkait isu-isu aktual yang ramai diperbincangkan publik. Menurut Lubis & Sari, format penjelasan seperti ini menjadi tren baru di media online karena memadukan jurnalisme data dengan gaya tutur santai, sehingga mempermudah pemahaman khalayak dari berbagai latar belakang pendidikan.<sup>29</sup>

Jelasin Dong biasanya membahas isu kebijakan publik, fenomena sosial, hingga topik politik yang sering menimbulkan pro-kontra di masyarakat. Dalam hal ini, pembahasan mengenai kebijakan kenaikan PPN 12% menjadi salah satu tema yang relevan karena bersinggungan langsung dengan kehidupan ekonomi masyarakat. Program ini berfungsi sebagai perantara antara kebijakan pemerintah dengan masyarakat yang membutuhkan penjelasan yang jernih dan netral. Seperti diungkapkan oleh Ramadhan & Putri, media penjelas berbasis video dapat mengurangi potensi misinformasi yang kerap muncul di media sosial.<sup>30</sup>

Dengan pendekatan audio-visual, Jelasin Dong menarik perhatian khalayak muda yang kini lebih nyaman mengakses informasi melalui YouTube dibandingkan membaca berita teks panjang. Hal ini juga selaras dengan karakter generasi digital yang lebih suka konten ringkas namun informatif. Menurut survei APJII, lebih dari 60% masyarakat Indonesia mengonsumsi berita lewat video daring, menjadikan kanal seperti Jelasin Dong berpotensi membentuk opini

---

<sup>29</sup> Lubis, A. & Sari, P. (2023). *Media Online sebagai Fasilitator Opini Publik di Indonesia*. Jurnal Komunikasi dan Media Digital, 6(1).

<sup>30</sup> Ramadhan, R. & Putri, S. (2022). *Visual Journalism and Public Understanding in the Digital Era*. Journal of Digital Communication, 4(2).

publik secara masif.<sup>31</sup> Oleh sebab itu, program ini relevan untuk dianalisis dari sudut pandang sentimen publik.

Penelitian ini berfokus pada Analisis Sentimen Publik Terhadap Kenaikan PPN 12%, dapat memanfaatkan komentar dan reaksi penonton pada video Jelasin Dong sebagai data utama. Komentar netizen menjadi cerminan sentimen publik: apakah masyarakat mendukung, menolak, atau skeptis terhadap kebijakan PPN tersebut. Penelitian Mustofa menunjukkan bahwa komentar pada kanal berita di YouTube sering memuat opini spontan yang lebih jujur dibanding survei formal, sehingga cocok untuk analisis sentimen berbasis teks.<sup>32</sup>

Sentimen publik pada video Jelasin Dong juga membuka ruang refleksi bagi pemerintah dan pembuat kebijakan. Ahmad & Rahman menekankan bahwa feedback publik yang terekam melalui komentar daring dapat menjadi masukan penting agar kebijakan fiskal seperti PPN diterima masyarakat dengan lebih baik. Di sinilah penelitian mahasiswa komunikasi Islam dapat berkontribusi, yaitu menjembatani antara realitas sentimen publik dan perbaikan komunikasi kebijakan.<sup>33</sup>

Secara mendalam penelitian ini dapat menunjukkan bagaimana Tempodotco sebagai media arus utama mempraktikkan transparansi informasi. Latifah & Setiawan menyoroti bahwa media daring memiliki tanggung jawab etis untuk tidak hanya memberitakan, tetapi juga menjelaskan kebijakan publik secara detail dan netral. Dengan menganalisis Jelasin Dong, penelitian ini dapat

---

<sup>31</sup> APJII. (2023). *Laporan Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

<sup>32</sup> Mustofa, A. (2024). *Sentiment Analysis of YouTube Comments on Government Policies*. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 248.

<sup>33</sup> Ahmad, M. & Rahman, F. (2022). *Public Sentiment and Social Media Dynamics: An Islamic Communication Perspective*. *Journal of Islamic Communication*, 7(1).

memetakan bagaimana media menata narasi agar tidak memicu kepanikan, tetapi juga tidak menutupi fakta.<sup>34</sup>

## 6. You Tube sebagai Media Sosial

You Tube adalah platform yang awalnya dikenal sebagai situs berbagi video, namun seiring waktu, telah berevolusi menjadi media sosial yang sangat powerful. Ini bukan hanya tempat untuk menonton video, tetapi juga tempat di mana interaksi, koneksi, dan pembentukan komunitas.

Lebih dari sekadar menonton video, YouTube dapat didefinisikan sebagai platform media sosial berbasis video yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, menonton, berbagi, mengomentari, dan berinteraksi dengan konten video serta pengguna lain di seluruh dunia. YouTube bukan hanya tentang konsumsi konten satu arah, tetapi juga memfasilitasi komunikasi dua arah dan pembangunan komunitas.

YouTube telah bertransformasi signifikan dari sekadar platform berbagi video menjadi ekosistem media sosial yang dinamis, dicirikan oleh interaksi pengguna yang kuat dan pembentukan komunitas yang erat. Menurut laporan Digital 2024 yang dirilis oleh *We Are Social* bekerja sama dengan Meltwater, jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2024 mencapai 185 juta orang, atau sekitar 66,5% dari total populasi Indonesia yang diperkirakan 278 juta jiwa. Angka ini menunjukkan peningkatan sekitar 1,6% dibandingkan tahun sebelumnya.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Latifah, S. & Setiawan, R. (2024). *Etika Komunikasi Digital dalam Menghadapi Sentimen Publik*. Journal of Islamic Broadcasting, 8(1).

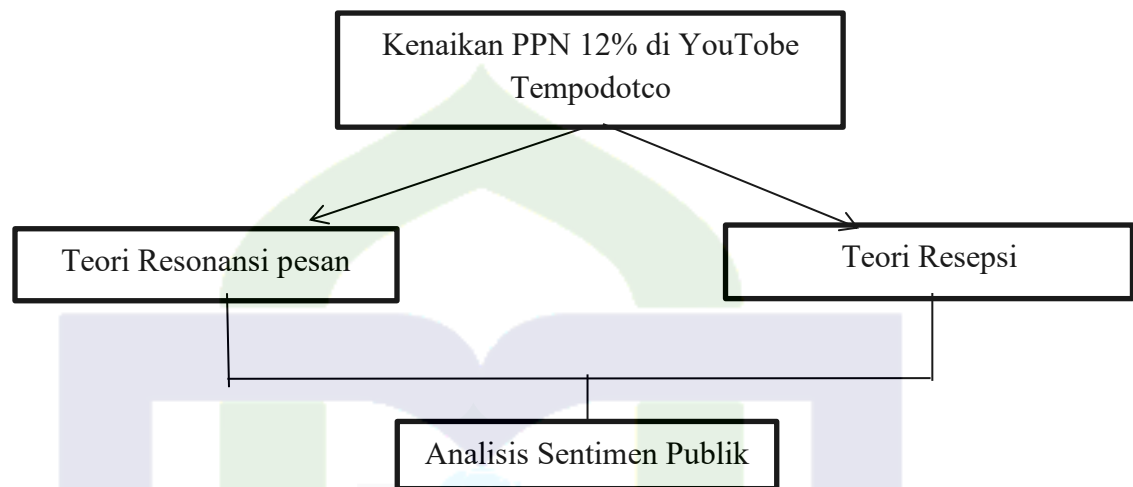
<sup>35</sup> We Are Social dan Meltwater, *Digital 2024: Indonesia* (We Are Social, Januari 2024), diakses pada 30 Juni 2025.

Laporan tersebut juga menyoroti bahwa platform YouTube tetap menjadi salah satu media digital paling populer di Indonesia. Sekitar 139 juta orang Indonesia tercatat aktif menggunakan YouTube, menjadikannya platform nomor satu untuk konsumsi konten video dan berita visual. Hal ini relevan dengan program Jelasin Dong di kanal tempodotco, karena mayoritas khalayak mengakses informasi melalui video daring.

Tingginya angka pengguna internet dan dominasi YouTube menunjukkan potensi program penjelasan kebijakan seperti Jelasin Dong untuk membentuk opini publik secara luas. Apalagi, laporan *We Are Social* menekankan bahwa rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan sekitar 7 jam 42 menit per hari untuk aktivitas online, dan lebih dari 3 jam per hari digunakan untuk menonton video.

Channel Tempodotco adalah sebuah institusi jurnalistik yang memanfaatkan YouTube sebagai media sosial. Tempodotco menggunakan YouTube sebagai sarana penyebaran informasi dan untuk mempertahankan eksistensinya di era digital. Hal ini melibatkan pengelolaan media sosial YouTube mereka, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan program untuk meningkatkan jumlah penonton. Ini menunjukkan bahwa YouTube bukan hanya platform hiburan, tetapi juga alat strategis untuk diseminasi informasi.

#### D. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran  
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2026

Gambar 2.1 bagan kerangka pemikiran yang disajikan berfokus pada analisis terhadap kenaikan PPN 12% di YouTube berdasarkan dua teori utama, yaitu Teori Resonansi Pesan dan Teori Resepsi. Kenaikan PPN tersebut dianalisis dengan menggunakan kedua teori ini untuk memahami bagaimana pesan yang disampaikan diterima dan diproses oleh publik. Teori Resonansi Pesan digunakan untuk mengkaji bagaimana pesan yang disampaikan oleh media atau pihak berwenang dapat diterima dengan cara yang mendalam dan mempengaruhi persepsi publik, sementara Teori Resepsi mengkaji bagaimana khalayak atau penerima pesan menafsirkan informasi tersebut berdasarkan pengalaman dan konteks pribadi mereka.

Bagan ini menunjukkan hubungan antara dua teori tersebut yang saling mendukung dalam proses analisis sentimen publik terhadap kebijakan kenaikan PPN 12% di YouTube. Dalam hal ini, analisis sentimen publik bertujuan untuk menggali

bagaimana masyarakat merespons isu ini, dengan menilai sentimen positif, negatif, atau netral yang muncul sebagai hasil dari penerimaan pesan melalui kedua teori yang ada. Hal ini memberikan wawasan tentang bagaimana publik membentuk opini mereka tentang kebijakan tersebut, yang pada gilirannya dapat digunakan untuk merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif.



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis dan pendekatan penelitian

Metode penelitian adalah serangkaian prosedur atau teknik secara sistematis yang dilakukan oleh peneliti untuk merancang, mengumpulkan, menganalisis, dan memahami data untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Metode ini berperan dalam membantu penelitian menghasilkan data yang valid dan dapat dipercaya. Dalam penelitian kualitatif, metode penelitian berfokus pada pemahaman yang mendalam tentang fenomena sosial dan perilaku manusia.<sup>36</sup>

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi dan sentimen publik terhadap kenaikan PPN 12% melalui analisis isi komentar dan diskusi yang ada di platform digital, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis dan objektif berdasarkan data yang diperoleh dari sumber primer.

Pendekatan kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk dalam metodologi studi menunjukkan penelitian akan mencapai tujuan deskriptif dengan menggunakan strategi dan teknik pengumpulan serta analisis data yang berorientasi pada pemahaman mendalam, makna, dan perspektif subjek penelitian.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Suprpto Dibyosaputro Puncak Joyontono, dkk. “*Metode Penelitian Kualitatif*,” PT Penamuda Media, 1967, 206.

<sup>37</sup> Given, “*The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*”. SAGE Publications 4. No 2. 2021.

## B. Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah platform YouTube. Penelitian ini berlokasi pada program *Jelasin Dong* yang diunggah oleh kanal *Tempodotco*. Video yang berjudul “Tarik Ulur Kenaikan PPN 12 Persen” URL video “<https://youtu.be/IXxqxjXcKRk?si=djTWhLTJxGC2hvRv>”. Video *Tempodotco* tersebut menjelaskan bahwa kenaikan Pajak Pertambahan Nilai PPN menjadi 12% yang direncanakan berlaku pada 1 Januari 2025 adalah amanat dari Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP) [04:08].



Gambar 3.1 *Thumbnail* video Sumber data  
Sumber: [youtube.com/@TempoVideoChannel](https://youtu.be/IXxqxjXcKRk?si=djTWhLTJxGC2hvRv)

Dalam penelitian ini, proses pengumpulan data dimulai dengan mengekstraksi komentar-komentar dari video YouTube yang akan ditentukan menggunakan perangkat lunak berbasis website, *Communalytic.org*. Data komentar yang dianalisis adalah sebagian komentar dari 121 komentar yang muncul dan 71.091 sejak tanggal 4 Januari 2025 video tersebut diunggah, serta memiliki like sebanyak 999.

### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu yang disesuaikan dengan kebutuhan pengumpulan dan analisis data. Secara keseluruhan, proses penelitian

berlangsung selama 1 bulan, dimulai dari tahap perencanaan hingga penyusunan laporan akhir.

### **C. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis sentimen publik terhadap kebijakan PPN 12% yang disampaikan melalui program Jelasin Dong Tempodotco, dengan menggunakan teori Resonansi Pesan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana masyarakat merespons kebijakan tersebut melalui komentar-komentar yang muncul dalam program tersebut, baik yang disampaikan melalui media sosial maupun diskusi dalam video. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini akan mengkaji sentimen positif, negatif, dan netral yang tercermin dalam komentar khalayak, serta bagaimana relevansi pesan kebijakan terhadap pengalaman dan pandangan khalayak mempengaruhi penerimaan kebijakan tersebut. Melalui analisis ini, penelitian ini akan memberikan wawasan tentang dinamika respon publik terhadap kebijakan PPN 12% dan sejauh mana resonansi pesan dapat memoderasi opini publik yang berkembang.

