

MENGUKUR KEPERCAYAAN MASYARAKAT ATAS KINERJA KEMENTERIAN ATR/BPN MELALUI ANALISIS SENTIMEN PADA PLATFORM DIGITAL

Reza Nur Amrin^{1,2*}, Ridho Darman³, Asih Retno Dewi⁴, Sudibyanung⁴

¹Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Indonesia
Jalan Prof. Soedarto, SH., Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah 50275

²Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia
Jalan Bina Praja Barat, Cempaka, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan 70732

³Kantor Pertanahan Kota Padang, Indonesia
Jalan Ujung Gurun No. 1, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat 25115

⁴Sekolah Tinggi Pertanahan Nasional, Indonesia
Jalan Tata Bumi No. 5, Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55293

*Koresponden e-mail: rezanuramrin@gmail.com

Vol. 6 No. 1
April 2026

Received
Aug 23th, 2025

Accepted
March 31st, 2026

Published
April 16th, 2026

ABSTRACT

Governments increasingly leverage social media for institutional reputation management, yet a significant gap often persists between institutional narratives and public perception. This study aims to analyze the topical and sentimental disparities between the Instagram posts of Indonesia's Ministry of Agrarian Affairs and Spatial Planning/National Land Agency (ATR/BPN) and netizens' responses throughout 2023. Employing a quantitative approach, this research applies lexicon-based sentiment analysis and descriptive content analysis to 15,198 comments across 1,213 posts. The results reveal a striking digital communication paradox. While the institutional agenda is heavily dominated by the celebration of land certificate handovers and ministerial visits, 56.5% of public comments exhibit negative sentiment. Netizens actively repurpose the comment section into a grassroots grievance mechanism for agrarian disputes, bureaucratic hurdles in land certification, and reports of land mafias. Consequently, there is a diametrical clash in the contextualization of the core lexicons "land" and "certificate" between the glorification of government performance and the reality of public service delivery. This study concludes that social media exposure does not holistically reflect successful land governance. The findings highlight a critical policy implication, urging government institutions to shift their digital governance paradigm from a mere public relations tool to an evaluative instrument for responsive public service.

Keywords: communication; land affairs; netizen sentiment; performance

INTISARI

Pemerintah semakin gencar memanfaatkan media sosial untuk membangun citra kelembagaan, namun seringkali terdapat kesenjangan antara narasi institusi dan persepsi publik. Penelitian ini bertujuan menganalisis disparitas topik dan sentimen antara unggahan Instagram Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) dan respons warganet sepanjang tahun 2023. Menggunakan pendekatan kuantitatif, studi ini mengaplikasikan analisis sentimen berbasis leksikon (*lexicon-based*) dan analisis isi deskriptif terhadap 15.198 komentar dari 1.213 unggahan. Hasil penelitian menyingkap sebuah paradoks komunikasi digital. Sementara agenda institusi didominasi oleh selebrasi kinerja penyerahan sertipikat dan kunjungan kerja menteri, 56,5% komentar warganet justru bersentimen negatif. Warganet secara aktif mengalihfungsikan ruang komentar menjadi wadah pengaduan sengketa agraria, hambatan prosedur administrasi, hingga pelaporan indikasi mafia tanah. Terdapat benturan pemaknaan diametral pada leksikon "tanah" dan "sertipikat" antara glorifikasi kinerja pemerintah dan realitas layanan publik di akar rumput. Studi ini menyimpulkan bahwa eksposur media sosial belum merefleksikan keberhasilan tata kelola pertanahan secara holistik. Implikasi dari temuan ini menuntut institusi pemerintah untuk menggeser paradigma tata kelola digital dari sekadar instrumen kehumasan (*public relations*) menjadi instrumen evaluasi pelayanan publik yang responsif.

Kata Kunci: sentimen warganet; komunikasi; kinerja pemerintah; pertanahan

A. Pendahuluan

Dunia teknologi, informasi, dan komunikasi telah mengalami perkembangan dan kemajuan yang pesat. Tanpa disadari, sudah sejak lama bahwa adanya teknologi dapat mendekatkan yang jauh (Licoppe & Smoreda, 2005). Perubahan terlihat pada cara seseorang berkomunikasi dengan orang lain tanpa harus bertemu langsung, sehingga jarak dan waktu tidak lagi menjadi batas dalam pergaulan ([Bleakley dkk., 2022](#); [Cahyono, 2016](#)). Berbagai usia maupun kalangan sudah menggunakan media sosial sebagai komunikasi serta memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik ([Arsyad dkk., 2024](#); [Ghermandi dkk., 2023](#)). We Are Social 2023 mencatat sebanyak 4,76 miliar dari 5,16 miliar pengguna internet di dunia menggunakan internet untuk keperluan media sosial per Januari 2023. Instagram menempati peringkat ketiga bersamaan dengan WhatsApp yang berada di bawah Facebook dan YouTube sebagai media sosial dengan jumlah pengguna aktif terbanyak ([Naurah, 2023](#)).

Instagram dikenal sebagai aplikasi berbagi unggahan foto dan video kepada orang lain maupun kelompok tertentu. Mereka dapat saling melihat unggahan, berkomentar, dan menyukai postingan yang dibagikan. Seiring perkembangannya, Instagram tidak hanya digunakan orang secara personal, tetapi organisasi, perusahaan, ataupun instansi turut menggunakannya. Mereka menggunakan Instagram untuk *city branding*, penyebaran informasi kegiatan instansi, pemasaran produk, dan membangun citra positif di mata ([Benitez dkk., 2020](#); [Kvakic & Wærdahl, 2024](#); [Tania & Cahyono, 2022](#); [Triwardhani dkk., 2023](#); [Wang & Feng, 2023](#)). Sedangkan, akun perorangan digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi dan menyampaikan pendapat berbagai topik, termasuk kebijakan dan kinerja instansi pemerintah ([Bhagat & Kim, 2023](#); [Cai dkk., 2023](#); [Chen & Peng, 2022](#)). Interaksi dua arah antara institusi dan masyarakat di Instagram menjadikan platform ini sebagai wadah penting dalam pembentukan dan evaluasi citra lembaga publik.

Dalam konteks tersebut, Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (Kementerian ATR/BPN) sebagai salah satu lembaga pemerintah yang memiliki tanggung jawab besar dalam pengelolaan agraria, pertanahan, dan tata ruang tidak luput dari perhatian publik. Kementerian ATR/BPN melalui Biro Hubungan Masyarakat telah menyusun strategi untuk membangun citra positif melalui pemanfaatan media sosial, salah satunya Instagram ([‘Aziiz & Anom, 2023](#); [Tsaqila dkk., 2023](#)). Kolom komentar Instagram tersebut menjadi salah satu wadah bagi masyarakat untuk menyuarakan pandangan, kritik, dan aspirasi mereka terhadap kebijakan dan kinerja pemerintah ([Amrin et al., 2025](#); [Gruzd et al., 2018](#); [Triana et al., 2025](#)).

[Prayudi \(2007\)](#) menyatakan bahwa kehadiran hubungan masyarakat (*public relations*) dalam suatu organisasi merupakan salah satu elemen penting bagi keberlanjutan positif suatu organisasi. Hal ini meliputi tidak hanya kepentingan internal organisasi, tetapi juga kepentingan perusahaan terhadap masyarakat luas. Komunikasi dalam organisasi pemerintahan merupakan proses penyampaian gagasan atau pelaksanaan program dari pemerintah kepada publik dengan tujuan tertentu ([Hasan, 2010](#)). Pemerintah berperan sebagai komunikator, sedangkan

publik berperan sebagai komunikannya. Selain itu, pemerintah juga bertanggung jawab menyediakan saluran komunikasi yang responsif guna merespons masukan maupun kritik konstruktif dari publik, sesuai dengan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Saluran media ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi publik, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang transparan dan akuntabel.

Realitas di media sosial menunjukkan bahwa upaya pembangunan citra positif sering kali berbenturan dengan narasi ketidakpuasan publik yang masif di ruang digital. Kementerian ATR/BPN sering kali menjadi sasaran kritik publik yang masif ketika muncul isu-isu yang memantik emosi warganet maupun kebijakan yang dianggap tidak berpihak rakyat ([Damayanti, 2023](#); [de Vries & Pinuji, 2025](#)). Laporan ketidakpuasan masyarakat terus bergulir, terutama menyoroti birokrasi yang berbelit serta maraknya praktik mafia tanah yang menimbulkan kerugian di pihak Masyarakat ([Hartanto & Handayani, 2025](#)). Kasus tersebut tidak hanya memicu gelombang komentar bernada sinis, tetapi juga menjadi momentum bagi warganet untuk menumpahkan akumulasi keluhan struktural lainnya di media sosial. Rentetan kasus viral dan tingginya kuantitas keluhan ini mengindikasikan bahwa tumpukan komentar di Instagram bukan sekadar gangguan (*noise*), melainkan sebuah sinyal peringatan dini (*early warning system*). Apabila tidak ada upaya sistematis untuk memantau dan memetakan sentimen warganet tersebut, institusi berisiko mengalami krisis kepercayaan publik yang lebih luas.

Memahami sentimen warganet menjadi penting karena dapat memberikan wawasan berharga bagi pengambil kebijakan ([Sanjaya & Nasvian, 2024](#)). Salah satu instrumen evaluasi modern yang relevan dalam mengukur frekuensi dan pengaruh percakapan publik di era *big data* adalah analisis sentimen ([Zsazsa & Sitepu, 2023](#)). Analisis terhadap komentar-komentar tersebut dapat mengungkap preferensi, kebutuhan, dan evaluasi masyarakat terhadap layanan dan kebijakan pertanahan yang diterapkan ([Safitri dkk., 2021](#)). Harapannya, kementerian dapat lebih responsif dalam merancang kebijakan yang lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan masyarakat ([Istiqomah dkk., 2022](#)). Pemahaman terhadap sentimen warganet juga dapat membantu instansi untuk meningkatkan komunikasi dan interaksi dengan publik melalui media sosial ([Huang & Wang, 2021](#); [Verma, 2022](#)). Persepsi seseorang terhadap suatu objek dapat diidentifikasi dari sikap yang dimilikinya terhadap objek tersebut ([Ridha, 2014](#)). Citra yang baik atau positif mencerminkan kinerja berdasarkan kompetensi yang konsisten dilakukan ([Restanti, 2015](#)).

