



SENTIMEN PENGGUNA X TERHADAP TAGAR #KABURAJADULU: PERSPEKTIF OPINI PUBLIK MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SENTIMEN VADER

NIDA AZIZAH MANURUNG



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Sentimen Pengguna X terhadap Tagar #KaburAjaDulu: Perspektif Opini Publik melalui Pendekatan Analisis Sentimen VADER” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Nida Azizah Manurung
J0301211360



RINGKASAN

NIDA AZIZAH MANURUNG. Sentimen Pengguna X Terhadap Tagar #KaburAjaDulu: Perspektif Opini Publik melalui Pendekatan Analisis Sentimen VADER. *User Sentiment of toward the Hashtag #KaburAjaDulu: Public Opinion Perspective Using the VADER Sentiment Analysis Approach*. Dibimbing oleh SUPARMAN

Penelitian ini menganalisis sentimen pengguna platform X (sebelumnya Twitter) terhadap tagar #KaburAjaDulu sebagai bentuk ekspresi digital atas keresahan kolektif generasi muda terhadap kondisi sosial, politik, dan ekonomi Indonesia. Tagar ini menjadi simbol keinginan untuk mencari kehidupan yang lebih layak di luar negeri dan berkaitan erat dengan fenomena *brain drain*, serta meningkatnya pesimisme publik terhadap masa depan dalam negeri.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menerapkan analisis sentimen berbasis teks menggunakan algoritma VADER, yang efektif untuk menganalisis emosi dalam teks pendek informal. Data dikumpulkan dari 413 twit publik dengan teknik *purposive sampling*. Sebanyak 391 twit (94,7%) berasal dari Februari 2025 saat tagar mencapai puncak viralitas. Proses analisis dilakukan menggunakan *library* Python melalui Google Colab.

Hasil menunjukkan bahwa mayoritas twit bersentimen positif (52,1%), yang mencerminkan harapan untuk kehidupan lebih baik melalui migrasi, pendidikan, atau pekerjaan di luar negeri. Sentimen negatif (28,6%) menyoroti kekecewaan terhadap stagnasi ekonomi, ketimpangan sosial, serta kurangnya kepercayaan terhadap pemerintah. Sentimen netral (19,4%) berupa humor, sindiran ringan, atau narasi informatif. Analisis tidak hanya menunjukkan distribusi sentimen, tetapi juga mengungkap bahwa twit dengan nada sinis atau ironis kerap menyimpan makna emosional tersembunyi yang tidak terdeteksi oleh algoritma.

Tagar ini memantik reaksi dari pejabat publik, mulai dari respons konfrontatif hingga reflektif. Perbedaan sikap antara pejabat menunjukkan bahwa opini digital telah menjadi bagian penting dari komunikasi publik dan pembentukan wacana sosial-politik. Penelitian ini menekankan bahwa media sosial bukan sekadar ruang ekspresi, tetapi juga arena pembentukan opini kolektif dan tekanan simbolik terhadap institusi negara.

Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan analisis sentimen berbasis data memiliki relevansi tinggi dalam konteks komunikasi digital Indonesia, namun tetap memerlukan validasi kontekstual dalam bahasa lokal. Penelitian ini membuka peluang eksplorasi lanjutan terhadap opini digital sebagai bentuk komunikasi publik yang mencerminkan emosi kolektif, aspirasi sosial, dan dinamika kepercayaan terhadap negara.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



SENTIMEN PENGGUNA X TERHADAP TAGAR #KABURAJADULU: PERSPEKTIF OPINI PUBLIK MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SENTIMEN VADER

NIDA AZIZAH MANURUNG

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.



Judul Laporan : Sentimen Pengguna X terhadap Tagar #KaburAjaDulu: Perspektif
Opini Publik melalui Pendekatan Analisis Sentimen VADER

Nama : Nida Azizah Manurung
NIM : J0301211360

Disetujui oleh

Pembimbing:
Ir. Suparman, M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian: 19 Juni 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Mei 2025 ini ialah analisis sentimen media sosial terhadap fenomena sosial digital, dengan judul “Sentimen Pengguna X terhadap Tagar #KaburAjaDulu: Perspektif Opini Publik melalui Pendekatan Analisis Sentimen VADER.”

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Ir. Suparman, M.M., yang telah membimbing dan banyak memberikan arahan serta saran selama penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. sebagai Kepala Program Studi Komunikasi Digital dan Media sekaligus menjadi dosen penguji yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menjadi lebih baik lagi dalam proses penyempurnaan karya ini. Penulis juga ucapkan terima kasih kepada dosen verifikator jurnal dan pihak jurnal NIVEDANA yang telah membantu publikasi tulisan penulis terkait penelitian yang penulis buat.