### **D. Jenis dan Sumber Data**

Adapun sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

#### **1. Data Primer**

Data Primer dalam penelitian ini merupakan data utama yang diperoleh langsung dari sumber asli yang menjadi objek studi. Data yang dikumpulkan berupa teks dari komentar-komentar khalayak pada program Jelasin Dong Tempodotco. Teks ini berisi opini, kritik, yang membahas kenaikan PPN 12 %. Data ini akan diekstraksi dianalisis dan untuk mengidentifikasi sentimen secara sistem kemudian scraping data menggunakan Perangkat website *Communalytic.Org*.

## 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi berbagai informasi yang mendukung analisis sentimen terhadap kenaikan tarif PPN. Data sekunder diperoleh dari literatur-literatur yang relevan, seperti artikel jurnal, buku, dan laporan penelitian yang membahas konsep sentimen publik, pendekatan responansi pesan, dan resepsi khalayak.

Selain itu, dokumen media seperti berita, opini, dan laporan dari platform daring yang mengangkat fenomena kebijakan fasikal salah satunya yaitu kenaikan pajak PPN 12% menjadi bagian penting dari sumber data ini. Sumber data sekunder ini memberikan konteks yang lebih luas, mendukung validitas temuan penelitian, dan membantu memahami fenomena yang diteliti secara lebih komprehensif.

### **E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data**

Communalytic.org merupakan platform yang dapat digunakan untuk scraping data dan melakukan analisis sentimen otomatis dari komentar-komentar publik di YouTube dan media sosial. Berikut adalah bagaimana platform ini akan digunakan dalam pengumpulan dan analisis data:

- 1) Communalytic.org dapat digunakan untuk mengambil data secara otomatis (scraping) dari komentar-komentar yang ada di bawah video YouTube yang membahas kebijakan PPN 12%. Platform ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan ribuan komentar secara efisien dan tanpa perlu melakukannya secara manual.
- 2) Setelah komentar terkumpul, platform ini akan memungkinkan peneliti untuk mengategorikan komentar berdasarkan sentimen yang ada (positif, negatif, netral).

- 3) Analisis Sentimen: Communalytic.org dapat menganalisis komentar-komentar ini untuk mengklasifikasikan sentimen khalayak menjadi tiga kategori utama: positif, negatif, dan netral. Ini memungkinkan peneliti untuk mengetahui bagaimana kebijakan PP N 12% diterima oleh publik yang menonton program tersebut.
- 4) Analisis Resonansi Pesan: Resonansi pesan akan dianalisis untuk mengukur sejauh mana pesan kebijakan PPN 12% diterima oleh khalayak, berdasarkan seberapa relevan pesan tersebut dengan pengalaman dan pandangan khalayak. Jika pesan tersebut beresonansi dengan khalayak, mereka cenderung akan memberikan respons yang lebih positif.

#### **F. Ujian keabsahan Data**

Keabsahan data akan diuji melalui beberapa teknik yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu:

- a. Triangulasi data.
  - 1) Triangulasi Sumber data adalah menggali kebenaran suatu informasi melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain wawancara dan observasi, peneliti dapat menggunakan observasi partisipan, dokumen tertulis, arsip, dokumen historis, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto.
  - 2) Triangulasi waktu adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data pada waktu dan situasi yang berbeda. Pada penelitian ini tahap menentukan objek dibutuhkan waktu selama satu pekan. Pada tahap crawling data waktu dibutuhkan selama satu pekan.

- 3) Triangulasi teori adalah teknik yang menggunakan berbagai teori untuk menganalisis data dan menginterpretasikannya, serta menentukan hipotesis. Teknik ini bertujuan untuk menghindari bias individu peneliti dalam temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman, menggali pengetahuan teoritis secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.
- 4) Triangulasi metode adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan menggabungkan beberapa metode pengumpulan data untuk mengecek kebenaran dan keabsahan hasil penelitian. Teknik ini dilakukan untuk memperoleh gambaran yang utuh dan kebenaran informasi yang tepat.

*Communalytic.org* menawarkan teknik analisis teks dan sentimen yang dapat digunakan untuk menganalisis komentar dan diskusi publik terkait kebijakan PPN 12%. Sebagai alat berbasis teknologi, *Communalytic.org* memungkinkan peneliti untuk secara otomatis mengklasifikasikan sentimen yang ada dalam data teks besar, seperti komentar di media sosial. Dengan menggunakan machine learning, platform ini dapat memproses data dalam jumlah besar dan menghasilkan hasil yang konsisten.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Setelah pengumpulan data dilakukan, Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu analisis sentimen dan analisis resepsi.

##### **1. Analisis sentimen**

Analisis sentimen digunakan sebagai tahap awal untuk membaca kecenderungan emosi dan sikap masyarakat terhadap kebijakan kenaikan PPN 12%. Pada tahap ini, respons publik diklasifikasikan ke dalam tiga kategori sentimen, yaitu positif, negatif, dan netral, guna memperoleh gambaran umum mengenai arah respons

masyarakat.<sup>38</sup> Dalam pelaksanaan analisis sentimen, penelitian ini memanfaatkan metode VADER (Valence Aware Dictionary and Sentiment Reasoner) dan TextBlob.

#### 1) Vader

VADER merupakan metode analisis sentimen berbasis leksikon dan aturan yang dirancang khusus untuk menganalisis teks di media sosial. VADER mampu menangkap nuansa emosi dalam bahasa yang bersifat informal, termasuk penggunaan kata slang, huruf kapital, tanda seru, serta ekspresi emosional lainnya yang sering muncul dalam komentar daring. Berbeda dengan metode analisis sentimen umum, VADER tidak hanya memperhatikan kata-kata yang digunakan, tetapi juga memperhitungkan intensitas emosi melalui aturan linguistik tertentu.<sup>39</sup> Misalnya, penggunaan huruf kapital atau tanda baca berlebihan dapat meningkatkan nilai emosi suatu sentimen. Hasil analisis VADER biasanya disajikan dalam bentuk skor yang menunjukkan tingkat kecenderungan positif, negatif, dan netral dari sebuah teks. Dalam konteks penelitian ini, VADER digunakan untuk menangkap respons emosional masyarakat yang muncul secara spontan dalam komentar terhadap kebijakan PPN 12%. Metode ini membantu membaca seberapa kuat reaksi masyarakat terhadap pesan kebijakan yang disampaikan melalui media digital.

#### 2) Textblob

TextBlob merupakan sebuah pustaka pemrosesan teks yang digunakan untuk menganalisis data berbasis bahasa alami. Salah satu fungsi utama TextBlob adalah melakukan analisis sentimen dengan cara mengukur polaritas dan subjektivitas suatu teks. Dalam analisis sentimen, TextBlob menilai apakah sebuah teks cenderung bersifat positif, negatif, atau netral berdasarkan kata-kata

---

<sup>38</sup> Jurafsky, et.al. *“Speech and Language Processing”* Pearson Education 3, no 1, 2023.

<sup>39</sup> Selgi, et.al. *“Text Mining with R: A Tidy Approach”* O’Reilly Media 2, no 1, 2022

yang digunakan di dalamnya.<sup>40</sup> TextBlob bekerja dengan pendekatan leksikon, yaitu mencocokkan kata-kata dalam teks dengan daftar kata yang telah memiliki nilai sentimen tertentu. Hasil analisis TextBlob biasanya berupa skor polaritas yang berada dalam rentang nilai tertentu, di mana skor positif menunjukkan sentimen positif, skor negatif menunjukkan sentimen negatif, dan skor mendekati nol menunjukkan sentimen netral. Pendekatan ini membuat TextBlob cukup efektif untuk menganalisis teks yang bersifat umum dan relatif formal. Dalam penelitian ini, TextBlob digunakan untuk membantu mengidentifikasi kecenderungan sentimen komentar publik secara umum. Metode ini berperan dalam memberikan gambaran awal mengenai arah sentimen masyarakat terhadap kebijakan PPN 12%, terutama pada komentar yang disampaikan secara deskriptif dan tidak terlalu emosional.

Kedua metode tersebut digunakan untuk mengidentifikasi polaritas sentimen dari data teks berupa komentar publik. Pemilihan VADER dan TextBlob didasarkan pada kemampuannya dalam menganalisis bahasa opini yang cenderung informal, ekspresif, dan lazim digunakan dalam komunikasi di media sosial, sehingga sesuai dengan karakteristik data penelitian.<sup>41</sup> Hasil klasifikasi sentimen yang diperoleh selanjutnya dianalisis secara kualitatif untuk memahami makna yang terkandung di balik setiap kategori sentimen. Tahap ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana masyarakat memaknai kebijakan PPN 12%, termasuk alasan-alasan yang melatarbelakangi munculnya sikap mendukung, menolak, maupun bersikap netral terhadap kebijakan tersebut. Dengan demikian, analisis tidak berhenti pada pemetaan

---

<sup>40</sup> Creswell, et.al. *“Qualitative Inquiry and Research Design”*. SAGE Publications 4, no 1, 2021.

<sup>41</sup> Alamoodi, et al. *“Sentiment Analysis and Its Applications in Social Media: A Systematic Review.”* IEEE Access **10**, no 1, 2022.

arah sentimen, tetapi juga berupaya memahami konteks dan logika pemikiran masyarakat dalam merespons kebijakan yang diteliti.

## 2. Analisis Resepsi

Analisis resepsi adalah pendekatan penelitian dalam kajian komunikasi yang digunakan untuk memahami bagaimana khalayak menerima, menafsirkan, memaknai, dan merespons pesan media berdasarkan latar belakang sosial, budaya, pengalaman, dan pengetahuan mereka masing-masing. Pendekatan ini menekankan bahwa **makna** pesan tidak sepenuhnya ditentukan oleh pembuat pesan (media), melainkan dibentuk melalui interaksi antara teks media dan khalayak. Oleh karena itu, audiens dipandang sebagai pihak yang aktif, bukan pasif, dalam proses komunikasi.

Analisis Resepsi Menurut Stuart Hall Analisis resepsi berakar dari teori encoding–decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Dalam teori ini, pesan media:

- 1) Di-encoding oleh produsen media (pembuat program, jurnalis, institusi media)
- 2) Di-decoding oleh khalayak sesuai dengan kerangka berpikir dan konteks sosial mereka

Hasil decoding khalayak tidak selalu sama dengan maksud awal media.<sup>42</sup> Analisis resepsi melihat bagaimana audiens "mendekode" (menafsirkan) kebijakan PPN 12% yang dikomunikasikan pemerintah. Berdasarkan data dari Communalytic, Anda bisa mengelompokkan audiens ke dalam tiga posisi:

- 1) Posisi Dominan-Hegemonik (Dominant)

Dalam indikator di Communalytic posisi dominan-hegemonik disebut sebagai sentimen positif. Audiens menerima kebijakan PPN 12% sesuai dengan alasan pemerintah (misal untuk pembangunan negara). Mereka setuju tanpa syarat.

---

<sup>42</sup> Stuart Hall. "Representation: Cultural Representations and Signifying Practices." SAGE Publications Ltd 2, no 1, 2013

## 2) Posisi Negosiasi (Negotiated)

Dalam indikator di Communalytic posisi negosiasi disebut sentimen netral atau positif dengan catatan. Audiens setuju dengan perlunya pajak, namun keberatan dengan kenaikan 12% di saat daya beli menurun. Mereka menerima konsepnya, tapi menolak implementasinya saat ini.

## 3) Posisi Oposisional (Oppositional)

Dalam Indikator di Communalytic posisi oposisional disebut sentimen negatif yang keras. Audiens menolak mentah-mentah. Mereka melihat PPN 12% sebagai bentuk ketidakadilan atau kegagalan pemerintah dalam mengelola anggaran tanpa membebani rakyat kecil.

Untuk mengukur keterlibatan emosional dalam analisis resepsi menggunakan analisis toksisitas dan analisis prososial adalah dua kutub yang sering digunakan untuk membedah bagaimana khalayak merespons suatu isu. Berikut adalah penjelasan mendalam mengenai keduanya:

### 1) Analisis Toksisitas

Analisis ini berfokus pada perilaku komunikasi yang bersifat merusak, kasar, atau menghambat diskusi yang sehat. Dalam kolom komentar media sosial, toksisitas sering muncul saat emosi khalayak meluap tanpa filter intelektual. Penggunaan kata-kata kasar, serangan personal (*ad hominem*), provokasi (*trolling*), dan penyebaran kebencian. Biasanya terjadi ketika khalayak merasa nuansa dari sebuah kebijakan diabaikan oleh pemerintah, sehingga memicu rasa marah yang tidak terarah. Menciptakan polarisasi yang tajam dan menutup ruang untuk diskusi solusi.

### 2) Analisis Prososial

Analisis ini berfokus pada tindakan atau ucapan yang bertujuan untuk membangun, menolong, dan memperkuat ikatan sosial. Berbagi informasi yang valid, menawarkan dukungan moral, bekerja sama mencari solusi, dan menunjukkan empati kepada pihak yang lebih lemah. Digerakkan oleh empati (merasakan penderitaan

orang lain yang terdampak kebijakan) dan afinitas (merasa bagian dari kelompok masyarakat yang sama). Mengubah kemarahan menjadi gerakan positif, seperti kampanye saling bantu atau petisi kebijakan yang terorganisir.<sup>43</sup>



---

<sup>43</sup> Denis McQuail. *“McQuail's Mass Communication Theory”* SAGE Publications 6, no 1, 2010

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Sentimen Publik Terhadap Video Kenaikan Publik PPN 12%**

Dalam penelitian ini, data yang digunakan berasal dari program "Jelasin Dong" di saluran Tempodotco, sebuah platform media digital populer di Indonesia. Program ini membahas isu-isu terkini, termasuk kebijakan pemerintah saat ini, dalam hal ini kenaikan tarif PPN 12%. Data primer yang diperoleh terdiri dari transkrip program, yang mencakup penjelasan tentang kebijakan PPN 12% serta reaksi dan tanggapan yang disampaikan oleh pembicara dan penonton selama acara tersebut. Transkrip ini memberikan gambaran umum tentang informasi yang disampaikan oleh media dan bagaimana pesan-pesan tersebut dirancang untuk menjelaskan kebijakan kepada publik.