[McCombs & Shaw \(1972\)](#) menyatakan bahwa media tidak hanya menyoroti isu-isu tertentu, tetapi juga memengaruhi persepsi publik terhadap isu-isu tersebut. Dalam konteks ini, Kementerian ATR/BPN berupaya mengarahkan perhatian publik pada pencapaian agenda institusi, seperti kegiatan penyerahan sertipikat kepada masyarakat, namun respons warganet tidak selalu sejalan dengan narasi yang dibangun. Temuan empiris menunjukkan masih banyaknya komentar negatif dan

aduan pada kolom komentar Instagram tidak seluruhnya ditanggapi, sehingga berpotensi memunculkan citra negatif di mata publik ([Amelia, 2020](#); [Hanom et al., 2024](#)). Padahal, komentar-komentar tersebut merupakan data terbuka yang bernilai besar dan dapat dimanfaatkan sebagai sumber *big data* untuk memahami reaksi masyarakat serta isu pelayanan publik yang berkembang ([Setiawan, 2023](#)).

Namun demikian, pemanfaatan data tersebut dalam konteks Kementerian ATR/BPN masih terbatas. Di sisi lain, meskipun kajian sentimen warganet telah banyak dilakukan pada berbagai isu dan sektor, penelitian yang secara spesifik mengkaji sentimen warganet terhadap konten Instagram Kementerian ATR/BPN @kementerian.atrbpn masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya *research gap* untuk dikaji, mengingat analisis sentimen media sosial berpotensi memberikan masukan strategis bagi kementerian dalam meningkatkan kualitas kebijakan, komunikasi publik, dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah.

Lebih jauh lagi, penelitian analisis sentimen pada bidang pertanahan dilakukan untuk mengetahui ulasan pengguna aplikasi Sentuh Tanahku ([Fitri, 2022](#); [Hidayah dkk., 2022](#); [Tanggraeni & Sitokdana, 2022](#)) serta kebijakan permohonan pelayanan peralihan jual beli yang memerlukan persyaratan tambahan berupa salinan kartu peserta BPJS di Kantor Pertanahan pada media sosial Twitter ([Darman, 2023](#)). Hal ini menunjukkan bahwa warganet sangat responsif terhadap layanan pertanahan dan kebijakan kepentingan publik. Namun, analisis sentimen terhadap konten dan teks yang diposting oleh akun resmi Instagram @kementerian.atrbpn merupakan *research gap* yang perlu diisi. Studi ini penting karena menegaskan bahwa percakapan digital di bidang pertanahan tidak hanya memuat opini, tetapi juga petunjuk tentang mutu layanan dan citra kelembagaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengajukan tiga pertanyaan penelitian, yaitu: 1) apa topik dominan yang dibangun oleh unggahan akun Instagram @kementerian.atrbpn selama tahun 2023, 2) bagaimana pola sentimen warganet terhadap unggahan tersebut, 3) bagaimana keterkaitan tematik antara postingan dan komentar warganet; dan 4) bagaimana sentimen di tahun 2024 dan 2025 berdasarkan agenda institusi. Penelitian ini bertujuan menganalisis topik unggahan, mengidentifikasi sentimen positif, negatif, dan netral, serta membaca isu sosial yang muncul secara spontan melalui respons warganet. Temuan ini diharapkan dapat digunakan sebagai evaluasi komunikasi publik, masukan bagi peningkatan layanan pertanahan, dan sistem peringatan dini bagi kementerian dalam merespons kekhawatiran publik secara lebih cepat dan transparan.

Penelitian ini memberikan manfaat akademis dengan memperluas kajian komunikasi publik dan analisis sentimen pada konteks citra Kementerian ATR/BPN, sekaligus menawarkan pendekatan pemetaan persepsi publik berbasis data komentar Instagram. Secara praktis, penelitian ini membantu Kementerian ATR/BPN memahami sentimen dan isu yang berkembang di masyarakat, sehingga dapat digunakan sebagai dasar evaluasi layanan pertanahan serta menjadi sistem peringatan dini untuk meningkatkan respons, komunikasi digital, dan citra kelembagaan. Pemantauan ini juga merupakan bagian dari strategi *public relations*

menurut pendekatan manajerial oleh [Broom & Sha \(2013\)](#), yaitu evaluasi program.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dengan pendekatan campuran. Unit analisis kuantitatif adalah komentar publik pada unggahan akun @kementerian.atrbpn sepanjang 2023, sedangkan unit analisis kualitatif adalah pesan, tema, dan emosi yang muncul dalam komentar. Penelitian analisis sentimen ini juga melibatkan teknik komputasi untuk mengukur dan mengidentifikasi sentimen berdasarkan data tekstual yang tersedia ([Bordoloi & Biswas, 2023](#)). Teknik komputasi digunakan dalam analisis sentimen melalui pendekatan *lexicon-based* yang menghasilkan *polarity score* kalimat komentar ([Koto & Rahmanytyas, 2017](#)). Pemilihan data bersifat *purposive* dan mengikuti keterjangkauan komentar yang tersedia secara teknis. Oleh karena itu, penelitian ini tidak diarahkan untuk generalisasi statistik, melainkan untuk membaca pola percakapan publik yang terekam. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah komentar berupa emotikon tidak dipertimbangkan dalam *polarity score*. Aplikasi yang digunakan untuk mengolah data adalah Google Colaboratory dengan bahasa pemrograman Python dengan empat tahapan yaitu:

1. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik penambahan data pada laman *Export Comments* dan ekstensi InsC pada Google Chrome. Pengambilan data dilakukan pada tanggal 9 September 2023 s/d 16 Januari 2024. Jumlah komentar maksimal yang dapat dikumpulkan dari setiap postingan adalah kurang lebih 200 (dua ratus) komentar. Sebanyak 1.213 postingan didapat sepanjang periode 1 Januari s/d 31 Desember 2023, dengan jumlah komentar sebanyak 15.198 komentar untuk dianalisis sentimennya. Selain komentar, kalimat *caption* juga diambil untuk digunakan mengetahui topik yang dibangun oleh institusi.
2. Praproses data dilakukan untuk membersihkan *noise* agar data yang diproses menjadi lebih akurat dan siap untuk dianalisis pada tahapan-tahapan selanjutnya ([Sa'adah dkk., 2021](#)). Tahapan-tahapan praproses data, sebagai berikut:
 - a. *Case Folding*, yaitu proses mengubah huruf pada kalimat menjadi huruf kecil;
 - b. *Cleaning*, yaitu proses menghapus data berbentuk angka, tanda baca, karakter simbol, dan spasi. Kegiatan normalisasi juga dilakukan pada tahapan ini yaitu menyesuaikan kata-kata sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan kamus leksikon;
 - c. *Tokenizing*, yaitu proses memecah kalimat menjadi kata-kata berdasarkan spasi;
 - d. *Filtering*, yaitu proses menyaring kata-kata penting dengan menghilangkan kata-kata yang tidak bermanfaat (*stopwords*); dan
 - e. *Stemming*, yaitu proses mengubah kata pada kalimat menjadi kata dasar.

Untuk memudahkan dalam memberikan gambaran umum tentang pra proses data, Tabel 1 menggambarkan ilustrasi tahapan pra proses data.

Tabel 1. Ilustrasi Tahapan Pra proses Data

Tahapan	Komentar
Data Awal	@adidin.adidin.351 Mafia perijinan sawit yang dilakukan oleh oknum pejabat daerah dengan memberikan izin lahan sawit sudah bukan rahasia umum tanpa sadar sudah dikuasai oleh investor asing. Semua boleh cek kepemilikan pabrik dan lahan sawit di daerah apakah ini termasuk mafia tanah yang mau Bapak libas? :(:(#TanyaATR 2023 https://instagram.com
Case Folding	@adidin.adidin.351 mafia perijinan sawit yang dilakukan oleh oknum pejabat daerah dengan memberikan izin lahan sawit sudah bukan rahasia umum tanpa sadar sudah dikuasai oleh investor asing. semua boleh cek kepemilikan pabrik dan lahan sawit di daerah apakah ini termasuk mafia tanah yang mau bapak libas? :(:(#tanyaatr 2023 https://instagram.com
Cleaning	mafia perijinan sawit yang dilakukan oleh oknum pejabat daerah dengan memberikan izin lahan sawit sudah bukan rahasia umum tanpa sadar sudah dikuasai oleh investor asing semua boleh cek kepemilikan pabrik dan lahan sawit di daerah apakah ini termasuk mafia tanah yang mau bapak libas
Tokenizing	'mafia', 'perijinan', 'sawit', 'yang', 'dilakukan', 'oleh', 'oknum', 'pejabat', 'daerah', 'dengan', 'memberikan', 'izin', 'lahan', 'sawit', 'sudah', 'bukan', 'rahasia', 'umum', 'tanpa', 'sadar', 'sudah', 'dikuasai', 'oleh', 'investor', 'asing', 'semua', 'boleh', 'cek', 'kepemilikan', 'pabrik', 'dan', 'lahan', 'sawit', 'di', 'daerah apakah', 'ini', 'termasuk', 'mafia', 'tanah', 'yang', 'mau', 'bapak', 'libas'
Filtering	'mafia', 'perijinan', 'sawit', 'oknum', 'pejabat', 'daerah', 'izin', 'lahan', 'sawit', 'rahasia', 'sadar', 'dikuasai', 'investor', 'asing', 'cek', 'kepemilikan', 'pabrik', 'lahan', 'sawit', 'daerah apakah', 'mafia', 'tanah', 'libas'
Stemming	'mafia', 'perijinan', 'sawit', 'oknum', 'jabat', 'daerah', 'izin', 'lahan', 'sawit', 'rahasia', 'sadar', 'asai', 'investor', 'asing', 'cek', 'milik', 'pabrik', 'lahan', 'sawit', 'daerahapakah', 'mafia', 'tanah', 'libas'

Sumber: [Wahyuni dkk., \(2020\)](#) dengan modifikasi, 2026

3. Klasifikasi dilakukan melalui pembobotan kata dengan pendekatan *lexicon-based*. Cara kerjanya adalah menghitung bobot nilai kata positif dan negatif dalam kalimat. Apabila jumlah bobot nilai positif melebihi bobot nilai negatif, maka sentimen dianggap positif, begitu sebaliknya. Penentuan nilai bobot untuk analisis tiap kata menggunakan *Indonesia Sentiment Lexicon (InSet Lexicon)* yang terdiri dari 3.609 kata positif dan 6.609 kata negatif berbahasa Indonesia ([Koto & Rahmanningtyas, 2017](#)). Setiap kata tersebut mengandung bobot nilai antara -5 sampai dengan +5 pada setiap kata. Terhadap kata-kata yang tidak terdapat dalam kamus *InSet Lexicon*, maka dianggap sebagai kalimat netral atau bernilai 0. Contoh perhitungan *polarity score* disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Contoh Perhitungan *Polarity Score* untuk Klasifikasi Sentimen