Penulis juga menyampaikan penghargaan kepada Bapak/Ibu staf pengajar dan administrasi Program Studi Komunikasi Digital dan Media, serta seluruh pihak Sekolah Vokasi IPB yang telah memberikan izin, fasilitas, dan bantuan selama proses penelitian dan pengumpulan data.

Ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Abi dan Umi yang selalu mendukung serta mendoakan penulis, serta seluruh keluarga Manurung dan keluarga Nasikin atas doa, dukungan moral, dan kasih sayang yang tak pernah henti. Serta kepada Calista sebagai sepupu seumuran yang saling mendukung untuk penyelesaian pendidikan ini. Doa dan semangat dari keluarga menjadi kekuatan terbesar dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan juga kepada teman-teman terdekat, Iis Binar Cahyani, Nafa Syahila, Nida Hamidah, Niken Gesdianlie, Cassyva Gusseyana, teman-teman My Day yaitu Kak Zulfa, Kak Dliya, Kak Fitria, serta teman MOA yaitu Chifa, yang telah mendukung penulis di kala penulis sedang dalam masa yang sulit saat proses penulisan tugas akhir ini.

Tidak lupa penulis sampaikan terima kasih kepada Tomorrow X Together khususnya Kang Taehyun yang telah memberikan penulis motivasi untuk terus berkarya di bidang musik selagi menyelesaikan tugas akhir ini. Lagu-lagu yang diciptakan juga membangkitkan semangat penulis dalam proses tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi kecil bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi digital dan analisis media sosial.

Bogor, Juni 2025

Nida Azizah Manurung

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Sentimen	7
2.2 Platform X	9
2.3 Fenomena #KaburAjaDulu	10
2.4 Perspektif	12
2.5 Opini Publik	13
2.6 Opini Publik di Platform Digital	16
2.7 Komunikasi Publik dan Opini Digital	17
2.8 Komunikasi Politik dan Respons Pemerintah	18
2.9 Penelitian Terdahulu	20
2.10 Kerangka Pemikiran	31
III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Lokasi dan Waktu	33
3.3 Jadwal Penelitian	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Subyek Penelitian	37
3.7 Teknik Analisis Data	38
3.8 Alasan Pemilihan VADER	40
3.9 Validasi dan Akurasi Model	41
3.10 Etika Penelitian Digital	41
3.11 Luaran Penelitian	42
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum	43
4.2 Analisis Sentimen Pengguna X Terhadap Tagar #KaburAjaDulu	54
4.3 Analisis Distribusi Sentimen Tagar #KaburAjaDulu	59
4.4 Analisis Perspektif Publik Terhadap Tagar #KaburAjaDulu	65
V SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77

LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	21
2	Jadwal Penelitian	34
3	Operasional Variabel	35
4	Analisis Twit dalam Bahasa Inggris	50
5	Analisis Twit dalam Bahasa Indonesia	56
6	Contoh Twit dengan <i>Engagement</i> Tertinggi	70

DAFTAR GAMBAR

1	Logo Pertama Twitter	9
2	Logo Twitter	9
3	Logo X	10
4	Kerangka Pemikiran	32
5	<i>Dataset</i> dari nama pengguna: artsyhrstn	45
6	<i>Dataset</i> dari nama pengguna: Paz25	46
7	Tahap Pembersihan dan Penggabungan <i>Dataset</i>	47
8	Tahap Pertama Analisis Sentimen (Kode Instalasi VADER)	48
9	Tahap Kedua Analisis Sentimen (Proses Unggah <i>Dataset</i>)	49
10	Tahap Ketiga Analisis Sentimen (Proses Translasi Twit)	50
11	Tahap Keempat Analisis Sentimen (Klasifikasi Sentimen)	52
12	Tahap Kelima Analisis Sentimen (Visualisasi Hasil)	53
13	Distribusi Sentimen Diagram Batang #KaburAjaDulu	54
14	Distribusi Sentimen Diagram Lingkaran #KaburAjaDulu	55
15	<i>WordCloud</i> Sentimen Positif #KaburAjaDulu	60
16	<i>WordCloud</i> Sentimen Negatif #KaburAjaDulu	61
17	<i>WordCloud</i> Sentimen Netral #KaburAjaDulu Distribusi Sentimen Harian – Februari 2025 #KaburAjaDulu	62
18	Distribusi Sentimen Harian – Februari 2025 #KaburAjaDulu	63

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Kumpulan 413 twit dari <i>dataset</i>	87
---	--	----

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.