Selain transkrip, data kedua yang digunakan adalah komentar publik yang muncul di platform digital, khususnya di bawah video dari program "Jelasin Dong" yang membahas kenaikan PPN 12%. Komentar ini mencerminkan reaksi publik terhadap penjelasan yang diberikan dalam program tersebut. Dengan menganalisis komentar ini, para peneliti dapat mengidentifikasi sentimen publik, apakah mereka mendukung, menentang, atau bersikap netral terhadap kebijakan tersebut. Data komentar ini juga memberikan wawasan tentang pemahaman publik terhadap kebijakan tersebut dan kekhawatiran atau apresiasi mereka mengenai dampak kenaikan PPN.

Penting untuk dicatat bahwa komentar publik ini tidak terbatas pada pemirsa yang menonton program "Jelasin Dong" secara langsung, tetapi juga termasuk pemirsa yang mengakses video setelah ditayangkan. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan mencakup komentar dari beragam khalayak, yang mungkin berbeda dalam hal latar belakang sosial, ekonomi, dan pendidikan. Pengumpulan data ini

dilakukan selama periode empat bulan setelah video diunggah untuk memastikan bahwa komentar yang dianalisis mencerminkan reaksi dan sentimen publik yang berkembang terhadap kebijakan PPN 12% pada saat itu.



Gambar 4.1 *Thumbnail* video Sumber data

Sumber: [yoitube.com/@TempoVideoChannel](https://www.youtube.com/@TempoVideoChannel)

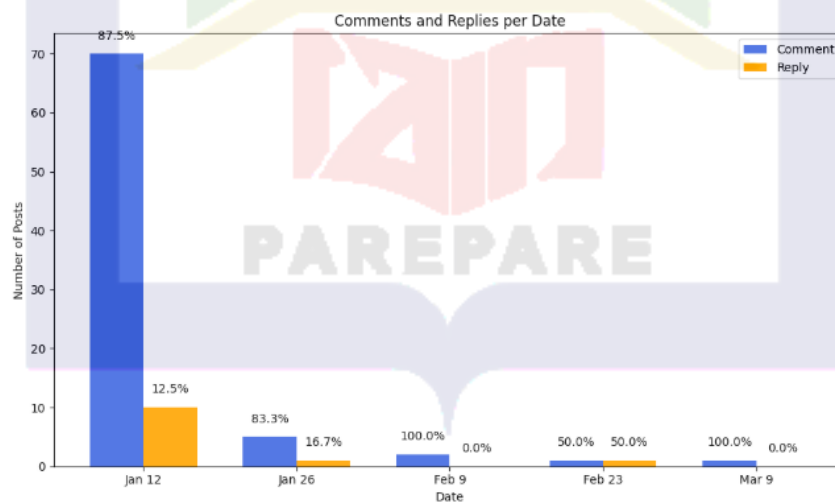
Pemilihan video “Tarik Ulur Angka PPN 12%” di Saluran Tempodotco sebagai objek penelitian dalam menganalisis sentimen publik terhadap kebijakan kenaikan PPN 12% didasarkan pada beberapa pertimbangan yang relevan. Pertama, Saluran Tempodotco merupakan salah satu platform media dengan kredibilitas tinggi dan dikenal luas di Indonesia. Sebagai bagian dari Tempo Media Group, yang mapan dalam jurnalisme investigatif dan analitis, Saluran Tempodotco menyediakan konten yang informatif, terstruktur, dan kredibel. Hal ini menjadikannya sumber yang dapat diandalkan untuk menganalisis bagaimana kebijakan publik seperti kenaikan PPN 12% dikomunikasikan kepada publik.

Meskipun banyak saluran lain telah membahas kenaikan PPN 12%, Jelasin Dong di Tempodotco memberikan pendekatan yang lebih edukatif dan memberikan penjelasan rinci tentang kebijakan tersebut. Program ini menggunakan bahasa yang sederhana dan lugas serta menghindari jargon teknis yang dapat membingungkan pemirsa. Hal ini memungkinkan pemirsa untuk mendapatkan pemahaman yang lebih

baik tentang alasan di balik kebijakan tersebut, dampak potensialnya, dan bagaimana kebijakan tersebut akan diimplementasikan, yang sangat penting mengingat kebijakan PPN 12% adalah topik yang kompleks dan dapat menyebabkan kebingungan di kalangan masyarakat.

Peneliti menggunakan video "Jelasin Dong" sebagai objek penelitian, studi ini dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana khalayak memahami kebijakan PPN 12% dan bagaimana mereka meresponsnya secara emosional. Mengingat format video yang mengundang komentar dan diskusi, analisis sentimen dari komentar yang dihasilkan memberikan data yang kaya tentang sentimen publik dan penerimaan khalayak, yang tidak tersedia dari sumber yang lebih formal atau satu arah. Oleh karena itu, pemilihan video ini sangat relevan untuk tujuan penelitian yang berfokus pada dinamika opini publik dan persepsi kebijakan fiskal.

## 2. Analisis Sentimen Publik Terhadap Kenaikan PPN 12 % pada Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco



Gambar 4.2 Postingan Per Hari Video  
Sumber: Hasil Analisis Communalytic.org

Gambar yang terlampir menunjukkan grafik "Postingan Per Hari" yang menggambarkan data interaksi terkait video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!" di platform YouTube, berdasarkan analisis dari Communalytic.org. Grafik ini memperlihatkan jumlah interaksi dalam bentuk komentar dan balasan (reply) dari pengguna sepanjang periode waktu yang ditampilkan. Berdasarkan visualisasi data, dapat terlihat bahwa pada tanggal 12 Januari 2025, terjadi lonjakan besar dalam jumlah interaksi.

Berdasarkan gambar diagram, yang menggambarkan jumlah postingan per hari terkait video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!" di YouTube, dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Pada tanggal 12 Januari 2025, terlihat adanya lonjakan besar dalam jumlah komentar dan balasan yang terlibat dalam diskusi mengenai video tersebut. Sebagian besar interaksi berasal dari komentar (berwarna biru) dengan 87,5% dari total postingan pada tanggal itu. Di sisi lain, balasan (berwarna oranye) hanya mencatatkan 12,5% dari total interaksi. Hal ini mengindikasikan bahwa khalayak lebih cenderung mengajukan pendapat atau pertanyaan tanpa banyak respons balik atau diskusi lebih lanjut pada hari tersebut.
2. Pada 26 Januari 2025, terdapat penurunan tajam dalam jumlah interaksi, dengan hanya 16,7% dari interaksi yang berupa balasan, sementara sebagian besar (83,3%) masih berupa komentar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun masih ada diskusi aktif pada hari itu, keterlibatan khalayak mulai menurun, dan lebih banyak interaksi yang terfokus pada pendapat pribadi daripada percakapan berkelanjutan.
3. Pada 9 Februari 2025, interaksi menjadi sangat terbatas, dengan 100% komentar pada 9 Februari

4. pada 23 Februari terdapat 50% komentar serta 50% balasan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada interaksi, respons terhadap video tersebut cenderung menurun, dengan sedikit balasan atau diskusi lanjutan.
5. Pada 9 Maret 2025, 100% balasan tercatat tanpa komentar, mengindikasikan bahwa pada tanggal ini, interaksi lebih banyak berupa tanggapan langsung terhadap komentar sebelumnya, meskipun jumlahnya sangat rendah.

Secara keseluruhan, grafik ini menunjukkan bahwa diskusi mengenai kebijakan PPN 12% mengalami lonjakan pada awalnya, tetapi seiring waktu, interaksi mulai menurun, dengan komentar mendominasi dan sedikit balasan yang terjadi. Hal ini dapat menunjukkan bahwa khalayak mungkin mulai merasa bahwa topik tersebut tidak relevan lagi atau tidak mengundang diskusi lebih lanjut setelah beberapa waktu.

Temuan ini dapat menunjukkan bahwa video ini memicu respons yang sangat tinggi pada awalnya, tetapi seiring berjalannya waktu, minat atau keterlibatan pengguna terhadap topik tersebut berkurang secara signifikan. Penurunan yang tajam setelah tanggal puncak juga bisa jadi mencerminkan penurunan ketertarikan atau topik yang dianggap sudah tidak relevan lagi bagi sebagian besar khalayak. Analisis lebih lanjut mungkin diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang menyebabkan lonjakan pada tanggal 12 Januari serta penurunan selanjutnya, termasuk konteks konten video atau faktor eksternal lainnya yang berperan.



Gambar 4.3. Word Cloud

Sumber: Hasil Analisis Communalytic.org

Gambar 4 menunjukkan "Word Cloud" yang dihasilkan dari analisis komentar atau diskusi seputar video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!" di YouTube. Word cloud ini mengilustrasikan kata-kata yang paling sering digunakan oleh publik dalam percakapan atau interaksi mengenai topik video tersebut. Dari tampilan word cloud, dapat dilihat bahwa kata-kata seperti "rakyat", "PPN", "pajak", dan "negara" muncul dengan ukuran yang paling besar, menunjukkan bahwa diskusi utama berkisar pada dampak kebijakan PPN terhadap masyarakat (rakyat) dan peran negara serta pajak dalam konteks tersebut. Penggunaan kata "naik" dan "harga" juga menunjukkan perhatian besar terhadap kenaikan harga barang dan pengaruhnya terhadap kehidupan sehari-hari, yang langsung terkait dengan pemberlakuan PPN baru.

Kata-kata seperti "pejabat", "korupsi", dan "pemerintah" menandakan bahwa sebagian besar komentar berhubungan dengan ketidakpuasan atau kecurigaan terhadap pengelolaan kebijakan oleh pejabat atau pemerintah, dengan beberapa menyebutkan kemungkinan penyalahgunaan atau ketidakadilan dalam penerapan pajak. Terdapat pula beberapa kata yang mengindikasikan bahwa masyarakat tidak

setuju dengan kenaikan tersebut dan melihatnya sebagai suatu beban, seperti "gaji" dan "mewah". Secara keseluruhan, word cloud ini mencerminkan reaksi publik yang campur aduk, dengan fokus pada dampak kebijakan PPN terhadap kehidupan masyarakat, ketidakpercayaan terhadap pemerintah dan pejabat, serta keprihatinan tentang potensi kenaikan harga barang. Hal ini menunjukkan adanya sentimen negatif yang dominan terhadap kebijakan tersebut, serta kebutuhan akan transparansi dan keadilan dalam penerapan pajak.

Berdasarkan analisis word cloud yang dihasilkan dari komentar-komentar seputar video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!" di YouTube, beberapa kata kunci yang paling sering muncul antara lain "rakyat", "PPN", "pajak", "negara", "naik", "harga", "pejabat", "korupsi", "pemerintah", "gaji", dan "mewah". Berikut adalah deskripsi dan penjelasan lebih lanjut mengenai kata-kata tersebut:

1. **Rakyat:** Kata ini muncul dengan ukuran yang besar, mencerminkan fokus utama diskusi, yaitu dampak kebijakan PPN 12% terhadap masyarakat. Diskusi ini tampaknya lebih memusatkan perhatian pada bagaimana kebijakan tersebut memengaruhi kehidupan sehari-hari rakyat, dengan banyak komentar yang mempertanyakan apakah kebijakan ini menguntungkan atau merugikan masyarakat, terutama yang berada di golongan ekonomi menengah ke bawah.
2. **PPN dan Pajak:** PPN (Pajak Pertambahan Nilai) menjadi kata kunci utama dalam diskusi ini, menunjukkan bahwa khalayak sangat memperhatikan bagaimana perubahan tarif PPN dapat memengaruhi pendapatan negara serta biaya hidup masyarakat. Kata pajak juga muncul sering, mengindikasikan perbincangan yang berfokus pada kebijakan pajak itu sendiri, yang dianggap memiliki dampak besar terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat.
3. **Naik dan Harga:** Kata naik sangat terkait dengan kenaikan harga barang, yang menjadi perhatian utama dalam diskusi ini. Hal ini menunjukkan bahwa

khalayak sangat khawatir tentang inflasi dan kenaikan biaya hidup, yang biasanya terjadi seiring dengan peningkatan tarif PPN. Isu ini menjadi kekhawatiran karena kenaikan harga dapat langsung mempengaruhi daya beli masyarakat, terutama yang berpenghasilan rendah.

4. Pejabat, Korupsi, dan Pemerintah: Kata-kata ini menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap pengelolaan kebijakan oleh pejabat pemerintah. Beberapa komentar mungkin mencurigai adanya potensi korupsi dalam implementasi kebijakan tersebut, yang merujuk pada kekhawatiran akan penyalahgunaan kebijakan pajak yang dapat merugikan rakyat. Ketidakpercayaan terhadap pemerintah juga tercermin dari penggunaan kata ini, mencerminkan sentimen negatif terhadap transparansi dan keadilan dalam penerapan kebijakan pajak.
5. Gaji dan Mewah: Kata gaji menggambarkan keprihatinan tentang pendapatan individu, dengan khalayak yang mungkin merasa kebijakan PPN 12% akan memperburuk kondisi ekonomi mereka, terutama bagi mereka yang menggantungkan hidup pada gaji tetap. Kata mewah menunjukkan adanya persepsi bahwa kebijakan ini akan lebih menguntungkan kelompok masyarakat yang lebih mampu, dan bahwa pajak ini dianggap menjadi beban tambahan bagi mereka yang tidak berada dalam kategori orang kaya.