	Indonesian <i>Sentiment Lexicon</i>	Skor
'mafia', 'perijinan', 'sawit', 'oknum', 'jabat', 'daerah', 'izin', 'lahan', 'sawit', 'rahasia', 'sadar', 'asai', 'investor', 'asing', 'cek', 'milik', 'pabrik', 'lahan', 'sawit', 'daerahapakah', 'mafia', 'tanah', 'libas'		Hasil <i>Stemming</i>
Kata Positif	rahasia (3), milik (1)	4
Kata Negatif	mafia (-5), jabat (-3), izin (-4), sadar (-1), cek (-4), mafia (-5)	-22

'mafia', 'perijinan', 'sawit', 'oknum', 'jabat', 'daerah', 'izin', 'lahan', 'sawit', 'rahasia', 'sadar', 'asai', 'investor', 'asing', 'cek', 'milik', 'pabrik', 'lahan', 'sawit', 'daerahapakah', 'mafia', 'tanah', 'libas'		Hasil <i>Stemming</i>
Indonesian <i>Sentiment Lexicon</i>		Skor
Kat Netral	perijinan, sawit, oknum, daerah, lahan sawit, asai, investor, asing, pabrik, lahan, sawit, daerahapakah, tanah	0
<i>Polarity Score</i> bernilai Negatif		-18

Sumber: [Anggina dkk. \(2022\)](#) dengan modifikasi, 2025

Setiap kata dari hasil *stemming* yang mengandung bobot nilai akan dijumlahkan nilainya dan menghasilkan *polarity score*. *Polarity score* digunakan untuk mengklasifikasikan jenis sentimen ke dalam 3 (tiga) kelas sentimen, sebagai berikut:

- a. Apabila *polarity score* > 0, maka kalimat tersebut bersentimen positif;
- b. Apabila *polarity score* < 0, maka kalimat tersebut bersentimen negatif; dan
- c. Apabila *polarity score* = 0, maka kalimat tersebut bersentimen netral.

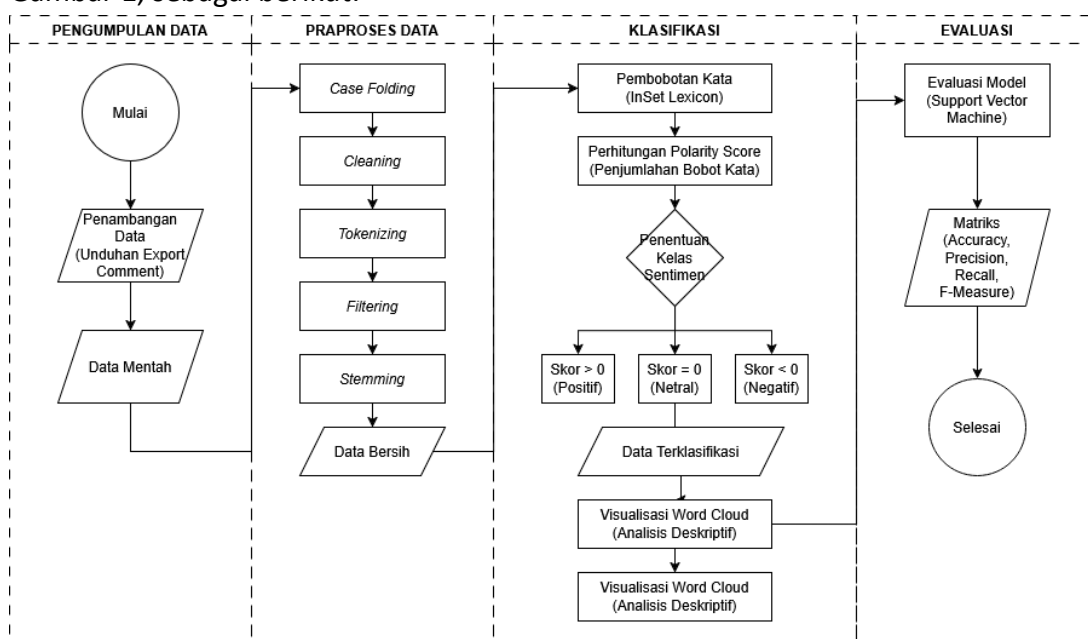
Hasil analisis komentar ditampilkan dalam bentuk visualisasi *word cloud* untuk menampilkan kumpulan kata. *Word cloud* adalah visualisasi dari kata-kata yang sering muncul dalam komentar. Semakin besar ukuran huruf yang ditampilkan, maka semakin banyak kata-kata tersebut sering muncul. Visualisasi tersebut selanjutnya dilakukan analisis secara deskriptif untuk dijelaskan hasilnya.

4. Untuk menguji konsistensi hasil klasifikasi leksikal, label sentimen yang dihasilkan kemudian diuji menggunakan *Support Vector Machine (SVM)* sebagai model pembanding. Dalam penelitian ini, SVM tidak digunakan untuk menggantikan *lexicon-based method*, melainkan untuk memeriksa kestabilan pemisahan kelas pada data yang telah diberi label sentimen. Pengujian dilakukan dengan *5-fold cross validation*, pada setiap putaran sekitar 80% data digunakan sebagai data latih dan 20% data sebagai data uji. Tahapan ini menghasilkan 4 (emptrik) evaluasi, sebagai berikut:
 - a. Akurasi (*accuracy*), yaitu mengukur sejauh mana model dapat mengklasifikasikan data dengan benar secara keseluruhan. Akurasi dihitung dengan membagi jumlah prediksi yang benar dengan jumlah total prediksi yang dilakukan oleh model;
 - b. Presisi (*precision*), yaitu mengukur seberapa tepat model dalam memprediksi kelas positif dari semua contoh yang diprediksi positif. Presisi dihitung sebagai rasio antara jumlah contoh yang benar diprediksi positif dengan jumlah total contoh yang diprediksi positif oleh model;
 - c. Sensitivitas (*recall*), yaitu mengukur seberapa baik model menemukan semua contoh kelas positif sebenarnya. Sensitivitas dihitung sebagai rasio antara jumlah contoh yang benar diprediksi positif dengan total contoh kelas positif dalam data; dan
 - d. Nilai *F-Measure*, yaitu metrik gabungan untuk mengukur keseimbangan antara presisi dan sensitivitas yang dihitung berdasarkan rata-rata harmonis keduanya.

Metode kualitatif dengan analisis isi media juga digunakan dalam penelitian ini. Data kualitatif diperoleh melalui observasi dan studi dokumentasi. Analisis isi media digunakan untuk melihat pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh warganet dalam kolom komentar akun Instagram @kementerian.atrbpn secara komprehensif (Purwandini, 2017). Analisis ini dilakukan dengan membaca komentar secara berulang, memberi kode awal pada unit makna, mengelompokkan kode ke dalam tema aduan layanan, pertanyaan prosedural, apresiasi, doa, yang mana menafsirkan hubungan tema tersebut dengan konteks unggahan. Prosedur ini membantu menjelaskan makna di balik kata-kata yang sering muncul sekaligus memperkuat interpretasi terhadap temuan kuantitatif. Dengan kata lain, analisis ini difokuskan untuk mengidentifikasi isu-isu spesifik, keluhan layanan, atau aspirasi yang tidak dapat ditangkap hanya dengan label sentimen positif atau negatif semata.

Selanjutnya, analisis sentimen diperluas dengan membandingkan dua sumber data yang berbeda, yaitu komentar warganet pada tahun 2023 dan konten pemberitaan Instagram pada tahun 2024 dan 2025. Sumber data yang digunakan adalah Laporan Tahunan Media Sosial Monitoring Kementerian ATR/BPN pada tahun 2024 dan 2025. Perbedaan pendekatan ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam memahami hubungan antara agenda institusi dan persepsi publik di media sosial.

Diagram alir dari tahapan-tahapan dalam penelitian dapat disajikan dalam Gambar 1, sebagai berikut:



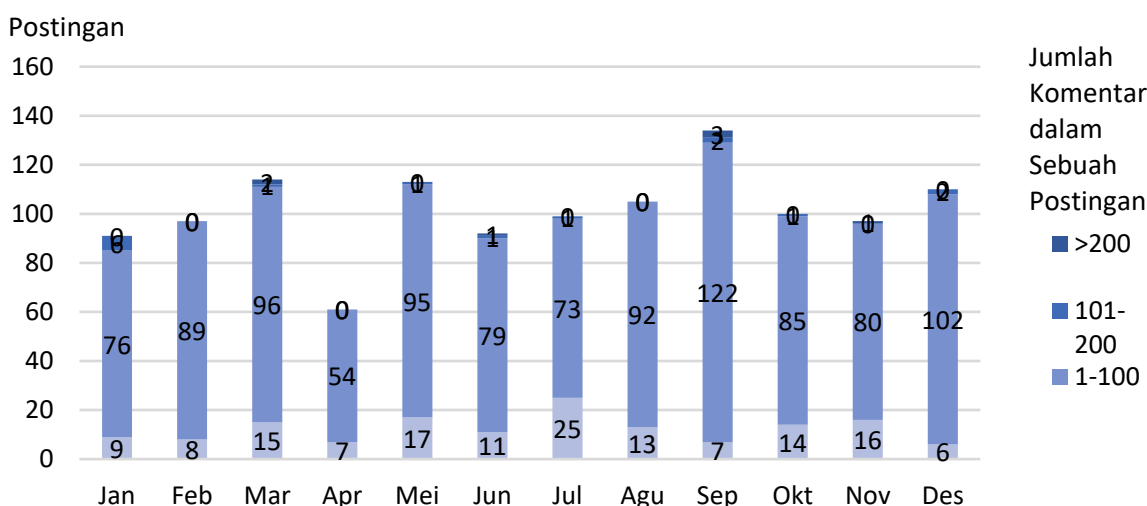
Gambar 1. Diagram Alir Penelitian. Sumber: Pengolahan Data, 2025

C. Hasil dan Pembahasan

C.1. Topik pada Postingan Akun @kementerian.atrbpn

Kementerian ATR/BPN telah mengunggah sebanyak 1.213 postingan pada akun Instagram selama tahun 2023. Akun tersebut memposting 3 s/d 4 postingan dalam sehari. September merupakan bulan yang paling sering untuk dilakukan unggah postingan dengan jumlah 134 postingan atau rata-rata unggah 4 s/d 5 postingan

dalam sehari. Apabila dikaitkan dengan September, Kementerian ATR/BPN memiliki sejarah panjang dimulai dari lahirnya Peraturan Dasar Pokok-Pokok Agraria atau Undang-Undang Pokok Agraria (UUPA). Selanjutnya, tanggal 24 September diperingati sebagai Hari Agraria dan Tata Ruang atau yang lebih dikenal dengan HANTARU. Hal ini sangat mungkin terjadi adanya peningkatan aktivitas di media sosial untuk memperingati acara pada bulan tersebut. Konten yang dihadirkan berupa edukasi tentang agraria, perayaan ulang tahun dengan konten khusus, atau pengumuman kebijakan yang berkaitan dengan sektor agraria ataupun pertanian. Sedangkan, April merupakan bulan dengan unggahan tersedikit yaitu sebanyak 61 postingan dalam sebulan serta rata-rata 2 (dua) postingan dalam sehari. Bulan April 2023 bertepatan dengan bulan Ramadan pada kalender Hijriah. Bulan Ramadan merupakan bulan suci bagi umat Islam di mana umat Muslim berpuasa dan meningkatkan ibadah. Pada bulan ini, aktivitas di media sosial umumnya cenderung menurun karena fokus masyarakat menjadi lebih pada ibadah, refleksi, dan keluarga. Maka, dapat dimengerti apabila jumlah postingan dari akun @kementerian.atrbpn menurun selama bulan ini.