Temuan word cloud ini mencerminkan adanya sentimen negatif dominan terhadap kebijakan PPN 12%, dengan fokus utama pada dampak ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat, ketidakpercayaan terhadap pengelolaan kebijakan oleh pemerintah, serta keprihatinan mengenai kenaikan harga barang yang berpotensi mengganggu kestabilan ekonomi rakyat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menginginkan transparansi, keadilan, dan perhatian lebih terhadap kelompok yang terdampak secara langsung oleh kebijakan ini.

#### 1. Sentimen Negatif (92 Komentar)

Mayoritas komentar berisi kemarahan, keluhan, dan kritik tajam. Bentuknya berupa @faril688

“jadi pemimpin & pejabat di indonesia hanya bisa memeras rakyat dengan aneka pajak yang naik satu persatu secara bergiliran. Tapi tidak mampu membrantas korupsi, pungli dan markup yang sudah mendarah daging selama 79 tahun merdeka. Kalau indonesia kekayaan alam tidak melimpah ruah pasti sudah lama menjadi negara bangkrut”.

Sedangkan menurut @zamnicp3564

“PPN diutak atik, Giliran Transfer Pricing jarang banget diotak-atik”

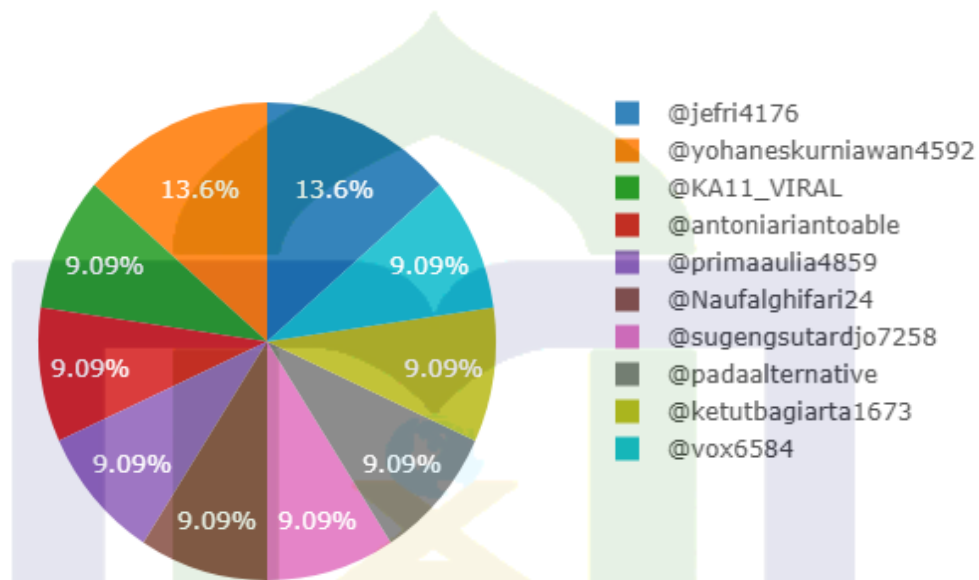
Membandingkan pajak yang naik dengan fasilitas umum (trotoar/jalan) yang masih rusak di daerah. Menyoroti gaya hidup pejabat atau kasus korupsi sementara rakyat diminta taat pajak.

#### 2. Sentimen Netral (24 Komentar)

Komentar yang bersifat observasi atau pertanyaan tanpa emosi yang kuat "Apakah beli pulsa dan kuota juga naik harganya jadi 12%?", "Menjelaskan bahwa kenaikan ini sebenarnya sudah disahkan sejak tahun 2021 melalui UU HPP. Memperdebatkan apakah kenaikan ini akan benar-benar menyebabkan inflasi tinggi atau tidak secara objektif.

### 3. Sentimen Positif (5 Komentar)

Sangat minim dan biasanya bersifat suportif terhadap narasumber atau langkah penghematan pemerintah lainnya: "Terima kasih Tempo dan Mas Nailul Huda, penjelasannya sangat mencerahkan." Setuju dengan langkah pemerintah memotong anggaran perjalanan dinas (perjadin) PNS sebagai kompensasi.



Gambar 4.4 Diagram Pie 10 User dengan Komentar dan Balasan Terbanyak

Sumber: Hasil Analisis Communalytic.org

Gambar 4.4 menunjukkan diagram pie yang menggambarkan distribusi kontribusi dari 10 pengguna dengan komentar dan balasan komentar terbanyak pada video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!" di YouTube. Dari diagram tersebut, terlihat bahwa kontribusi komentar dan balasan paling dominan berasal dari pengguna dengan akun @jefri4176, yang mencatatkan persentase tertinggi sebesar 13.6%. Selain itu, ada juga dua pengguna lainnya, yaitu @yohaneskurniawan4592 dan @KA11\_VIRAL, yang masing-masing juga berkontribusi sebesar 13.6%. Ketiganya merupakan akun yang berperan aktif dalam memicu diskusi mengenai video tersebut, sehingga menambah dinamika komentar dan balasan yang signifikan.

Beberapa akun lainnya, seperti @antonianriantoable, @primaaulia4859, @Naufalghifari24, @sugengsutardjo7258, @padaalternative, @ketutbagiarta1673, dan @vox6584, memiliki kontribusi yang relatif merata, masing-masing dengan 9.09% dari total komentar dan balasan. Hal ini menunjukkan adanya keterlibatan dari berbagai pengguna yang mungkin membawa perspektif beragam mengenai pemberlakuan PPN 12% yang dibahas dalam video tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun ada beberapa individu yang lebih aktif dalam diskusi, mayoritas komentar dan balasan dihasilkan oleh berbagai pengguna dengan kontribusi yang seimbang. Ini menunjukkan adanya ketertarikan yang luas terhadap topik tersebut, di mana banyak individu merasa perlu untuk menyuarakan pendapat mereka, baik dalam bentuk komentar maupun balasan.

Tabel 4.1. Analisis Sentimen Pada Video

| Alat Analisis                | Sentimen Negatif<br>[-1..-0.05] | Sentimen Positif (-<br>0.05..0.05) | Sentimen Netral<br>[0.05..1] |
|------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|------------------------------|
| VADER (Bahasa Inggris/EN)    | 0 %                             | (100,00%)                          | 0 %                          |
| TextBlob (Bahasa Inggris/EN) | 0 %                             | (100,00%)                          | 0 %                          |

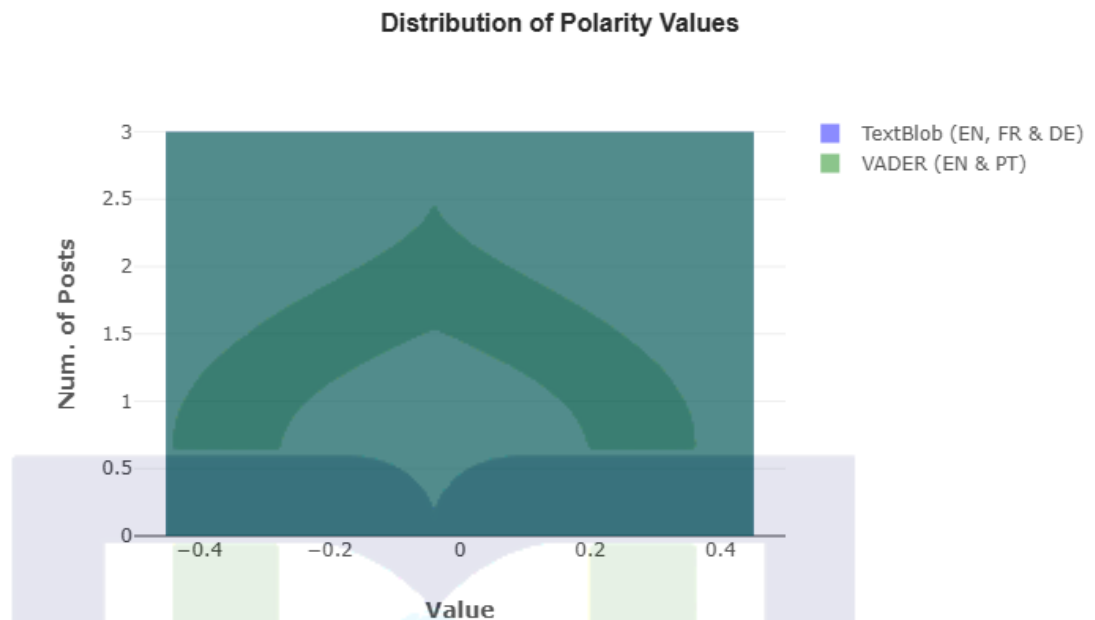
Sumber: Hasil Analisis Data Penulis dari Communalytic.org

Berdasarkan tabel 4.1 hasil analisis sentimen yang ditampilkan dalam tabel, terlihat menggunakan dua alat analisis sentimen, VADER dan TextBlob, seluruhnya memiliki sentimen netral. Tidak terdapat satupun postingan yang menunjukkan sentimen negatif atau positif. Semua postingan berada dalam rentang polaritas (-0.05..0.05), yang menunjukkan bahwa khalayak memberikan tanggapan yang tidak cenderung mendukung maupun mengkritik secara emosional. Ini mencerminkan

kecenderungan diskusi yang lebih rasional dan kurang dipengaruhi oleh perasaan atau opini kuat terhadap kebijakan PPN 12%.

Interpretasi lebih lanjut terhadap temuan ini menunjukkan bahwa meskipun video ini membahas topik yang cukup kontroversial, yaitu pemberlakuan PPN 12% yang berpotensi mempengaruhi masyarakat luas respon khalayak cenderung lebih tenang dan moderat. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa khalayak tidak merasakan dampak langsung yang signifikan atau tidak merasa perlu untuk merespons secara emosional. Sentimen netral ini juga bisa mencerminkan ketidakpastian atau kurangnya pemahaman yang mendalam di kalangan khalayak mengenai isu tersebut, sehingga mereka memilih untuk tidak memberikan pendapat yang terlalu tajam atau memihak.

Keberhasilan penggunaan alat analisis sentimen seperti VADER dan TextBlob yang menghasilkan hasil serupa dengan persentase yang sama (100% netral) menunjukkan konsistensi dalam pendekatan untuk menganalisis reaksi publik terhadap konten tersebut. Ini juga dapat mengindikasikan bahwa kedua alat tersebut efektif dalam menangkap nuansa bahasa yang digunakan dalam komentar, serta memberikan gambaran umum yang akurat tentang bagaimana masyarakat merespons video tersebut. Meskipun tidak ada sentimen yang kuat, temuan ini dapat berguna untuk penelitian lebih lanjut dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan khalayak untuk memberikan tanggapan netral, serta mengidentifikasi pola atau kecenderungan serupa dalam analisis sentimen konten publik lainnya.



Gambar 4.5 Distribusi Nilai Polaritas  
Sumber: Hasil Analisis Communalystic.org

Gambar 4.5 menunjukkan diagram distribusi nilai polaritas untuk komentar-komentar terkait video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!" yang dianalisis menggunakan dua alat analisis sentimen, yaitu TextBlob dan VADER. Diagram ini menggambarkan jumlah postingan yang memiliki nilai polaritas dalam rentang tertentu. Berdasarkan diagram ini, terlihat bahwa seluruh nilai polaritas untuk komentar yang dianalisis berada di kisaran 0 hingga 0.4, menunjukkan bahwa mayoritas komentar yang dianalisis memiliki sentimen yang relatif positif. Selain itu, terdapat dominasi nilai polaritas yang positif, dengan sedikitnya komentar yang berada di sisi negatif atau netral. Dengan kata lain, khalayak video ini lebih cenderung memberikan reaksi positif terhadap topik pemberlakuan PPN 12%, meskipun ada sedikit keberagaman dalam intensitas sentimen.

Penggunaan dua alat analisis sentimen, TextBlob (untuk bahasa Inggris, Perancis, dan Jerman) dan VADER (untuk bahasa Inggris dan Portugis), memperlihatkan konsistensi hasil analisis, yang berfokus pada evaluasi sentimen umum terhadap topik tersebut. Meskipun demikian, nilai polaritas yang terdistribusi pada bagian positif dapat mencerminkan adanya respon publik yang lebih mendukung atau lebih menerima kebijakan tersebut, meskipun diskusi tetap menunjukkan spektrum pendapat yang bervariasi.