Gambar 2. Jumlah Postingan Akun @kementerian.atrbpn Tahun 2023
Sumber: Hasil Penelitian, 2025

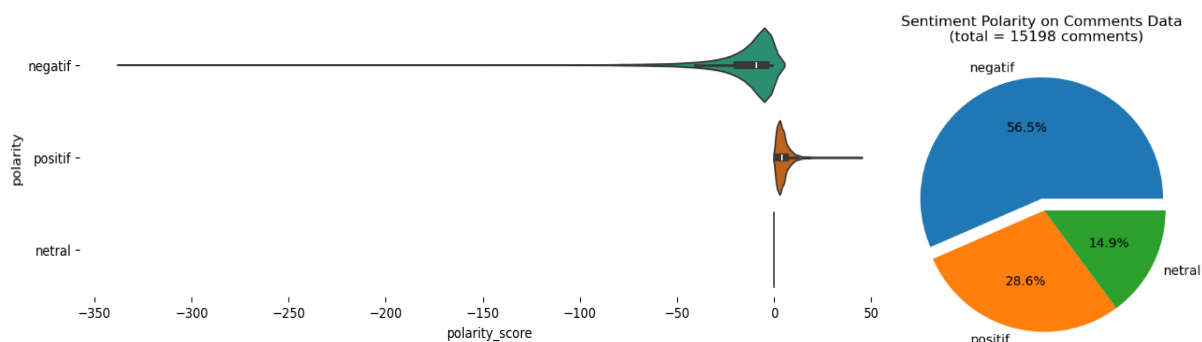
Dilihat dari jumlah postingan yang direspons komentar pada Gambar 2, sebanyak 1.065 postingan direspons, sedangkan sisanya sejumlah 148 postingan tidak memiliki komentar. Sebanyak 1.043 postingan memiliki komentar antara 1 s/d 100; 15 postingan memiliki komentar sebanyak 101 s/d 200; dan 7 (tujuh) postingan memiliki komentar lebih dari 200. Postingan dengan komentar lebih dari 200 komentar, yaitu: pembukaan Rapat Kerja Nasional (RAKERNAS) 2023, percepatan penyelesaian konflik pertanahan, ucapan “tidak ada mafia tanah, saya gebuk”, apresiasi dari presiden kepada Kementerian ATR/BPN, promosi untuk mengunduh aplikasi Sentuh Tanahku, alur permohonan informasi dan prosedur pengajuan keberatan, dan untaian kata terkait pentingnya keberadaan tanah. Uniknya, 3 (tiga) postingan awal yang memiliki komentar banyak tersebut menggunakan gambar

Kementerian ATR/BPN berasal dari tagar yang dibangun secara berulang-ulang pada setiap postingannya.

Selain ditemukannya dominasi kata yang berasal dari berbagai tagar, frasa kata lain yang dominan muncul adalah sertipikat tanah, sertipikat serah, reforma agraria, redistribusi tanah, bidang tanah, kunjung kerja, mafia tanah, tanah wakaf, pasti hukum, dan tata ruang. Frasa kata tersebut menunjukkan bahwa topik postingan yang dibangun untuk membangun citra positif Kementerian ATR/BPN adalah kegiatan kunjungan kerja yang dilakukan oleh Menteri ATR/Kepala BPN ataupun wakilnya diiringi dengan kegiatan penyerahan sertipikat kepada masyarakat. Penyerahan sertipikat tersebut berasal dari kegiatan Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) atau redistribusi tanah maupun program sertipikat tanah wakaf. Adanya kegiatan tersebut diharapkan mampu memberi kepastian hukum kepada masyarakat serta untuk mencegah terjadi adanya mafia tanah.

C.2. Sentimen Warganet pada Komentar Akun @kementerian.atrbpn

Analisis sentimen pada akun Instagram @kementerian.atrbpn digunakan untuk mengetahui emosi atau opini dari warganet terhadap postingan Kementerian ATR/BPN. Emosi tersebut diidentifikasi melalui komentar yang dituangkan oleh warganet pada kolom komentar postingan melalui perhitungan bobot kata.



Gambar 4. Polarity Score dan Klasifikasi Sentimen Komentar Warganet
Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Hasil perhitungan pada Gambar 4 tersebut menunjukkan bahwa klasifikasi sentimen komentar warganet terhadap postingan adalah sentimen negatif sebanyak 8.591 komentar (56,5%), sentimen positif sebanyak 4.347 komentar (28,6%), dan sentimen netral sebanyak 2.260 komentar (14,9%). Rentang nilai dari skor polaritas antara -332 s/d 44. Secara berturut-turut, terdapat 2 (dua) komentar dengan skor polaritas tertinggi dan sebuah komentar dengan skor polaritas terendah, yaitu:

" ❤️ALLAH AKBAR, ALLAH AKBAR, ALLAH AKBAR ❤️ ❤️ALLAH AKBAR KABIRO ALHAMDULILLAH KASIRO WASSUBAHANALLAH BUQROTANGWASILA, LAILAH HAILLALLAH ALLAH AKBAR ❤️ 🙏Taqobbalallahu Minna Waminkum Taqobbalillahi Taalayakarim, Ya... ALLAH...Ya...Rasulullah Lahaulah Walakuata Illah Billah Alihil Ajim 🙏🙏Mengucapkan SELAMAT HARI RAYA Idul Fitri 1444 H Tgl 22-04-2023, Minal Aidin Walfaizin, Mohon Maaf Lahir & Bathin, Amiin Yrb

Almiin 🙏 🙏 MCTtd. Rekan-rekan Joeang Lembaga PELOPOR./ SatKer PAMSUS33 Tanah Air, di Jakarta 👍", oleh @lemba*****, pada tanggal 21 April 2023, pukul 17.58 WIB.

"Barakallahu fii umrik. Selamat ulang tahun, semoga selalu sehat, berkah rezeki, berkah keagungan, keindahan, kekuatan, kekuasaan dan tetap selalu dalam lindungan Allah SWT .. Aamiin ya rabbal'amin.", oleh @andri*****, pada 8 November 2023, pukul 19.21 WIB.

Komentar yang memiliki skor positif tinggi berasal dari komentar yang mengandung ucapan-ucapan untuk memberikan selamat ataupun do'a. Hal ini mengingatkan bahwa tidak selalu postingan yang diunggah berupa kinerja kementerian, tetapi juga ucapan perayaan baik perayaan nasional ataupun perayaan keagamaan. Ucapan tersebut merupakan ucapan pada hari raya idulfitri, ucapan selamat ulang tahun, serta ucapan yang diiringi dengan do'a agar diberi lindungan, kesehatan, dan amanah dalam menjalankan tugas.

"I need help please, Saya dari Irak dan tinggal di Jakarta sy ada masalah di Indonesia, 1 thn yg lalu saya ada bisnis di Semarang saya ditipu oleh sebuah perusahaan di Indonesia yaitu di kota Semarang. Saya sudah lapor beberapa kali ke polisi tetapi Ini sudah 1 tahun lebih dan tidak ada hasil apapun / Nihil . Tidak ada yang membantu saya. Menurut beberapa orang yang tahu tentang kasus ini, mereka berkata kepada saya jika masalah penipuan seperti ini terjadi dan saya ajukan ke pihak berwajib, biasanya ada beberapa oknum yang melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku, yang seharusnya si penipu bisa ditindak dengan adil, Tolong saya telah di tipu dalam jumlah cukup besar dan uang saya di bawa lari bahkan kasus saya seperti tidak dianggap. Apakah ada yg bisa membantu saya dan kemana saya harus mengadukan masalah ketidakadilan ini ? Saya tidak punya siapa-siapa di sini. Saya punya bukti-bukti akurat dan saya berharap seseorang dapat membantu saya menyampaikan suara saya ke Pejabat tinggi. Demi tegaknya hukum di negara ini. ... (diulang 2x)... Terima kasih. Please help me", oleh @emad_*****, pada 16 Februari 2023, pukul 20.16 WIB.

Komentar bermakna negatif yang memiliki skor negatif tinggi ditunjukkan dengan kalimat narasi yang memiliki banyak kata. Banyaknya kata tersebut ditunjukkan dengan komentar berupa kronologi permasalahan, aduan, hingga menanyakan apa yang perlu dilakukan agar aduan tersebut ditindaklanjuti. Komentar-komentar tersebut banyak menggunakan kata-kata bersentimen negatif. Semakin banyak kata bersentimen negatif, maka semakin rendah skornya. Kasus-kasus pertanahan yang memiliki nilai polaritas negatif tinggi berupa kronologi permasalahan pertanahan yang kompleks. Hal ini dapat dilihat dari kasus yang melibatkan penipuan oleh oknum dengan nominal cukup besar, kasus penyerobotan tanah oleh mafia tanah dengan pembuatan tanda bukti palsu yang mana kasusnya belum selesai, dan kasus-kasus kompleks lainnya. Kasus-kasus lainnya yang

menempati 10 (sepuluh) besar dengan nilai polaritas negatif tertinggi yang dituangkan oleh warganet pemalsuan dokumen, perizinan pengelolaan pada tanah Hak Guna Usaha (HGU), tanah objek reforma agraria, pelayanan pertanahan, hingga sikap pegawai dan jajarannya di lingkungan Kementerian ATR/BPN yang dianggap tidak profesional oleh warganet. Respons bersentimen negatif tersebut dapat berdampak hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap Kementerian ATR/BPN, terlihat dalam beberapa komentar warganet tersebut.

Kata-kata dominan komentar dapat divisualisasikan melalui *word cloud* yang telah disaring kembali terhadap kata-kata tidak bermakna. Kata-kata tersebut merupakan kata-kata yang belum disaring pada praproses data karena memiliki nilai polaritas, seperti: 'yang', 'tidak', 'ya', dan lain-lain. Hal ini perlu dilakukan agar dominasi kata bukan berasal dari *stopwords*. Visualisasi *word cloud* juga dapat digunakan untuk mengelompokkan kata-kata berdasarkan sentimennya, seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. *Word Cloud* dari Komentar Warganet dan Klasifikasi Sentimennya
 Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Visualisasi *word cloud* menunjukkan hasil bahwa isu yang berkembang dalam kolom komentar warganet ditunjukkan melalui kata atau frasa kata yang sering muncul secara keseluruhan adalah kata “sertifikat”, “hak”, “bpn”, “hak milik”, “mohon”, “selesai”, “mafia tanah”, “admin”, “atr bpn”, “urus”, “terima kasih”, “sertifikat tanah”, “ptsl”, dan kata atau frasa kata lain yang terlihat dengan ukuran besar. Semakin besar ukuran huruf yang ditampilkan pada *word cloud*, maka semakin sering kata tersebut ditulis oleh warganet pada kolom komentar postingan. Pengurusan sertipikat hak atas tanah merupakan isu yang berkembang di kolom komentar atau banyak dituliskan oleh warganet.

Kata-kata lain yang sering muncul adalah “daya murni”, “tumijajar”, “bawang barat”, dan “tubaba lampung”. Frasa kata tersebut menunjukkan lokasi yang paling sering muncul dalam kasus mafia, yaitu Desa Daya Murni, Kecamatan Tumijajar, Kabupaten Tulang Bawang Barat, Provinsi Lampung. Oleh karena itu, “mafia tanah” juga mendominasi dalam *word cloud* tersebut. Dominasi ini terjadi karena terdapat akun yang rajin memberi komentar pengaduan. Akun ini dimiliki oleh perseorangan pribadi dengan *username* @yasah**** yang telah memberi aduan sebanyak 338 komentar selama setahun. Salah satu contoh dari banyaknya komentar yang ditulis, sebagai berikut:

"Alhamdulillah pak menteri Hadi Tjahjanto selamat sokses karna ada; GEMAPATAS BER ARTI SUDAH DI UKUR OKE, TRIMAKASIH,TAPI BAGAIMANA TANAH SUDAH DI SERTIFIKAT KAN ORANG YG TIDAK DI KENAL ??? KAMI MASYARAKAT KELURAHAN DAYAMURNI RK 02 RT 02 KEC TUMIJAJAR KAB TULANG BAWANG BARAT LAMPUNG, MEMANG SUDAH ADA PATOK BATAS TAPI BUAT SENDIRI DARI CORAN SEMEN PADANG, TAPI MASIH ADA PENYEROBOTAN HAK KAMI, SUDAH , ADA KWITANSI PEMBAYARAN, sudah ada SKT, sudah ada AJB masih di sengketa !!! Kami baru tau karna mau buat PRONA / PTSL Tau2 di PULANGKAN, 😭😭😭", oleh @yasah****, pada 22 Januari 2023, pukul 01.27 WIB.

Orang tersebut sangat berupaya untuk mempertahankan tanah yang diklaim miliknya. Hal ini terlihat dari komentar yang muncul dari awal tahun hingga akhir tahun. Selain itu, akun pribadinya juga memposting berupa usaha yang dilakukan dalam mengadu melalui, seperti mengirim surat serta terdapat gambar tangkapan layar lokasi bidang tanah yang dipermasalahkan. Penulisan yang menggunakan huruf kapital juga menambah emosi yang ingin disampaikan dan menekankan bahwa hal tersebut perlu diberi perhatian lebih.

Ungkapan mafia tanah lain juga banyak dikeluhkan oleh akun @sunar***** dengan lokasi yang berbeda yaitu berada di Sumatera Selatan. Akun tersebut telah memberi komentar sebanyak 125 komentar. Beberapa contoh dari komentar tersebut, sebagai berikut:

"Lapor presiden @jokowi saya Sunardi kab. Musi Rawas prop. sumatera selatan 08531625**** Kecewa dengan kinerja kementerian ATRBPN @hadi.tjahjanto @rajaantoni kami mengadukan permasalahan ratusan hektar lahan pertanian masyarakat banyak yang tidak bisa ikut program PTSL karena sudah didalam HGU. Diduga rekayasa mafia tanah HGU cacat hukum administrasi dalam penerbitannya. kenapa tidak di pedomani PERMENT ATRKBPN NO.4/2022 tentang PENGELOLAAN PENGADUAN serta PERMENT ATRKBPN 21/2020 guna penyelesaian masalah. Bahkan pengaduan kami Sampai saat ini setelah 3 bulan belum juga ditindaklanjuti. Kami juga rakyat Indonesia punya hak yang sama untuk ambil bagian menikmati program program dari pemerintah. Siapa pun menjadi @sahabathaditjahjanto @sobATRBPBPN mohon meneruskan keluhan kami ini." oleh @sunar***** , pada 15 Maret 2023, pukul 14.17 WIB.

"Bertepatan memperingati HARI Ibu kembali kami mengetuk hati pak menteri. Sebagai pemegang amanah menteri @kementerian.atrbpn dan berlatar belakang Jendral TNI kami berharap Bapak memiliki naluri seorang ibu yang melindungi dan mengayomi rakyat / anak anaknya. Sudah setahun lebih kami mengadukan perihal tanah/lahan kami yang tidak bisa ikut program PTSL karena hak atas tanah nya sudah didaftarkan masuk HGU (praktek mafia tanah). @atr_bpnsmsel dalam permasalahan ini telah membelokkan substansi permasalahan dan mengaburkan fakta fakta subjek objek dilapangan dalam membuat laporan ke kementrian. Untuk itu lah maka kami memohon

pertanahan. Hal ini sesuai dengan Pasal 2 ayat (2) huruf d Peraturan Presiden tentang Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik bahwa pengaduan dapat disalurkan kepada penyelenggara lain yang berwenang. Selanjutnya, kantor pertanahan mengambil tindak lanjut atas persoalan tersebut dan turut memfasilitasi komunikasi pihak yang terlibat. Akun Instagram kantor pertanahan mengonfirmasi bahwa telah menerbitkan rekomendasi terkait penyelesaian kasus yang sedang berlangsung. Namun, pihak pengadu kemudian menyampaikan ketidakpuasan di komentar, yang mana turut menyumbang sentimen negatif terhadap Kementerian ATR/BPN. Komunikasi timbal balik antara akun Instagram resmi kantor pertanahan lokal dan Kementerian ATR/BPN mencerminkan upaya konstruktif dalam kerja sama antar lembaga yang bertujuan untuk bersama-sama menangani isu tersebut.

Permasalahan pertanahan yang sering muncul selain “mafia tanah” adalah perizinan, pengecekan, biaya layanan, dan penyerobotan. Kata “izin” selain mengacu pada awalan komentar, seperti: “*mohon izin*” atau “*izin tanya*”, juga mengacu pada permasalahan izin pendirian, proses perizinan, ataupun izin pembangunan. Contoh keluhan perizinan banyak ditulis oleh akun @takum***** melalui sejumlah 88 komentar berkaitan dengan izin perpanjangan HGU dan program redistribusi tanah. Komentar tersebut menanyakan terkait program dengan ditandai akun-akun pejabat terkait serta menyebutkan objek permasalahan. Kata “bantu” dan “selesai” muncul pada kalimat bersentimen negatif karena banyak digunakan untuk berkeluh kesah. Kata “bantu” digunakan sebagai awalan aduan, seperti “*mohon bantuannya*”. Sedangkan, kata “selesai” sering muncul karena adanya keluhan warganet terhadap permasalahan yang tidak selesai.

Ucapan “terima kasih” merupakan frasa kata paling dominan dalam komentar positif, diikuti kata “tolong”, “moga”, dan “selamat”. Kata “terima kasih” muncul sebagai ucapan berterima kasih atas penyampaian informasi, layanan yang baik dalam lingkup Kementerian ATR/BPN maupun instansi-instansi vertikalnya, serta ucapan terima kasih atas kedatangan atau kunjungan Menteri atau Wakil Menteri di berbagai wilayah. Kata-kata lainnya muncul dalam ucapan selamat, do'a, dan harapan warganet agar permasalahan, aduan, maupun pertanyaan segera dijawab atau diselesaikan. Kata “kerja” banyak dituliskan kinerja Kementerian ATR/BPN, seperti: “*Kerjaa terus mantap 🍌*”, “*Kerja nyata 🍌*”, “*Kerja untuk kepentingan rakyat 🍌*”, dan lain-lain.

Pengujian terhadap analisis sentimen dilakukan menggunakan SVM. Hasil pengujian terdiri dari beberapa metrik evaluasi pada Tabel 3, sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Evaluasi Analisis Sentimen

Metrik	Hasil (Pembulatan)	Rata-Rata (Pembulatan)
<i>Accuracy</i>	[0,8372; 0,8302; 0,8310; 0,8367; 0,8433]	0,8357
<i>Precision</i>	[0,7995; 0,7863; 0,7873; 0,8018; 0,8040]	0,7958
<i>Recall</i>	[0,8066; 0,8029; 0,7972; 0,7948; 0,8187]	0,8040
<i>F-Measure</i>	[0,7970; 0,7897; 0,7854; 0,7943; 0,8061]	0,7945

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan hasil evaluasi yang diberikan, nilai akurasi, presisi, *recall*, dan *f-measure* berturut-turut adalah 83,57%, 79,58%, 80,40%, dan 79,45%. Secara umum, nilai-nilai ini menunjukkan kinerja model yang cukup baik dalam mengklasifikasikan sentimen komentar warganet terhadap postingan akun Instagram menggunakan metode SVM dengan pendekatan *lexicon-based method*. Nilai rata-rata akurasi sebesar 83,57% mengonfirmasi bahwa pelabelan sentimen yang dihasilkan oleh kamus InSet Lexicon memiliki keandalan yang tinggi dan pola sintaksisnya berhasil dipelajari oleh mesin dengan sangat baik.