### 3. Resepsi Khalayak Terhadap Kenaikan PPN 12 % Pada Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco

Tabel 4.2 Hasil Analisis Toksisitas Pada Video

| Kategori        | Rata-rata untuk Dataset | Nilai Tertinggi | Jumlah Postingan dengan Skor $\geq 0.7$ |
|-----------------|-------------------------|-----------------|-----------------------------------------|
| Toxicity        | 0.00229%                | 0.00515%        | 0%                                      |
| Severe Toxicity | 0.00000%                | 0.00001%        | 0%                                      |
| Identity Attack | 0.00011%                | 0.00015%        | 0%                                      |
| Insult          | 0.00089%                | 0.00191%        | 0%                                      |
| Profanity       | 0.00032%                | 0.00082%        | 0%                                      |
| Threat          | 0.00016%                | 0.00034%        | 0%                                      |

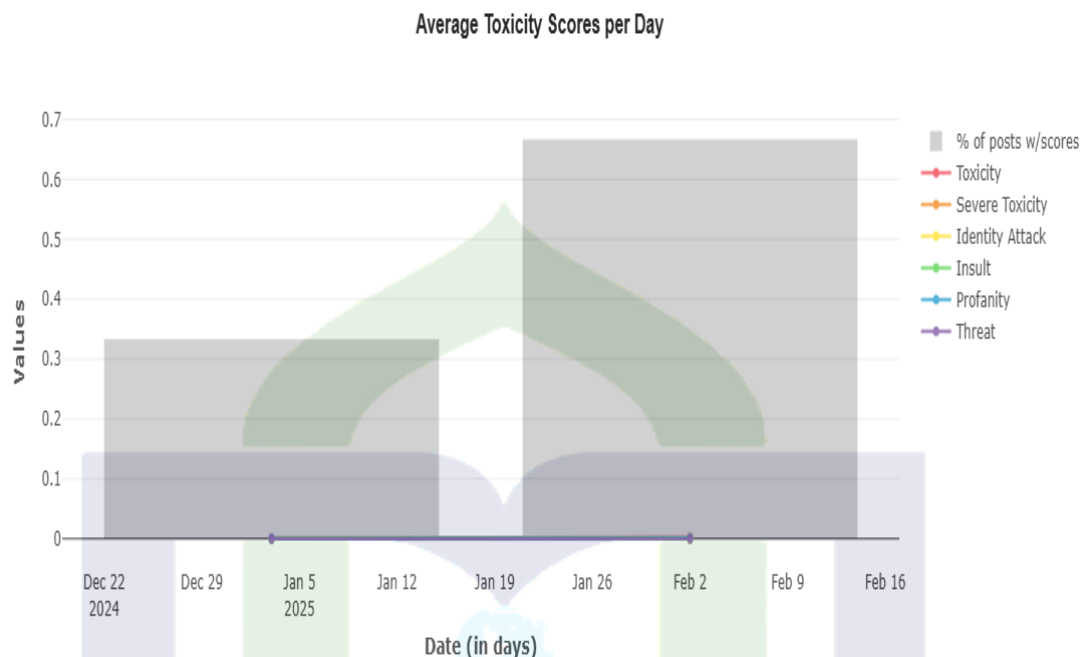
Sumber: Hasil Analisis Data Penulis dari Communalytic.org

Berdasarkan hasil analisis Toxicity Scores yang dilakukan pada postingan, dapat disimpulkan bahwa secara umum tingkat toksisitas pada komentar-komentar tersebut sangat rendah. Toxicity rata-rata untuk dataset ini adalah 0.00229, yang

menunjukkan bahwa sebagian besar komentar yang dianalisis tidak mengandung bahasa yang kasar atau berbahaya. Nilai tertinggi yang tercatat untuk Toxicity adalah 0.00515, yang juga masih tergolong sangat rendah dan tidak menunjukkan adanya konten yang mengandung kebencian atau ujaran kebencian yang jelas.

Tidak ada postingan yang menunjukkan skor di atas 0.7 pada kategori apapun, yang mengindikasikan bahwa tidak ada komentar yang dianggap sangat toksik atau berpotensi menyinggung. Pada kategori Severe Toxicity, Identity Attack, Insult, Profanity, dan Threat, seluruh nilai rata-rata adalah sangat rendah, bahkan banyak kategori yang mencatatkan nilai 0, yang berarti bahwa komentar yang dianalisis tidak mengandung bahasa yang bersifat merendahkan, mengancam, atau kasar.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun topik video ini cukup kontroversial, mayoritas komentar yang diposting cenderung santun dan tidak mengandung unsur toksisitas atau kebencian yang tinggi. Hal ini dapat menunjukkan bahwa diskusi tentang pemberlakuan PPN 12% tersebut berlangsung dengan cara yang lebih konstruktif dan tidak melibatkan konflik verbal yang intens atau ancaman terhadap individu atau kelompok tertentu.



Gambar 4.6 Rata-Rata Skor Toksisitas Video Setiap Hari

Sumber: Hasil Analisis Communalytic.org

Berdasarkan gambar pada gambar 4.6, yang menunjukkan Rata-rata Skor Toksisitas Per Hari untuk komentar-komentar yang terkait dengan video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!", kita dapat menarik beberapa temuan terkait intensitas toksisitas dalam diskusi mengenai pemberlakuan PPN 12%.

Secara keseluruhan, grafik ini menunjukkan bahwa skor toksisitas relatif rendah sepanjang periode waktu yang dianalisis. Toksisitas mencapai puncaknya pada 19 Januari 2025, dengan skor yang mendekati 0.7. Ini menandakan adanya periode di mana diskusi terkait video tersebut mengalami peningkatan intensitas, meskipun tetap dalam batas moderat. Secara rinci, grafik menunjukkan bahwa sejak 22 Desember 2024 hingga 9 Februari 2025, terdapat sedikit variasi dalam skor toksisitas harian, dengan kebanyakan periode menunjukkan skor di bawah 0.3, yang

menunjukkan tingkat toksisitas yang relatif rendah dan tidak mengandung banyak komentar kasar atau penuh kebencian.

Pada puncak toksisitas yang terjadi pada 19 Januari 2025, ada kemungkinan bahwa pada tanggal tersebut terjadi respons yang lebih emosional dari khalayak terhadap kebijakan PPN 12%, yang kemudian mengarah pada peningkatan intensitas percakapan atau respons kritis. Meskipun demikian, meskipun ada lonjakan pada tanggal tersebut, toksisitas tidak mencapai nilai yang mengkhawatirkan (lebih dari 0.7) dan kembali turun dengan cepat setelahnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun video ini mengundang perdebatan, diskusi tersebut lebih banyak berlangsung dalam ruang lingkup moderat dengan sedikit sentimen negatif yang mewarnai percakapan.

Penting untuk dicatat bahwa kategori lain seperti Severe Toxicity, Identity Attack, Insult, Profanity, dan Threat tidak menunjukkan fluktuasi signifikan, dengan hampir tidak ada data yang menunjukkan skor tinggi pada kategori-kategori tersebut. Ini mengindikasikan bahwa meskipun topik yang dibahas cukup kontroversial, sebagian besar interaksi tetap terjaga dalam batas yang wajar, dengan sedikit atau tanpa adanya komentar yang mengandung penghinaan atau ancaman.



Gambar 4.7 Distribusi Skor Toksisitas

Sumber: Hasil Analisis Communalytic.org

Gambar 4.7 menunjukkan Distribusi Skor Toksisitas dari komentar-komentar yang dianalisis terkait video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!". Grafik ini menggunakan diagram boxplot untuk menunjukkan distribusi skor toksisitas dalam berbagai kategori: Toxicity, Severe Toxicity, Identity Attack, Insult, Profanity, dan Threat.

Dari distribusi skor ini, dapat terlihat bahwa skor Toxicity (ditandai dengan warna merah) memiliki nilai yang paling tinggi di antara kategori lainnya, meskipun masih dalam rentang yang sangat rendah (sekitar 0.003). Nilai ini menunjukkan adanya sedikit toksisitas dalam komentar, namun tidak ada lonjakan besar yang menunjukkan tingkat kebencian atau ujaran kebencian yang signifikan. Boxplot ini menunjukkan bahwa sebagian besar data terkonsentrasi pada nilai yang lebih rendah, yang menandakan bahwa meskipun ada beberapa komentar dengan toksisitas, kebanyakan masih terjaga dalam batas wajar.

Di sisi lain, kategori Severe Toxicity (ditandai dengan warna oranye) menunjukkan distribusi yang sangat rendah, dengan sebagian besar data berada di 0, yang berarti tidak ada komentar yang mengandung toksisitas parah. Hal serupa juga

terlihat pada kategori Identity Attack (kuning), Insult (hijau), Profanity (biru), dan Threat (ungu), yang semuanya memiliki nilai distribusi yang sangat rendah. Kategori-kategori ini menunjukkan bahwa tidak ada komentar yang mengandung penghinaan berat, ancaman, atau kata-kata kasar dalam jumlah yang signifikan.

Distribusi ini menunjukkan bahwa diskusi yang terjadi pada video ini umumnya bersifat moderat dengan sedikit atau tidak ada konten yang berbahaya atau sangat menyinggung. Meskipun ada beberapa komentar dengan sedikit toksisitas, mayoritas percakapan tetap berlangsung dengan cara yang sopan, tidak mengandung ancaman, atau penghinaan. Ini bisa menunjukkan bahwa khalayak video ini memilih untuk mengungkapkan pendapat mereka dengan cara yang lebih konstruktif daripada berfokus pada konflik verbal atau ujaran kebencian.

Tabel 4.3. Hasil Analisis Skor Prososial Terhadap Video

| Kategori        | Rata-rata untuk Kumpulan Data | Nilai Tertinggi | Jumlah Postingan dengan Skor $\geq 0.7$ |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|-----------------------------------------|
| Afinitas        | 0.22263%                      | 0.29001%        | 0%                                      |
| Empati          | 0.28302%                      | 0.55057%        | 0%                                      |
| Rasa ingin tahu | 0.37476%                      | 0.54232%        | 0%                                      |
| Nuansa          | 0.05212%                      | 0.54222%        | 0%                                      |

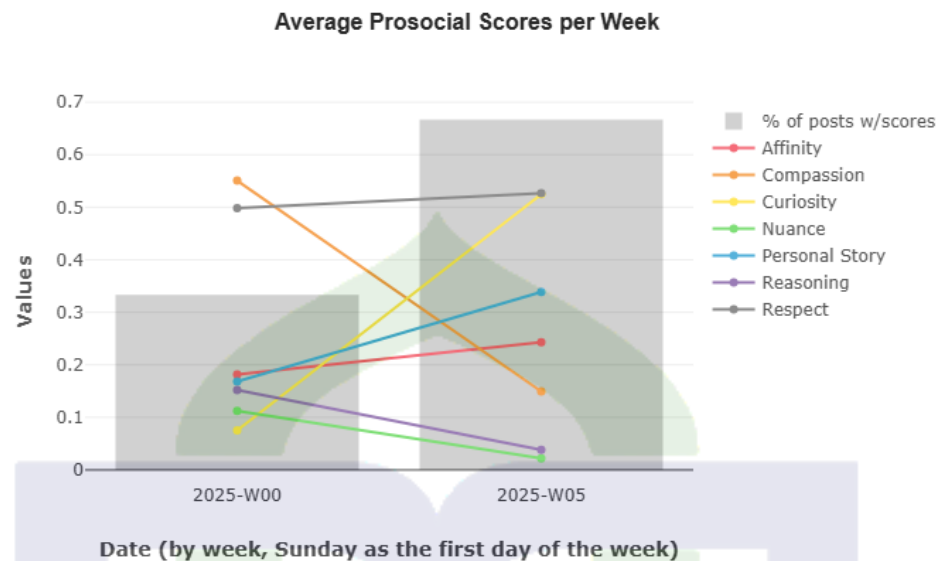
Sumber: Hasil Analisis Data Penulis dari Communalystic.org

Berdasarkan tabel 4.3 hasil analisis Skor Prososial pada 3 postingan terkait video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!", kita dapat melihat bahwa skor rata-rata untuk kategori prososial yang dianalisis secara keseluruhan cenderung rendah. Dari tujuh kategori yang dianalisis, kategori Afinitas (0.22263) dan Empati (0.28302) menunjukkan bahwa meskipun ada sedikit keinginan untuk membangun hubungan sosial yang baik atau memberikan perhatian positif kepada orang lain, interaksi yang terjadi dalam komentar tidak memperlihatkan elemen kasih sayang yang mendalam atau penghargaan yang jelas.

Hal ini bisa menunjukkan bahwa meskipun topik ini memiliki relevansi sosial yang cukup besar, khalayak lebih fokus pada topik tersebut daripada pada berbagi empati atau membangun koneksi emosional dalam diskusi. Bahkan, nilai tertinggi yang tercatat dalam kategori Empati hanya mencapai 0.55057, yang masih dalam rentang moderat, menunjukkan bahwa ada sedikit interaksi yang menunjukkan perhatian terhadap sesama.

Selain itu, kategori Rasa ingin tahu (0.37476) menunjukkan bahwa meskipun khalayak tertarik dengan topik yang dibahas, mereka tidak menunjukkan tingkat keingintahuan yang mendalam dalam komentar mereka. Skor rata-rata yang lebih tinggi di kategori ini bisa menunjukkan bahwa sebagian khalayak merasa perlu memahami lebih jauh mengenai kebijakan PPN 12%, namun hal itu tidak cukup untuk mendorong mereka untuk bertanya atau mengajak dialog yang lebih reflektif atau penuh wawasan. Skor tertinggi pada kategori Rasa ingin tahu mencapai 0.54232, yang masih tidak cukup tinggi untuk menunjukkan adanya keinginan yang kuat untuk menggali lebih dalam atau mencari penjelasan yang lebih rinci tentang kebijakan tersebut. Hal ini mencerminkan kurangnya keterlibatan aktif dalam mencari jawaban atau memberikan komentar yang bersifat analitis, sebaliknya, banyak yang hanya memberikan tanggapan singkat atau tidak terlalu mengundang diskusi lebih lanjut.

Di sisi lain, kategori Nuansa (0.05212) menunjukkan skor yang sangat rendah, yang mengindikasikan bahwa diskusi dalam komentar cenderung lebih dangkal dan kurang melibatkan pemikiran kritis atau pencarian makna lebih jauh terkait dengan kebijakan yang dibahas. Secara keseluruhan, meskipun ada minat untuk memahami kebijakan ini dan beberapa penghargaan terhadap diskusi yang ada, hasil analisis ini menunjukkan bahwa komentar-komentar tersebut tidak membawa dampak prososial yang besar atau memperlihatkan perhatian emosional yang kuat, lebih banyak berfokus pada pendapat pribadi dan diskusi tanpa kedalaman sosial yang signifikan.