Akurasi model ini membuktikan bahwa pemetaan sentimen warganet yang mendominasi arah negatif bukanlah sekadar *noise* atau anomali acak, melainkan pola opini publik yang valid. Lebih lanjut, derajat kepercayaan atas masifnya keluhan masyarakat ini dapat dipertanggungjawabkan melalui kedalaman analisis kualitatif. Komentar-komentar sentimen negatif tidak terindikasi sebagai *bot* atau spam, melainkan berasal dari akun-akun organik yang menyajikan kronologi terperinci. Konsistensi pelaporan faktual tersebut memberikan derajat kepercayaan yang tinggi bahwa isu negatif yang tergambar dari data komputasional benar-benar mencerminkan realitas empiris yang dialami masyarakat.

Selain itu, nilai presisi, *recall*, dan *f-measure* yang relatif tinggi juga menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan baik dalam mengidentifikasi komentar yang benar-benar positif atau negatif, serta mampu menemukan sebagian besar contoh kelas positif yang sebenarnya. Oleh karena itu, hasil-nilai tersebut dapat dianggap bagus dalam konteks analisis sentimen yang dilakukan.

Respons warganet terhadap layanan pemerintah yang diunggah di media sosial cenderung lebih emosional karena secara langsung terkait dengan pengalaman pribadi mereka ([Leppert dkk., 2022](#)). Persepsi warganet terhadap agenda yang dicanangkan oleh Kementerian ATR/BPN berfokus pada isu-isu yang mereka hadapi terkait tanah, seperti mafia tanah maupun prosedur penerbitan sertipikat. Hal ini mencerminkan adanya kesenjangan antara agenda institusi dan persepsi publik yang perlu dijembatani. Sentimen positif dapat digunakan untuk mengidentifikasi aspek-aspek menarik serta menganalisis tipe unggahan yang dibutuhkan publik. Sentimen positif yang dinyatakan dalam bentuk doa, harapan, dan pujian terhadap kinerja Kementerian perlu dijaga ([Liu dkk., 2020](#)). Sentimen netral, yang sebagian besar berupa emotikon atau komentar iklan, menunjukkan interaksi yang lebih pasif namun tetap penting sebagai indikator keterlibatan umum.

Komentar negatif cenderung memiliki skor negatif yang tinggi, ditandai dengan narasi yang panjang dan kompleks. Hal ini konsisten dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa komentar yang lebih panjang cenderung mengandung lebih banyak kata-kata bernuansa negatif. Contohnya, *komplains* yang mendetail, keluhan, serta pertanyaan tentang tindak lanjut merupakan ciri umum dari komentar negatif. Sentimen negatif yang tidak ditangani dapat merusak reputasi institusi publik ([Iqbal dkk., 2023](#); [Zhang dkk., 2024](#)). Temuan dalam konteks Kementerian ATR/BPN mendukung teori ini, di mana banyak komentar negatif berkaitan dengan

ketidakpuasan publik yang tidak secara memadai direspons, sehingga berdampak pada menurunnya kepercayaan terhadap institusi. Komentar dengan sentimen negatif juga dapat digunakan untuk memahami lebih dalam peningkatan layanan yang ada di dalam Kementerian ATR/BPN. Dengan mengamati komentar warganet, penyebab, urutan waktu, serta ekspektasi publik terhadap institusi dapat diketahui. Dengan memahami kebutuhan dan ekspektasi publik, analisis sentimen mendukung 8 (delapan) bidang reformasi birokrasi pada instansi pemerintah Indonesia, khususnya dalam peningkatan kualitas layanan publik. Ketujuh nilai-nilai lain yang termasuk dalam bidang reformasi birokrasi, yaitu: manajemen perubahan, penguatan kelembagaan, penguatan tata laksana, penguatan peraturan perundang-undangan, penguatan sistem manajemen SDM aparatur, penguatan sistem pengawasan, dan penguatan akuntabilitas kerja.

C.3. Keterkaitan Topik Postingan dengan Sentimen Warganet

Keterkaitan antara topik yang dibangun dan respons warganet dapat dilihat melalui frekuensi kata yang muncul dalam *caption* maupun komentar. Berbeda dari *word cloud* yang menampilkan frasa, analisis ini menekankan kata-kata yang sering muncul dalam kedua ruang tersebut. Kehadiran kata yang sama pada *caption* dan komentar menunjukkan keterkaitan tematik antara agenda yang disampaikan lembaga dan isu yang dibaca publik. Dalam penelitian ini, keterkaitan tersebut dibaca sebagai korespondensi tematik, bukan korelasi statistik inferensial.

Tabel 4. Perbandingan Kata yang Muncul pada *Caption* dan Komentar

No.	<i>Caption</i> Postingan		Komentar Warganet	
	Kata	Frekuensi	Kata	Frekuensi
1.	tanah	2995	tanah	5172
2.	sertifikat	1061	sertifikat	3902
3.	bpn	1025	bpn	2883
4.	menteri	943	menteri	2407
5.	mohon	937	mohon	1872
6.	atrbpn	789	atrbpn	1708
7.	tolong	777	tolong	1538
8.	masyarakat	729	masyarakat	1473
9.	milik	722	milik	1420
10.	hak	681	hak	1240
11.	kabupaten	580	kabupaten	1194
12.	tjahjanto	533	tjahjanto	1185
13.	mafia	522	mafia	1153
14.	admin	501	admin	1093
15.	surat	500	surat	1064
16.	orang	495	orang	1040
17.	camat	491	camat	1015
18.	ptsl	490	ptsl	1014
19.	selesai	470	selesai	928
20.	kerja	466	kerja	876
...

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel 4 menampilkan dominasi kata selama setahun pada *caption* sebagai topik yang dibangun Kementerian ATR/BPN serta komentar warganet sebagai isu yang berkembang di masyarakat. Isu tersebut dapat merujuk pada hal-hal yang diperlukan atau diinginkan masyarakat. Hal yang fokus dibangun atau ditampilkan oleh Kementerian ATR/BPN kepada masyarakat berkaitan dengan tagar-tagar khas sebagai *branding*. Kementerian ATR/BPN berupaya mengarahkan perhatian publik pada pencapaian dalam penyerahan sertipikat kepada masyarakat. Fokus tersebut mencerminkan upaya Kementerian dalam menunjukkan kinerjanya dalam menyelesaikan persoalan terkait pertanahan dan agraria, hingga tata ruang.

Kegiatan dari pejabat Kementerian ATR/BPN, dalam hal ini Menteri ATR/Kepala BPN, merupakan postingan yang sering diunggah. Kegiatan ini merujuk pada kunjungan kerja serta penyerahan sertipikat hasil kegiatan pendaftaran tanah kepada masyarakat. Munculnya kata “perintah” berasal dari kegiatan yang dilaksanakan oleh Kementerian ATR/BPN merupakan perintah dari presiden seperti banyak yang ditulis dalam *caption* postingan. Dilihat dari sisi komentar warganet, kata-kata yang sering atau muncul berupa komentar aduan maupun pertanyaan atas pelayanan pertanahan. Dengan kata lain, postingan yang diunggah untuk membangun citra positif Kementerian ATR/BPN, banyak ditanggapi dengan keluhan atau aduan serta seputar pertanyaan terkait kendala yang mereka hadapi dalam pelayanan pertanahan. Beberapa contoh postingan berupa penyerahan sertipikat kepada masyarakat sebagai bentuk pembangun citra disajikan dalam Gambar 7.



Gambar 7. Contoh Postingan Penyerahan Sertipikat Tahun 2023
 Sumber: Akun Instagram @kementerian.atrbpn, 2023

Keterkaitan antara postingan yang dibangun dengan komentar belum sejalan. Hal ini terlihat dari apresiasi warganet yang lebih banyak bersentimen negatif. Keterkaitan hanya ditemukan berkaitan dengan topik yang dibahas dan hal yang dibutuhkan oleh masyarakat, yaitu berupa “sertipikat tanah”. Kata “tanah” dan “sertipikat” muncul sebagai kata yang paling sering dalam *caption* postingan maupun warganet. Hal ini menunjukkan bahwa isu-isu terkait tanah dan sertipikat merupakan topik yang sangat dominan dalam konten yang diposting dan menjadi perhatian utama dari komentar-komentar warganet. Namun, tanggapan terhadap citra yang dibangun menimbulkan perbedaan hasil respons warganet lebih mengarah respons negatif. Kata “bpn”, “menteri”, maupun “tjahjanto” juga memiliki frekuensi yang tinggi dalam komentar warganet, menunjukkan bahwa warganet

sering kali merespons dengan menyebutkan lembaga terkait, dalam hal ini Kementerian ATR/BPN, serta pejabat pemerintah (menteri) dalam komentar mereka.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan adanya keterkaitan tematik antara *caption* postingan dan komentar warganet, terutama pada isu “tanah” dan “sertipikat”. Namun, terdapat perbedaan dalam kata-kata dominan yang mencerminkan perspektif antara kementerian dan warganet dalam komunikasi di media sosial Instagram. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa Kementerian ATR/BPN memposting apa yang ingin ditampilkan berupa kinerja yang dilakukan, sedangkan komentar warganet menampilkan apa yang mereka kehendaki untuk dilakukan oleh Kementerian ATR/BPN.