Gambar 4.9 Rata-rata nilai Prosocial per Minggu

Sumber: Hasil Analisis CommuAnalytic.org

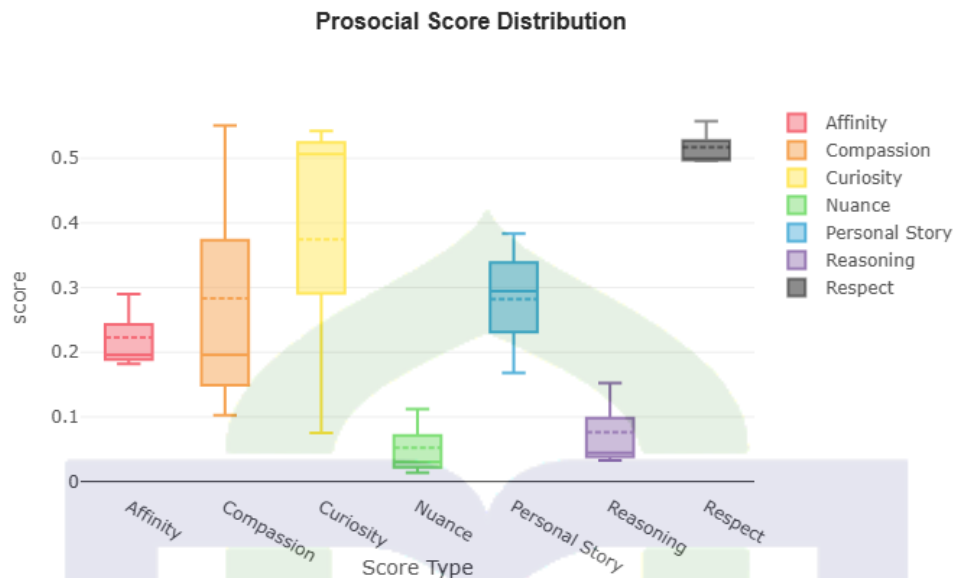
Gambar 4.9 menunjukkan Rata-rata Skor Prosocial per Minggu untuk komentar-komentar yang terkait dengan video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!" selama dua minggu, yang dilabeli dengan 2025-W00 (minggu pertama) dan 2025-W05 (minggu kelima). Grafik ini menggambarkan perubahan nilai rata-rata untuk berbagai kategori prososial, yaitu Afinitas, Kasih Sayang, Rasa Ingin Tahu, Nuansa, Kisah Pribadi, Pemikiran, dan Menghormati.

Dari grafik tersebut, terlihat bahwa dalam minggu pertama (2025-W00), skor rata-rata untuk hampir semua kategori prososial relatif rendah, dengan beberapa kategori seperti Nuansa dan Pemikiran mencapai nilai yang hampir mendekati nol. Kasih Sayang dan Afinitas juga mencatatkan nilai yang rendah, masing-masing dengan skor sekitar 0.2 hingga 0.3. Hal ini menunjukkan bahwa pada awalnya, interaksi yang terjadi lebih bersifat informatif atau netral, tanpa banyak menunjukkan elemen empati atau hubungan sosial yang kuat. Sebaliknya, pada minggu kelima (2025-W05), ada peningkatan signifikan pada beberapa kategori, terutama pada Kasih Sayang dan Rasa Ingin Tahu, yang mencatatkan skor lebih tinggi dibandingkan

dengan minggu pertama. Kasih Sayang mencatatkan skor 0.5, yang menunjukkan adanya sedikit lebih banyak empati atau perhatian terhadap sesama, meskipun belum ada interaksi yang sangat mendalam.

Peningkatan skor ini menunjukkan bahwa pada minggu kelima, khalayak mungkin telah menjadi lebih tertarik dengan topik yang dibahas dan mulai mengungkapkan lebih banyak pendapat atau komentar yang bersifat sosial dan prososial. Kategori seperti Rasa Ingin Tahu juga mencatatkan kenaikan yang jelas, mencapai 0.6, mengindikasikan bahwa lebih banyak khalayak yang terlibat dalam diskusi atau bertanya mengenai topik tersebut. Sementara itu, kategori Pemikiran dan Nuansa masih tetap menunjukkan skor yang lebih rendah, meskipun ada sedikit perbaikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun khalayak semakin tertarik dengan topik tersebut, diskusi yang lebih mendalam atau yang mengarah pada pemikiran kritis tetap terbatas.

Hasil analisis ini menunjukkan adanya peningkatan dalam keterlibatan sosial dan prososial seiring berjalannya waktu. Meskipun skor untuk kategori seperti Pemikiran dan Nuansa masih rendah, ada kecenderungan meningkatnya empati (Kasih Sayang) dan rasa ingin tahu di minggu kelima. Peningkatan ini mencerminkan bahwa khalayak mulai merespons lebih aktif dan lebih terlibat dengan topik PPN 12%, meskipun masih ada kecenderungan untuk tetap fokus pada aspek informatif dan opini pribadi daripada refleksi atau diskusi yang lebih mendalam mengenai kebijakan tersebut.



Gambar 4.9 Distribusi Skor Prosial

Sumber: Hasil Analisis Communalytic.org

Gambar 4.9 menunjukkan Distribusi Skor Prososial untuk berbagai kategori prososial yang dianalisis dalam komentar-komentar terkait video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!". Grafik ini menggunakan diagram boxplot untuk menggambarkan distribusi skor pada enam kategori: Afinitas, Kasih Sayang, Rasa Ingin Tahu, Nuansa, Kisah Pribadi, Pemikiran, dan Menghormati.

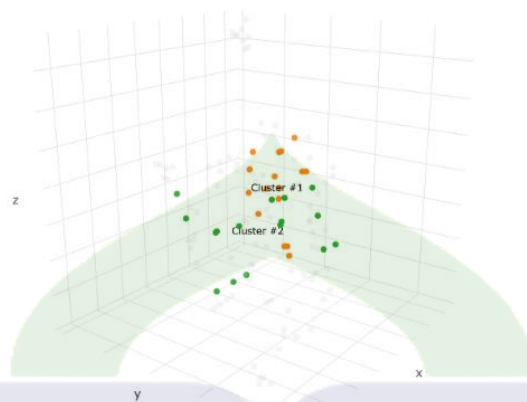
Dari grafik tersebut, terlihat bahwa kategori Kasih Sayang (berwarna oranye) memiliki distribusi skor yang relatif lebih tinggi dibandingkan kategori lainnya. Rata-rata nilai untuk Kasih Sayang berada sekitar 0.3, dengan rentang skor yang cukup lebar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar komentar tidak terlalu menunjukkan empati yang mendalam, ada beberapa komentar yang sedikit lebih menunjukkan perhatian terhadap sesama. Kategori Rasa Ingin Tahu (berwarna kuning) juga mencatatkan distribusi yang lebih tinggi dibandingkan kategori lainnya, dengan skor rata-rata yang berada sedikit di bawah 0.4. Ini menunjukkan bahwa

sebagian khalayak memang menunjukkan minat untuk memahami lebih dalam mengenai topik yang dibahas dalam video, meskipun masih terbatas dalam konteks ketertarikan tanpa banyak pencarian atau pertanyaan mendalam.

Sementara itu, kategori Nuansa (hijau) dan Pemikiran (biru) menunjukkan distribusi yang lebih rendah, dengan sebagian besar skor terkonsentrasi di sekitar 0.1 hingga 0.2. Hal ini mengindikasikan bahwa diskusi yang terjadi cenderung lebih dangkal, dengan sedikit komentar yang memberikan pertimbangan yang lebih mendalam atau berfokus pada pemikiran kritis. Nuansa, yang sering kali mencerminkan perhatian terhadap kehalusan atau kompleksitas dalam percakapan, juga menunjukkan skor rendah, yang bisa berarti khalayak cenderung memberikan tanggapan yang lebih langsung dan sederhana tanpa banyak mempertimbangkan aspek-aspek lebih dalam terkait topik tersebut. Di sisi lain, kategori Menghormati (hitam) memiliki distribusi yang sangat rendah, dengan sebagian besar nilai mendekati 0, yang menunjukkan bahwa meskipun ada sedikit rasa saling menghargai dalam diskusi, interaksi dalam komentar tidak terlalu fokus pada penguatan hubungan sosial yang positif atau penghargaan terhadap pendapat orang lain.

Temuan ini mengindikasikan bahwa diskusi tentang kebijakan PPN 12% pada video tersebut cenderung lebih terfokus pada opini pribadi dan informasi dasar, dengan sedikit elemen empati atau diskusi prososial yang mendalam. Meskipun ada sedikit perhatian terhadap kasih sayang dan rasa ingin tahu, khalayak tampaknya tidak terlalu terlibat dalam diskusi yang lebih reflektif atau memperlihatkan keinginan untuk berkontribusi dalam membangun dialog yang lebih konstruktif dan mendalam. Kategori-kategori seperti Pemikiran dan Nuansa menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi kurang berfokus pada pemahaman yang lebih kompleks dan lebih banyak bersifat reaktif dan informatif.

Dataset Name: Sakina | Platform: Youtube | # Records: 121 | # Clusters: 2 | # Outliers: 89  
 Clustering Algorithm: HDBScan (parameters: min\_cluster\_size: 10 | min\_samples: 10 | epsilon: 0.1) Clustering Quality: Davies-Bouldin Index=0.605 (Lower=Better)  
**3D Semantic Similarity Map | Made with COMMUNALYTIC**



Gambar 4.10 Semantic Similarity Map  
 Sumber: Hasil Analisis CommunalYTIC.org

Gambar 4.10 menunjukkan 3D Semantic Similarity Map yang menggambarkan distribusi semantic similarity atau kesamaan semantik dari komentar-komentar yang diambil dari video "Tarik Ulur di Balik Pemberlakuan PPN 12 Persen | JELASIN DONG!". Dalam peta ini, komentar-komentar dikelompokkan menjadi dua klaster utama: Klaster #1 yang ditandai dengan warna orange dan Klaster #2 yang ditandai dengan warna hijau. Peta ini menggunakan algoritma HDBScan untuk melakukan klasterisasi berdasarkan kemiripan semantik antara komentar-komentar tersebut. Dapat terlihat bahwa mayoritas komentar terkonsentrasi dalam kedua klaster ini, dengan beberapa titik data yang tersebar di luar klaster, yang dianggap sebagai outliers atau data yang tidak sesuai dengan pola yang ada.

Dari grafik ini, terlihat bahwa Klaster #1 (orange) berisi komentar-komentar yang memiliki kemiripan semantik lebih besar satu sama lain. Komentar-komentar dalam klaster ini mungkin mencerminkan satu sudut pandang tertentu atau kelompok pemikiran yang lebih seragam, seperti reaksi terhadap kebijakan PPN 12% dengan

sentimen yang lebih serupa, baik itu positif, negatif, atau netral. Klaster ini menunjukkan adanya kelompok pengguna yang cenderung berbicara dalam cara yang lebih konsisten dan mirip, mencerminkan keterlibatan yang lebih homogen dalam percakapan. Sebaliknya, Klaster #2 (hijau) menunjukkan kumpulan komentar yang memiliki kemiripan semantik yang lebih berbeda, mungkin mencerminkan perbedaan pandangan, baik dalam dukungan maupun oposisi terhadap kebijakan tersebut.

Selain itu, terdapat sejumlah outliers (titik abu-abu) yang terpisah dari kedua klaster utama, yang menunjukkan komentar-komentar yang tidak terlalu cocok dengan sentimen mayoritas. Outliers ini bisa mencerminkan pandangan yang sangat berbeda atau komentar yang tidak terlalu relevan dengan diskusi utama terkait PPN 12%. Peta ini memberikan wawasan yang berharga tentang seberapa besar variasi dalam komentar yang ada di video tersebut. Meskipun mayoritas komentar terkelompok dalam dua klaster besar, kehadiran outliers ini menunjukkan bahwa masih ada keberagaman pendapat yang tidak sepenuhnya dapat dikelompokkan dalam satu pandangan atau sentimen yang dominan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun ada polarisasi dalam diskusi, tetap ada ruang untuk suara-suara yang berbeda dan unik dalam percakapan tersebut.

## B. Pembahasan

### 1. Sentimen Publik Terhadap Kenaikan PPN 12 % pada Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco

Sentimen publik terhadap kenaikan PPN 12% pada program acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, sentimen publik yang muncul dalam komentar-komentar terkait video ini cenderung netral. Meskipun video ini membahas kebijakan yang cukup kontroversial, respon yang diberikan oleh khalayak tidak mengarah pada reaksi emosional yang sangat kuat, baik dalam bentuk penolakan tajam atau dukungan penuh terhadap kebijakan tersebut. Analisis toksisitas dan prososial mengungkapkan bahwa sebagian besar komentar tidak mengandung sentimen yang sangat negatif atau positif, dengan sebagian besar diskusi berfokus pada informasi atau pendapat pribadi. Hasil ini mencerminkan bahwa khalayak lebih memilih untuk terlibat dalam diskusi yang rasional dan berbasis fakta, alih-alih terjebak dalam konflik emosional atau perdebatan yang keras.

Lebih lanjut, temuan ini juga tercermin dalam distribusi skor prososial yang menunjukkan tingkat empati, kasih sayang, dan perhatian terhadap sesama yang relatif rendah. Kategori seperti Kasih Sayang dan Rasa Ingin Tahu mencatatkan sedikit kenaikan skor di minggu kelima, tetapi secara keseluruhan, komentar-komentar tersebut lebih cenderung memberikan pandangan pribadi atau informasi tanpa menunjukkan empati atau keinginan untuk menciptakan perubahan sosial yang lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kebijakan PPN 12% merupakan topik yang signifikan bagi masyarakat, khalayak tidak merespons dengan cara yang sangat prososial atau dengan inisiatif untuk memengaruhi perubahan, tetapi lebih terfokus pada diskusi yang lebih netral dan informatif.

Dalam konteks ini, Teori Resonansi Pesan (Message Resonance Theory) dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam. Teori ini mengasumsikan bahwa untuk sebuah pesan media massa agar efektif, pesan tersebut harus selaras dengan

keyakinan, nilai, dan pengalaman khalayak yang sudah ada sebelumnya.<sup>44</sup> Meskipun kebijakan PPN 12% memiliki relevansi besar, tidak semua khalayak merasakannya sebagai masalah yang langsung mempengaruhi mereka. Resonansi pesan dalam hal ini terjadi ketika khalayak merasa bahwa pesan yang disampaikan dapat membantu mereka memahami atau mengatasi tantangan praktis yang mereka hadapi. Namun, karena sebagian besar khalayak tidak merasakan dampak langsung yang signifikan, pesan ini tidak sepenuhnya beresonansi dengan pandangan mereka, sehingga respon yang muncul lebih bersifat netral daripada membangkitkan perubahan sosial yang lebih besar.

Sejalan dengan Teori Resepsi oleh Stuart Hall, yang menekankan bahwa khalayak tidak aktif dalam menafsirkan pesan, melainkan aktif dalam menginterpretasikan pesan berdasarkan konteks sosial dan pengalaman mereka, kita dapat memahami bagaimana khalayak menanggapi pesan yang disampaikan dalam video ini.<sup>45</sup> Teori ini menyoroti bahwa khalayak mungkin menafsirkan pesan dengan cara yang berbeda, tergantung pada latar belakang sosial dan pengalaman hidup mereka.<sup>46</sup> Dalam penelitian ini, khalayak dapat ditempatkan dalam posisi negosiasi atau oposisi, di mana mereka tidak sepenuhnya setuju dengan kebijakan yang dibahas, tetapi juga tidak menolaknya sepenuhnya. Pengalaman dan konteks sosial mereka membentuk cara mereka memahami dan menginterpretasikan kebijakan PPN 12%. Oleh karena itu, meskipun ada elemen diskusi yang lebih rasional dan berbasis informasi, tidak ada konsensus yang kuat mengenai kebijakan tersebut, mencerminkan posisi negosiasi yang lebih banyak terjadi di antara khalayak.

Sejalan dengan temuan dalam penelitian "Audience Reception Analysis Toward Political Messages in President Joko Widodo YouTube Channel" oleh Utami dan Lestari (2017), yang menggunakan Teori Encoding-Decoding oleh Stuart Hall,

---

<sup>44</sup> Terence E McDonnell, Christopher A Bail, and Iddo Tavory, "A Theory of Resonance," *Sociological Theory* 35, no. 1, 1 2017

<sup>45</sup> Robert C Holub, *Reception Theory* (Routledge, 2013).

<sup>46</sup> Gretchen Barbatsis, "Reception Theory," in *Handbook of Visual Communication* (Routledge, 2004).

hasil penelitian ini menunjukkan bahwa khalayak dalam video *Jelasin Dong* memiliki respons yang serupa, dengan posisi dominan yang lebih moderat dan lebih banyak berada dalam posisi negosiasi. Hal ini mencerminkan bahwa khalayak mungkin tidak sepenuhnya sepakat dengan pesan yang disampaikan oleh pembuat video, tetapi juga tidak menolaknya sepenuhnya. Faktor-faktor seperti latar belakang sosial, pengalaman pribadi, dan persepsi terhadap kebijakan ini berperan penting dalam membentuk interpretasi mereka terhadap pesan tersebut.<sup>47</sup>

Dalam penelitian "Komunikasi Sains Audiovisual di TV dan YouTube" oleh Boy et al. (2022), yang menyatakan bahwa platform seperti YouTube memungkinkan khalayak untuk menjadi peserta aktif dalam komunikasi, temuan ini relevan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa meskipun khalayak lebih banyak memberikan tanggapan yang netral atau informatif, keterlibatan mereka tetap dapat memberikan kontribusi pada pembentukan opini publik yang lebih luas. Sebagaimana penelitian ini menunjukkan bahwa jenis video yang berbeda dapat memengaruhi transfer pengetahuan dan sikap khalayak, video ini mengundang khalayak untuk terlibat lebih jauh dalam diskusi tentang PPN 12%, meskipun dengan tingkat keterlibatan yang lebih moderat. Diskusi di platform seperti YouTube memungkinkan khalayak untuk berperan dalam memaknai pesan dan menafsirkan kebijakan, meskipun tidak selalu mengarah pada perubahan sosial atau mobilisasi yang signifikan.<sup>48</sup>

Temuan pada penelitian ini yang menganalisis sentimen publik terhadap kenaikan PPN 12% pada video "Jelasin Dong" menunjukkan bahwa mayoritas khalayak memberikan respon yang netral, mencerminkan ketertarikan terhadap topik tersebut namun tanpa adanya dukungan atau penolakan yang emosional. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian "Analisis Sentimen untuk Video YouTube

<sup>47</sup> Kristi Dwi Utami and Puji Lestari, "Audience Reception Analysis Toward Political Messages in President Joko Widodo Youtube Channel," *The Indonesian Journal of Communication Studies* 10, no. 1 (2017), <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fcomm.2020.608620>.

<sup>48</sup> Bettina Boy, Hans-Jürgen Bucher, and Katharina Christ, "Audiovisual Science Communication on TV and YouTube. How Recipients Understand and Evaluate Science Videos," *Frontiers in Communication* 5 (2020): 608620.

dengan Komentar Pengguna: Ulasan" oleh Rawan, dkk (2021), yang menyoroti bahwa meskipun platform YouTube dapat mengungkapkan opini publik secara luas, banyak khalayak yang hanya memberikan reaksi positif atau negatif yang moderat terhadap konten yang ada. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa meskipun terdapat kategori sentimen seperti "senang" atau "marah", banyak khalayak yang tetap memilih untuk memberikan tanggapan yang lebih berhati-hati, menunjukkan sentimen netral terhadap pesan yang disampaikan. Pada penelitian ini, khalayak video "Jelasin Dong" lebih memilih untuk memberikan komentar yang berbasis informasi dan opini pribadi tanpa melibatkan reaksi emosional yang mendalam.<sup>49</sup>

Selanjutnya, dalam temuan ini terdapat perbedaan posisi khalayak dalam penerimaan pesan yang disampaikan dalam video. Berdasarkan Teori Resepsi oleh Stuart Hall, khalayak tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga aktif dalam menafsirkan pesan berdasarkan konteks sosial dan pengalaman hidup mereka. Hal ini juga tercermin dalam temuan pada penelitian "Analisis konten video YouTube di Koha dan DSpace, serta analisis sentimen komentar pemirsa" oleh Deori, dkk (2021), yang menunjukkan bahwa khalayak dapat membentuk pemahaman mereka berdasarkan pengalaman dan latar belakang mereka. Di mana dalam video "Jelasin Dong", meskipun beberapa khalayak terlibat dalam diskusi yang lebih konstruktif mengenai kebijakan PPN 12%, mereka tetap terbelah dalam interpretasi terhadap pesan tersebut. Sebagian besar khalayak mungkin terlibat dalam posisi negosiasi, menerima pesan dengan penyesuaian terhadap pandangan mereka sendiri, tetapi tidak sepenuhnya menyetujui atau menolak pesan tersebut.

Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian "Audience Reception Analysis Toward Political Messages in President Joko Widodo Youtube Channel" oleh Utami dan Lestari (2017), yang menunjukkan bagaimana khalayak YouTube mengembangkan interpretasi mereka terhadap pesan politik berdasarkan posisi

---

<sup>49</sup> Maya Deori, Vinit Kumar, and Manoj Kumar Verma, "Analysis of YouTube Video Contents on Koha and DSpace, and Sentiment Analysis of Viewers' Comments," *Library Hi Tech* 41, no. 3 (May 17, 2021): 711–28, <https://doi.org/10.1108/LHT-12-2020-0323>.

dominasi, negosiasi, atau oposisi. Dalam penelitian ini, hasilnya menunjukkan bahwa beberapa khalayak berada pada posisi dominasi abu-abu, tidak sepenuhnya setuju dengan pesan yang diberikan tetapi memahami konteksnya. Penemuan ini berhubungan dengan Teori Resonansi Pesan, yang menyatakan bahwa agar pesan menjadi efektif, pesan tersebut harus selaras dengan nilai dan pengalaman khalayak.

Dalam kasus video "Jelasin Dong", meskipun kebijakan PPN 12% memiliki relevansi, tidak semua khalayak merasa terhubung secara emosional dengan pesan tersebut. Khalayak yang berada dalam posisi oposisi abu-abu mungkin tidak sepenuhnya menolak kebijakan PPN tetapi merasa tidak sepenuhnya resonan dengan pengalaman atau pandangan mereka. Seperti yang disebutkan dalam penelitian ini, resonansi terjadi ketika objek budaya, dalam hal ini pesan tentang kebijakan PPN, membantu khalayak memecahkan tantangan praktis yang mereka hadapi, tetapi hal ini tidak sepenuhnya tercapai dalam kasus ini.

## **2. Resepsi Khalayak Terhadap Kenaikan PPN 12 % Pada Program Acara Jelasin Dong di Channel Tempodotco**

Temuan menunjukkan terkait dengan resepsi khalayak terhadap kenaikan PPN 12% pada program acara *Jelasin Dong* di Channel Tempodotco menunjukkan bahwa sebagian besar khalayak memiliki respon yang moderat dan netral terhadap kebijakan ini. Berdasarkan analisis sentimen dan prososial, komentar-komentar khalayak tidak menunjukkan perbedaan tajam antara dukungan atau penolakan terhadap kebijakan tersebut. Khalayak lebih cenderung memberikan tanggapan yang lebih rasional dan berbasis informasi, tanpa mengarah pada reaksi emosional yang berlebihan. Ini menunjukkan bahwa meskipun kebijakan PPN 12% merupakan topik yang relevan dan cukup penting, khalayak tidak melihatnya sebagai isu yang cukup mendesak untuk menuntut reaksi emosional yang kuat, tetapi lebih mengarah pada eksplorasi fakta dan pandangan pribadi.

Dalam hal ini, Teori Resonansi Pesan dapat menjelaskan fenomena ini, di mana pesan dalam video tidak sepenuhnya beresonansi dengan pengalaman atau pandangan dunia khalayak. Meskipun kebijakan PPN 12% mungkin relevan bagi banyak orang, tidak semua khalayak merasa bahwa pesan tersebut mencerminkan masalah praktis yang mereka hadapi. Resonansi pesan terjadi ketika pesan dalam media massa selaras dengan keyakinan dan pengalaman khalayak. Namun, dalam hal ini, karena sebagian besar khalayak tidak merasa langsung terdampak oleh kebijakan tersebut, resonansi pesan menjadi terbatas, menghasilkan respons yang lebih netral dan kurang emosional. Khalayak tidak merasakan adanya tantangan praktis yang perlu dipecahkan melalui kebijakan tersebut, sehingga diskusi yang terjadi lebih banyak bersifat informatif dan tidak mengarah pada perubahan sosial yang lebih besar.

Selain itu, penelitian "Analisis konten video YouTube di Koha dan DSpace, serta analisis sentimen komentar pemirsa" oleh Deori dkk (2021) menunjukkan bahwa dalam video yang bersifat edukatif atau informatif seperti yang ada pada platform YouTube, khalayak seringkali memberikan respons yang lebih positif, namun dengan niat untuk mendapatkan atau memberikan solusi, bukan hanya untuk mendukung atau menentang. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dalam penelitian ini, di mana khalayak dalam video *Jelasin Dong* cenderung lebih tertarik untuk mengeksplorasi pemahaman mereka tentang kebijakan PPN 12%, namun tanpa memperlihatkan adanya perubahan besar dalam sikap atau dukungan terhadap kebijakan tersebut. Khalayak lebih banyak memberikan komentar yang netral, bertanya, atau mencoba mencari penjelasan lebih lanjut, mencerminkan posisi negosiasi dalam teori resepsi Stuart Hall.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini juga relevan dengan penelitian "Audience Reception Analysis Toward Political Messages in President Joko Widodo YouTube Channel" oleh Utami dan Lestari (2017), yang menggunakan teori Encoding-Decoding oleh Stuart Hall. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa khalayak dapat

berada dalam posisi hegemonik dominan, negosiasi, atau oposisi terhadap pesan politik yang disampaikan, tergantung pada latar belakang sosial dan pemahaman mereka. Temuan ini serupa dengan hasil penelitian ini, di mana khalayak pada video *Jelasin Dong* tidak sepenuhnya setuju atau menolak pesan tentang PPN 12%, tetapi berada dalam posisi negosiasi, di mana mereka menafsirkan pesan dengan cara yang disesuaikan dengan pengalaman hidup dan pandangan dunia mereka sendiri. Hal ini menunjukkan bagaimana teori Resonansi Pesan juga relevan, di mana resonansi terjadi hanya ketika pesan yang disampaikan dapat membantu khalayak memecahkan tantangan atau masalah praktis yang mereka hadapi. Namun, dalam konteks ini, pesan mengenai kebijakan PPN 12% tidak sepenuhnya beresonansi dengan khalayak, yang mengarah pada respons yang lebih moderat dan kurang emosional.

Sementara itu, Teori Resepsi oleh Stuart Hall memberikan kerangka yang lebih mendalam untuk memahami variasi dalam cara khalayak menafsirkan pesan.<sup>50</sup> Hall berpendapat bahwa khalayak adalah aktif dalam mendekode pesan, dan bahwa interpretasi mereka sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, pengalaman hidup, dan latar belakang budaya mereka.<sup>51</sup> Dalam konteks video ini, khalayak yang memiliki pengalaman atau pandangan yang berbeda terhadap kebijakan PPN 12% mungkin akan menginterpretasikan pesan tersebut dengan cara yang berbeda, berdasarkan posisi sosial dan budaya mereka. Khalayak yang lebih berpendidikan atau memiliki latar belakang ekonomi yang berbeda, misalnya, mungkin lebih cenderung menerima pesan tersebut sebagai informasi penting, sementara mereka yang merasa kebijakan ini tidak memengaruhi mereka langsung bisa berada dalam posisi negosiasi atau bahkan oposisi terhadap pesan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak tidak hanya menerima pesan secara pasif, melainkan mengaktifkan agensi mereka untuk

---

<sup>50</sup> Robert C Holub, *Crossing Borders: Reception Theory, Poststructuralism, Deconstruction* (Univ of Wisconsin Press, 1992).