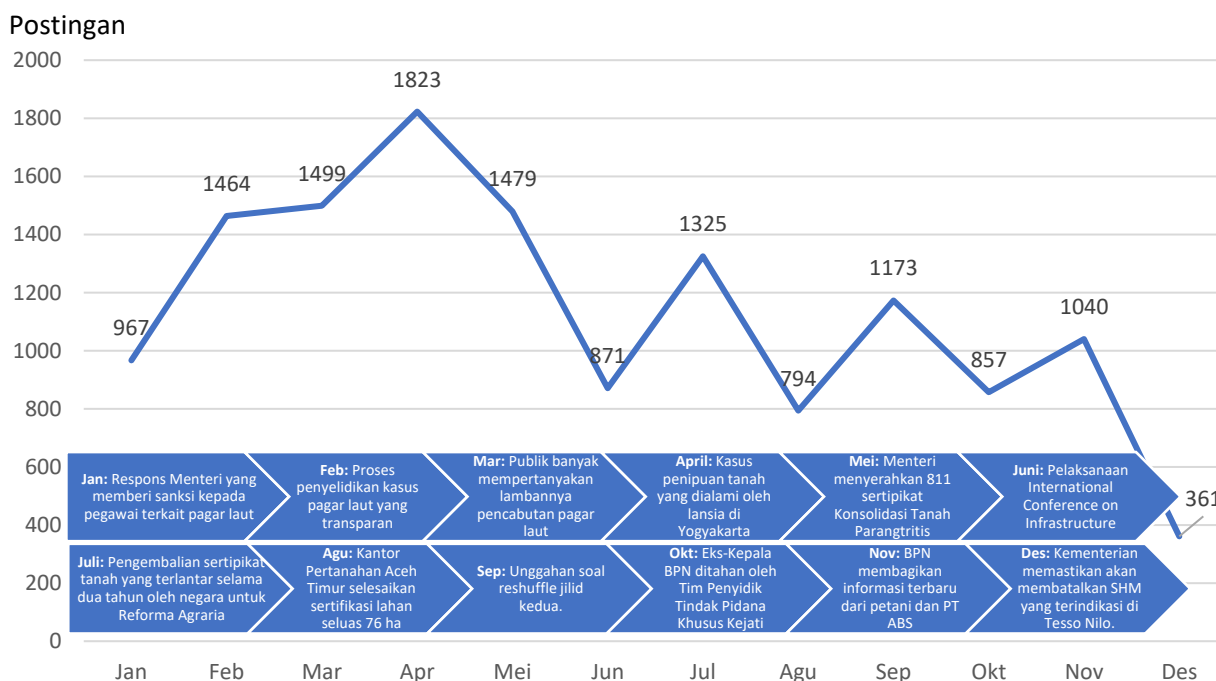
Kementerian ATR/BPN merupakan instansi pemerintah yang bertugas mengelola urusan pemerintahan di bidang agraria, pertanahan, dan tata ruang. Meskipun tugas ini banyak berfokus pada kegiatan pendaftaran tanah, tetap penting juga untuk memelihara citra yang baik. Masyarakat dapat enggan melakukan administrasi pertanahan apabila citra dibangun mendapat penilaian buruk. Oleh karena itu, membangun citra positif tetap menjadi prioritas, meskipun tanpa adanya persaingan langsung dari sektor swasta. Hal ini mengingat bahwa institusi inilah yang berfungsi dalam kegiatan administrasi pertanahan, khususnya pendaftaran tanah dapat dijalankan. Berbeda dengan citra perusahaan swasta yang bertujuan meningkatkan penjualan produk atau layanan, citra positif pemerintah membantu publik memahami kebijakan pemerintah ([Musdalifah & Nadjib, 2017](#)). Hubungan masyarakat di ranah pemerintahan diperlukan untuk menyampaikan kebijakan pemerintah secara efektif agar diterima oleh berbagai elemen masyarakat ([Gunawan dkk., 2023](#); [Rahayu & Oktavia, 2023](#)). Kepercayaan publik yang baik dapat meningkatkan partisipasi publik dalam program pemerintah ([Kim, 2017](#)). Citra yang buruk dapat memicu ketidakpuasan publik, sementara citra yang positif membantu mengurangi ketegangan sosial ([Msenge & Nzewi, 2021](#)). Oleh karena itu, Kementerian ATR/BPN harus mempertahankan citra yang baik untuk meningkatkan kualitas layanan, sumber daya manusia, hubungan institusi, serta pendapatan negara ([Ali dkk., 2020](#); [Arvin dkk., 2021](#)). Dengan citra yang baik, pemerintah dapat menjalankan fungsinya secara lebih efektif dan mencapai hasil yang lebih positif bagi masyarakat.

C.4. Dinamika Sentimen di Instagram Pada Tahun 2023 hingga 2025

Pada tahun 2023, analisis sentimen yang berbasis komentar warganet menunjukkan dominasi berupa aduan, pertanyaan, dan keluhan terkait pelayanan pertanahan, seperti proses sertipikasi, konflik lahan, dan praktik mafia tanah. Temuan berdasarkan kolom komentar Instagram ini mencerminkan bahwa media sosial menjadi ruang ekspresi publik yang merepresentasikan pengalaman langsung masyarakat terhadap layanan pertanahan.

Berdasarkan laporan tahun 2024 dan 2025, terlihat bahwa sentimen yang dibangun melalui konten Instagram Kementerian ATR/BPN didominasi oleh

sentimen positif. Pada tahun 2024, sentimen positif banyak berasal dari: unggahan seremonial dan kegiatan institusi (misalnya ucapan hari besar), kunjungan kerja menteri, serta publikasi kegiatan strategis kementerian. Sementara itu, sentimen negatif dalam konten relatif kecil dan umumnya berkaitan dengan isu konflik agraria (mafia tanah) serta kritik terhadap kebijakan atau pelayanan (dugaan tindak *Civil Contempt of Court*, pungutan liar, transparansi birokrasi).



Gambar 8. Perbincangan Isu Kementerian ATR/BPN pada Tahun 2025

Gambar 8 menunjukkan isu utama yang paling populer diperbincangkan oleh warganet pada tahun 2025. Pola ini tetap berlanjut dengan intensitas perbincangan yang fluktuatif sepanjang tahun. Isu yang muncul berkaitan dengan klarifikasi kasus yang menjadi perhatian publik (kebakaran kantor Humas ATR/BPN, sengketa aset milik figur publik, pernyataan terkait “lahan menganggur” bisa diambil negara), penyelesaian konflik lahan (pagar laut), dan program strategis (digitalisasi sertipikat, proyek infrastruktur PIK, kelanjutan IKN). Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram Kementerian ATR/BPN berfungsi sebagai instrumen *agenda setting*, di mana institusi secara aktif membingkai isu dalam perspektif kinerja, respons kebijakan, dan keberhasilan program.

Meskipun metode dan sumber data berbeda, terdapat konsistensi isu utama yang muncul dalam ketiga tahun tersebut, yaitu: sertipikat tanah, konflik agraria, mafia tanah, dan pelayanan pertanahan. Temuan ini memperkuat bahwa pemerintah berusaha mengarahkan perhatian publik melalui konten positif (agenda institusi), sementara publik merespons berdasarkan pengalaman nyata mereka (agenda publik). Kesenjangan ini terlihat jelas bahwa institusi menampilkan citra kinerja dan solusi, tetapi publik menyoroti masalah yang belum terselesaikan. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara agenda institusi dan agenda publik, serta menegaskan bahwa analisis sentimen komentar dapat

berfungsi sebagai *early warning* dalam mengidentifikasi isu-isu pertanahan yang kemudian direspons oleh institusi pada periode berikutnya.

D. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa akun Instagram Kementerian ATR/BPN (@kementerian.atrbpn) digunakan sebagai sarana membangun citra melalui unggahan dominan bertema kunjungan kerja menteri dan penyerahan sertipikat tanah. Namun, analisis sentimen terhadap komentar warganet sepanjang tahun 2023 menunjukkan bahwa 56,5% komentar bersentimen negatif (terutama aduan layanan dan isu mafia tanah), 28,6% positif (doa, harapan, pujian), dan 14,9% netral (emotikon atau iklan). Kata kunci “tanah” dan “sertipikat” mendominasi pada *caption* postingan dan komentar warganet dengan sudut pandang berbeda. Kementerian ATR/BPN memposting kinerja penyerahan sertipikat tanah kepada masyarakat, sedangkan komentar warganet menampilkan aduan, pertanyaan, ataupun saran terhadap prosedur terkait sertipikat tanah.

Temuan utama menunjukkan bahwa unggahan lembaga didominasi agenda institusional seperti kunjungan kerja dan penyerahan sertipikat, sementara ruang komentar justru lebih banyak memunculkan aduan layanan, pertanyaan prosedural, dan isu pertanahan. Dengan demikian, kolom komentar memperlihatkan bagaimana agenda pemerintah dapat bergeser menjadi agenda publik. Perbedaan ini penting karena menunjukkan bahwa citra yang dibangun melalui unggahan tidak otomatis diterima publik sebagaimana yang dimaksudkan oleh lembaga.

Secara praktis, Biro Hubungan Masyarakat Kementerian ATR/BPN perlu memandang kolom komentar sebagai sensor isu publik strategis, bukan sekadar ruang respons individual. Diperlukan mekanisme respons yang lebih cepat, konsisten, dan terkoordinasi untuk meredam keluhan berulang, memperjelas alur layanan, serta memulihkan kepercayaan publik. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan ke *platform* lain, periode waktu berbeda, serta menyertakan emotikon dalam pemodelan sentimen.

Daftar Pustaka

- Ali, H. Y., Danish, R. Q., & Asrar-ul-Haq, M. (2020). How corporate social responsibility boosts firm financial performance: The mediating role of corporate image and customer satisfaction. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 166–177. <https://doi.org/10.1002/csr.1781>
- Amelia, P. (2020) *Humas Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional dalam menangani pengaduan masyarakat mengenai program pendaftaran tanah sistematis lengkap (PTSL) melalui Instagram* [Undergraduate thesis, Universitas Satya Negara Indonesia]. <https://repository.usni.ac.id/repository/47f076f8cc72a817e1fa4b0b8a2ad984.pdf>

- Amrin, R. N., Dewi, A. R., & Sudibyanung, S. (2025). Komunikasi pengelolaan aduan layanan pertanahan dan peningkatan citra pada media sosial Instagram @kementerian.atrbpn. *Jurnal Kebijakan Publik*, 16(3), 225–238. <https://doi.org/10.31258/jkp.v16i3.8864>
- Anggina, S., Setiawan, N. Y., & Bachtiar, F. A. (2022). Analisis ulasan pelanggan menggunakan multinomial naïve Bayes classifier dengan lexicon-based dan TF-IDF pada Formaggio Coffee and Resto. *@is The Best: Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise*, 7(1), 76–90. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v7i1.7072>
- Arsyad, A., Dzaljad, R. G., Nurmiarani, M., & Rantona, S. (2024). Media sosial sebagai agen transformasi politik: Analisis pengaruh terhadap proses komunikasi politik. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(2), 240–251. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i2.1593>
- Arvin, M. B., Pradhan, R. P., & Nair, M. S. (2021). Are there links between institutional quality, government expenditure, tax revenue and economic growth? Evidence from low-income and lower middle-income countries. *Economic Analysis and Policy*, 70, 468–489. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2021.03.011>
- 'Aziiz, A. Z., & Anom, E. (2023). Strategi humas Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional dalam menciptakan citra positif kementerian. *Journal of Management and Business*, 5(1), 82–93. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5464>
- Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A., & Llorens, J. (2020). How corporate social responsibility activities influence employer reputation: The role of social media capability. *Decision Support Systems*, 129, Article 113223. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2019.113223>
- Bhagat, S., & Kim, D. J. (2023). Examining users' news sharing behaviour on social media: Role of perception of online civic engagement and dual social influences. *Behaviour & Information Technology*, 42(8), 1194–1215. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2066019>
- Bleakley, A., Rough, D., Edwards, J., Doyle, P., Dumbleton, O., Clark, L., Rintel, S., Wade, V., & Cowan, B. R. (2022). Bridging social distance during social distancing: Exploring social talk and remote collegiality in video conferencing. *Human-Computer Interaction*, 37(5), 404–432. <https://doi.org/10.1080/07370024.2021.1994859>
- Bordoloi, M., & Biswas, S. K. (2023). Sentiment analysis: A survey on design framework, applications and future scopes. *Artificial Intelligence Review*, 56(11), 12505–12560. <https://doi.org/10.1007/s10462-023-10442-2>
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center's effective public relations* (11th ed.). Pearson.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Cai, M., Luo, H., Meng, X., Cui, Y., & Wang, W. (2023). Network distribution and sentiment interaction: Information diffusion mechanisms between social bots and human users on social media. *Information Processing & Management*, 60(2), 103197. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.103197>
- Chen, M., & Peng, A. Y. (2022). Why do people choose different social media platforms? Linking use motives with social media affordances and