<sup>51</sup> Mark Knight, "Wirkungsgeschichte, Reception History, Reception Theory," *Journal for the Study of the New Testament* 33, no. 2 (2010): 137–46.

memahami dan merespons pesan berdasarkan kode yang mereka terima, yang dapat mengarah pada interpretasi yang sangat bervariasi.

Penelitian ini tentang resepsi khalayak terhadap kenaikan PPN 12% pada program acara *Jelasin Dong* menunjukkan bahwa mayoritas khalayak memberikan respon yang lebih moderat dan netral, tanpa menunjukkan sentimen emosional yang kuat baik berupa dukungan atau penolakan terhadap kebijakan tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan dalam "Analisis Sentimen untuk Video YouTube dengan Komentar Pengguna: Ulasan" oleh Rawan dkk (2021), yang menjelaskan bahwa komentar-komentar di platform YouTube seringkali mencerminkan opini yang lebih netral dan moderat, tergantung pada bagaimana khalayak memahami dan mengolah informasi yang ada. Meskipun video tersebut membahas kebijakan yang berpotensi mempengaruhi banyak orang, komentar yang ada lebih banyak berfokus pada penyampaian informasi atau opini pribadi yang tidak terlalu dipengaruhi oleh emosi atau sentimen negatif yang berlebihan. Hal ini mencerminkan kecenderungan khalayak untuk memberikan komentar yang lebih berbasis informasi daripada reaksi emosional terhadap kebijakan yang dibahas.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Analisis sentimen publik terhadap kenaikan PPN 12% (Studi pada program *Jelasin dong* di channel tempodotco)”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis sentimen dan resepsi khalayak terhadap video *Jelasin Dong* yang membahas kebijakan PPN 12%, mayoritas khalayak menunjukkan sentimen netral. Khalayak lebih banyak terlibat dalam diskusi yang berbasis informasi, dengan sedikit atau tanpa dukungan atau penolakan emosional terhadap kebijakan tersebut. Hal ini mencerminkan adanya kecenderungan khalayak untuk mengedepankan pendapat pribadi dan pemahaman yang lebih rasional daripada reaksi yang berlebihan terhadap kebijakan yang dibahas.
2. Pengaruh konteks sosial dalam interpretasi pesan: Penelitian ini menunjukkan bahwa khalayak YouTube tidak menerima pesan secara pasif, tetapi lebih aktif dalam menafsirkan pesan berdasarkan konteks sosial, pengalaman hidup, dan latar belakang budaya mereka, sebagaimana diungkapkan dalam Teori Resepsi Stuart Hall. Hal ini membuktikan bahwa khalayak dapat berada dalam posisi negosiasi atau oposisi terhadap pesan yang disampaikan, tergantung pada pengalaman dan pandangan dunia mereka. Oleh karena itu, efektivitas pesan tergantung pada seberapa baik pesan tersebut dapat beresonansi dengan nilai-nilai dan pandangan yang sudah ada dalam diri khalayak.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, beberapa saran penulis yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan keterlibatan khalayak melalui pesan yang lebih resonan: Agar pesan mengenai kebijakan seperti PPN 12% lebih efektif, perlu ada upaya

untuk menyesuaikan pesan dengan nilai, pengalaman, dan pandangan dunia khalayak. Hal ini dapat dicapai dengan mengembangkan pesan yang lebih mudah dipahami dan terkait langsung dengan tantangan praktis yang dihadapi khalayak, sehingga pesan tersebut dapat beresonansi lebih kuat dengan mereka dan mengarah pada diskusi yang lebih mendalam dan transformatif.

2. Pemanfaatan platform YouTube untuk komunikasi yang lebih dialogis: Mengingat bahwa YouTube memungkinkan khalayak untuk memberikan komentar dan feedback secara langsung, disarankan agar produsen pesan atau pembuat kebijakan lebih mengoptimalkan interaksi dengan khalayak. Ini bisa dilakukan dengan merespons komentar atau menjawab pertanyaan dari khalayak secara terbuka, untuk membangun komunikasi dua arah yang lebih konstruktif. Dengan cara ini, khalayak dapat merasa lebih terlibat dalam diskusi dan pengambilan keputusan mengenai kebijakan yang berdampak pada mereka.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. & Rahman, F. “Public Sentiment and Social Media Dynamics: An Islamic Communication Perspective”. *Journal of Islamic Communication*, 7(1). 2022.
- Chen, Y., Et.al., “Social Ties on Video Platforms: Understanding User Engagement and Social Capital on YouTube”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(1), 2023.
- Hardyatman, I. D., & Hasan, F. N. “Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Rencana Kenaikan PPN 12% di Indonesia pada Media Sosial X Menggunakan Metode Decision Tree.” *Journal of Information System Research*, Vol. 6, No. 2, Januari 2025.
- Hermawan, A., Sutrisno, R., et al., eds., “Sentiment analysis of public comments on social media in response to government policies”. *Journal of Digital Communication Studies*, 15(2), (2023).
- Irawan, A. & Yuniarti, D. “Deep Learning for Sentiment Analysis on Social Media: A Case Study in Indonesia”. *Procedia Computer Science*, 215. (2023).
- Imawan, F., et al., eds., “Analisis Sentimen Publik di X Terhadap Rencana Kenaikan PPN 12% Menggunakan BERT”. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, Vol. 10, No. 1, Januari (2025).
- Irmayani, W. (2024). “Persepsi Publik terhadap Kenaikan PPN 12%: Pendekatan Sentimen pada Komentar YouTube”. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol. 12 No. 2, Desember 2024.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024). *Peraturan Menteri Keuangan No. 131 Tahun 2024 tentang Penerapan PPN 12% untuk Barang dan Jasa Mewah*. 2025.
- Liu, B. *Sentiment Analysis and Opinion Mining*. Synthesis Lectures on Human Language Technologies, 5(1), (2012).
- Liu, B. “Sentiment Analysis and Opinion Mining.” Synthesis Lectures on Human Language Technologies, 5(1). Morgan & Claypool Publishers. (2012).
- Maulana, R. & Fitria, N. “Strategi Komunikasi Krisis Berbasis Analisis Tren. Indonesian” *Journal of Digital Media*, 4(1). 2024.
- Mardiasmo. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.

- Marcus, G. E. *"Emotions in Politic"s*. Annual Review of Political Science, 3(1), 2000.
- Maya Deori, At.al., *"Analysis of YouTube Video Contents on Koha and DSpace, and Sentiment Analysis of Viewers' Comments,"* Library Hi Tech 41, no. 3 (May 17, 2021)
- Kristi Dwi Utami and Puji Lestari, *"Audience Reception Analysis Toward Political Messages in President Joko Widodo Youtube Channel,"* The Indonesian Journal of Communication Studies 10, no. 1 (2017),
- Bettina Boy, Et.al., *"Audiovisual Science Communication on TV and YouTube. How Recipients Understand and Evaluate Science Videos,"* Frontiers in Communication 5 (2020).
- Nurhadi, M. *"Peran Mahasiswa Komunikasi dalam Era Data Driven Journalism."* Jurnal Penyiaran dan Dakwah Digital, 7(1). (2022).
- Nurhadi, M. *"Komunikasi Dakwah dan Sentimen Publik di Era Digital."* Jurnal Dakwah Digital, 5(2) 2021).
- Pratama, A. & Nugroho, D. (2023). Media Monitoring dan Analisis Tren di Era Digital. Jurnal Komunikasi Kontemporer, 8(1).
- Pang, B., & Lee, L. *Opinion Mining and Sentiment Analysis*. Foundations and Trends in Information Retrieval, 2(1–2), 1–135. (2008).
- Presiden RI. (2024). *Pernyataan Presiden Prabowo Subianto Mengenai Kenaikan Tarif PPN 12% untuk Barang dan Jasa Mewah*. Konferensi Pers di Kantor Kementerian Keuangan, Jakarta. <https://www.presidenri.go.id> (diakses pada tanggal 21 Mei 2025).
- Reynald Manoppo, M., et al. *"Analisis Sentimen Publik di Media Sosial terhadap Kenaikan PPN 12% Menggunakan IndoBERT."* Jurnal Kecerdasan Buatan dan Teknologi Informasi, Vol. 4, No. 2, Mei 2025.
- Robert C Holub, *"Reception Theory"* (Routledge, 2013).
- Terence E McDonnell, Et.al., *"A Theory of Resonance,"* Sociological Theory 35, no. 1 (March 1, 2017)
- Gretchen Barbatsis, *"Reception Theory,"* in *Handbook of Visual Communication* (Routledge, 2004).

- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2014). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. Longman.
- Siregar, H. *Peran Pajak dalam Pembangunan Ekonomi Negara: Tinjauan Ekonomi Makro*. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Fiskal*, 21(4), 44-59. (2020).
- Siregar, F. (2023). Pemantauan Isu Publik melalui Analisis Tren di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 5(2).
- Suryani, F., & Sutrisno, H. *Public sentiment and its role in policy acceptance: A study on Indonesia's economic reforms*. *Journal of Indonesian Economic Policy*, 12(1), 23-38. (2024).
- Wulandari, P., & Putra, T. (2023). *The role of social media in shaping public opinion on policy issues: A case study of tax reforms in Indonesia*. *Journal of Social Media Research*, 10(3).
- We Are Social dan Meltwater. *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social, Januari 2024. Diakses 30 Juni 2025.
- Yudhistira, B. *Dampak Kenaikan PPN Barang Mewah terhadap Daya Beli Masyarakat Kelas Atas di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Perpajakan*, 34(2). (2024).
- Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K. (2015). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (7th ed.). Stamford: Cengage Learning.



**LAMPIRAN**



DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
NOMOR : B-955/In.39/FUAD.03/PP.00.9/04/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA  
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang
- Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2025
  - Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk disertai tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
  - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
  - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
  - Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
  - Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
  - Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
  - Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
  - Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
  - Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
  - Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan :
- Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 30 April 2025 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2025
  - Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 955 Tahun 2025, tanggal 30 April 2025 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah;
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan :
- Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2025
  - Menunjuk saudara: **Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :  
Nama Mahasiswa : SAKINA  
NIM : 2120203870233035  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Penelitian : ANALISIS SENTIMEN PUBLIK TERHADAP KENAIKAN PPN 12% STUDI PADA PROGRAM JELASIN DONG TEMPO.COM
  - Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
  - Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
  - Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare  
Pada tanggal 30 April 2025  
Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.  
NIP 196412311992031045

Sakina 12 januari

## ORIGINALITY REPORT

|                  |                  |              |                |
|------------------|------------------|--------------|----------------|
| <b>22%</b>       | <b>18%</b>       | <b>16%</b>   | <b>13%</b>     |
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |

## PRIMARY SOURCES

|           |                                                                                                                                                              |               |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>1</b>  | <b>repositori.uin-alauddin.ac.id</b><br>Internet Source                                                                                                      | <b>6%</b>     |
| <b>2</b>  | <b>repository.iainpare.ac.id</b><br>Internet Source                                                                                                          | <b>4%</b>     |
| <b>3</b>  | Windi Irmayani. "PERSEPSI PUBLIK TERHADAP KENAikan PPN 12%: PENDEKATAN SENTIMEN PADA KOMENTAR YOUTUBE", Jurnal Khatulistiwa Informatika, 2024<br>Publication | <b>1%</b>     |
| <b>4</b>  | <b>ejournal.bsi.ac.id</b><br>Internet Source                                                                                                                 | <b>&lt;1%</b> |
| <b>5</b>  | <b>repository.iainpalopo.ac.id</b><br>Internet Source                                                                                                        | <b>&lt;1%</b> |
| <b>6</b>  | <b>ojs.ninetyjournal.com</b><br>Internet Source                                                                                                              | <b>&lt;1%</b> |
| <b>7</b>  | Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung<br>Student Paper                                                                                                 | <b>&lt;1%</b> |
| <b>8</b>  | Submitted to Universitas Bhayangkara Jakarta Raya<br>Student Paper                                                                                           | <b>&lt;1%</b> |
| <b>9</b>  | <b>eprints.kwikkiangie.ac.id</b><br>Internet Source                                                                                                          | <b>&lt;1%</b> |
| <b>10</b> | Sahrial Ihsani Ishak, Okma Arnilia, Tri Widodo, I Gusti Nyoman Agung Bisma Tatwa. "Analisis                                                                  | <b>&lt;1%</b> |

### BIODATA PENULIS



Nama lengkap Sakina, dilahirkan di Bottae pada hari Jumat, tanggal 10 Januari 2003. Anak keenam dari tujuh bersaudara dari pasangan Bapak Sabang dan Ibu Rahmatia yang telah mengasihi, menyanyangi, mendidik, dan mencurahkan cinta kasih sepenuh hati sejak kecil hingga dewasa. Penulis menempuh pendidikan formal pertama kali di TK Arsyi Bottae pada Tahun (2008-2009). Kemudian penulis melanjutkan pendidikan formal Sekolah Dasar di SDN 77 Bottae Tahun (2009-2015), Selanjutnya melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Mattiro Bulu Tahun (2015-2018), Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Awal (SMA ) di SMKN 3 Pinrang. Tahun (2018-2021), Penulis melanjutkan studi Perguruan Tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare. Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di IAIN Parepare dengan mengajukan skripsi dengan judul Analisis Sentimen Publik terhadap Kenaikan PPN 12 % (Studi pada Program Jelasin Dong Tempodotco).