- personalities. *Social Science Computer Review*, 41(2), 330–352. <https://doi.org/10.1177/089443932111049120>
- Damayanti, A. (2023, March 12). Pegawai BPN viral gegara istri flexing: Profil hingga hartanya tembus Rp14,7 M. *Detikcom*. https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6613955/pegawai-bpn-viral-gegara-istri-flexing-profil-hingga-hartanya-tembus-rp-14-7-m#google_vignette
- Darman, R. (2023). Analisis sentimen respons Twitter terhadap persyaratan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) di Kantor Pertanahan. *Widya Bhumi*, 3(2), 113–136. <https://doi.org/10.31292/wb.v3i2.61>
- de Vries, W. T., & Pinuji, S. (2025). Balancing between land and sea rights—An analysis of the “pagar laut” (sea fences) in Tangerang, Indonesia. *Land*, 14(7), 1382. <https://doi.org/10.3390/land14071382>
- Fitri, M. Y. (2022). *Analisis sentimen pengguna aplikasi Sentuh Tanahku menggunakan metode naïve Bayes, SVM, dan random forest* [Undergraduate thesis, Universitas Internasional Semen Indonesia].
- Ghermandi, A., Langemeyer, J., Van Berkel, D., Calcagni, F., Depietri, Y., Egarter Vigl, L., Fox, N., Havinga, I., Jäger, H., Kaiser, N., Karasov, O., McPhearson, T., Podschun, S., Ruiz-Frau, A., Sinclair, M., Venohr, M., & Wood, S. A. (2023). Social media data for environmental sustainability: A critical review of opportunities, threats, and ethical use. *One Earth*, 6(3), 236–250. <https://doi.org/10.1016/j.oneear.2023.02.008>
- Gruzd, A., Lannigan, J., & Quigley, K. (2018). Examining government cross-platform engagement in social media: Instagram vs Twitter and the big lift project. *Government Information Quarterly*, 35(4), 579–587. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.09.005>
- Gunawan, M., Dewi, R., & Robiah, M. (2023). Kampanye literasi digital dalam menjalankan peran humas di Kementerian Kominfo. *Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 72–97. <https://doi.org/10.15408/interaksi.v3i1.27955>
- Hanom, A. F., Meitana, N. P., Oktaviani, N. N., Maruti, A. F., & Patrianti, T. (2024). Public relations campaign PT. Kimia Farma Tbk dalam meningkatkan citra perusahaan. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(1), 264–274. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i1.852>
- Hartanto, D. K., & Handayani, S. W. (2025). Efektivitas pendaftaran hak atas tanah dalam mencegah praktik mafia tanah di Indonesia. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(5), 6932–6939. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i5.2326>
- Hasan, E. (2010). *Komunikasi Pemerintahan*. PT Refika Aditama.
- Hidayah, N. F., Kartika R, K. P., & Budiman, S. N. (2022). Penerapan metode Naive Bayes dalam analisis sentimen aplikasi Sentuh Tanahku pada Google Play. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 6(2), 679–683. <https://doi.org/10.36040/jati.v6i2.5610>
- Huang, Y., & Wang, L. (2021). Political values and political trust in the digital era: How media engagement divides Chinese netizens. *International Journal of Sociology*, 51(3), 197–217. <https://doi.org/10.1080/00207659.2021.1881870>
- Iqbal, F., Pfarrer, M. D., & Bundy, J. (2023). How crisis management strategies address stakeholders’ sociocognitive concerns and organizations’ social evaluations. *Academy of Management Review*, 49(2), 299–321. <https://doi.org/10.5465/amr.2020.0371>

- Istiqomah, I. P., Djumiarti, T., & Afrizal, T. (2022). Analisis praktik good governance dalam reformasi manajemen pelayanan pertanahan pada Kantor Pertanahan Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 11(4), 314–334. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v11i4.36173>
- Kim, S. (2017). Governance values and public trust in government: An exploratory study of Indonesia, Malaysia, and Thailand. *KDI School of Public Policy & Management Paper No. 17-10*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3103507>
- Koto, F., & Rahmaningtyas, G. Y. (2017). Inset lexicon: Evaluation of a word list for Indonesian sentiment analysis in microblogs. In *Proceedings of the 2017 International Conference on Asian Language Processing (IALP 2017)* (pp. 391–394). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ialp.2017.8300625>
- Kvacic, M., & Wærdahl, R. (2024). Trust and power in the space between visibility and invisibility: Exploring digital and social media practices in Norwegian child welfare services. *European Journal of Social Work*, 27(1), 96–107. <https://doi.org/10.1080/13691457.2022.2099350>
- Leppert, K., Saliterer, I., & Korać, S. (2022). The role of emotions for citizen engagement via social media: A study of police departments using Twitter. *Government Information Quarterly*, 39(3), 101686. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101686>
- Licoppe, C., & Smoreda, Z. (2005). Are social networks technologically embedded? How networks are changing today with changes in communication technology. *Social Networks*, 27(4), 317–335. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2004.11.001>
- Liu, S., Xiao, W., Fang, C., Zhang, X., & Lin, J. (2020). Social support, belongingness, and value co-creation behaviors in online health communities. *Telematics and Informatics*, 50, 101398. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101398>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Msenge, P., & Nzewi, O. I. (2021). A proposed citizen participation–public trust model in the context of service delivery protests in South African local government. *Journal of Local Government Research and Innovation*, 2(0), 1–10. <https://doi.org/10.4102/jolgr.v2i0.26>
- Musdalifah, M., & Nadjib, M. (2017). Analisis hubungan kerja struktural, fungsional, dan sinergitas antara bagian humas dan protokol dengan Dinas Perhubungan, Komunikasi, dan Informatika dalam penyebaran informasi di Kabupaten Soppeng. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 6(1), 38–53. <https://doi.org/10.31947/kjik.v6i1.5163>
- Naurah, N. (2023). Daftar platform media sosial yang paling banyak digunakan 2023, Facebook juaranya. *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/daftar-platform-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-2023-facebook-juaranya-BHY8q>
- Prayudi. (2007). *Penulisan naskah public relations*. Andi Offset.
- Purwandini, F. P. (2017). Analisis isi opini publik tentang kebijakan pemerintah pusat di bidang sosial, ekonomi dan budaya. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 6(1), 65–74. <https://doi.org/10.31504/komunika.v6i1.1035>
- Rahayu, J. S., & Oktavia, Y. (2023). Komunikasi humas Pemko Batam dalam mengatasi kesimpangsiuran berita krisis pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(2), 1036–1047. <https://doi.org/10.56552/jisipol.v4i2.85>

- Restanti, A. S. (2015). Challenges and strategies to develop a positive image of the library. *Record and Library Journal*, 1(2), 94–104. <https://doi.org/10.20473/rlj.v1-i2.2015.94-104>
- Ridha, W. (2014). *Strategi public relations dalam membangun citra perusahaan pada Excellent Islamic School (Exiss) A Ba Ta Srengseng Jakarta Barat* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sa'adah, U., Rochayani, M. Y., Lestari, D. W., & Lusya, D. A. (2021). *Kupas tuntas algoritma data mining dan implementasinya menggunakan R*. UB Press.
- Safitri, R., Alfira, N., Tamitiadini, D., Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2021). *Analisis sentimen: Metode alternatif penelitian big data*. UB Press.
- Sanjaya, M. L. T., & Nasvian, M. F. (2024). Interaktivitas netizen 24 jam pasca deklarasi Bacapres Amin. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 106–122. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.7169>
- Setiawan, C. (2023). Obesitas, olahraga, dan diet: Analisis sentimen pada Twitter berbasis analitik big data. *Jurnal Olahraga Kebugaran dan Rehabilitasi (JOKER)*, 3(1), 71–81. <https://doi.org/10.35706/joker.v3i1.8833>
- Tanggraeni, A. I., & Sitokdana, M. N. N. (2022). Analisis sentimen aplikasi e-government pada Google Play menggunakan algoritma naïve Bayes. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(2), 785–795. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i2.1835>
- Tania, S., & Cahyono, H. (2022). Praktik social media pandemic communication model pada media sosial lembaga pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 1–18. <https://doi.org/10.24002/jik.v19i1.3861>
- Triana, H., Indriyani, V., Haron, R., & Arma Putri, D. (2025). The discursive constructions of protests against government policies by Instagram posts. *Leksema: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10(2), 215–231. <https://doi.org/10.22515/ljbs.v10i2.12840>
- Triwardhani, I. J., Alhamuddin, A., Adwiyah, R., & Putra, R. P. (2023). The use of social media in product marketing activities of micro, small and medium enterprises. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 38(1), 141. <https://doi.org/10.1504/ijpqm.2023.128608>
- Tsaqila, R., Suseno, A., & Mirza, M. (2023). Peran media sosial Instagram @kanwilbpbanten sebagai pusat informasi di bidang pertanahan (Studi etnografi virtual pada akun Instagram @kanwilbpbanten). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 109–116.
- Verma, S. (2022). Sentiment analysis of public services for smart society: Literature review and future research directions. *Government Information Quarterly*, 39(3), Article 101708. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.10170>
- Wahyuni, E. D., Arifiyanti, A. A., & Afandi, M. I. (2020). *Klasifikasi teks dengan Python*. Indomedia Pustaka.
- Wang, Y., & Feng, D. (2023). History, modernity, and city branding in China: A multimodal critical discourse analysis of Xi'an's promotional videos on social media. *Social Semiotics*, 33(2), 402–425. <https://doi.org/10.1080/10350330.2020.1870405>
- Zhang, P., Peng, B., Mi, Z., Lin, Z., Du, H., Cheng, L., Zhou, X., & Cao, G. (2024). The reduction of effective feedback reception due to negative emotions in appeals. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03009-1>

Zsaza, C. S. K. M., & Sitepu, E. (2023). Implementasi artificial intelligence pada pelayanan publik. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 3(3), 24–42. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v3i3.616>