

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Menganalisis text media sosial untuk menentukan sentimen atau opini yang terkandung didalamnya merupakan salah satu cara dalam melihat apa yang bisa terus dikembangkan dan apa yang harus diperbaiki dari sebuah program yang sedang dijalankan. Pentingnya analisis sentimen bagi sebuah program akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagaimana orang merasakan, merespon dan berinteraksi dengan suatu program atau layanan tertentu. Dengan adanya analisis sentimen ini akan memudahkan dalam penyesuaian serta peningkatan pengembangan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Internet dibanjiri oleh miliaran data dari berbagai platform setiap harinya. Pada saat ini, media sosial menjadi salah satu media utama dalam mempromosikan suatu program maupun produk. Kemudahan akses internet yang didapatkan melalui smartphone menjadi alasan masyarakat menggunakan media komunikasi berskala internet dan salah satu fasilitasnya adalah media sosial. (Emilia, L., & Tuhana, 2022).

Sesuai dengan tren jumlah pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya dalam satu dekade terakhir. Dikutip dari laporan We Are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 213 juta orang per bulan Januari 2023. Angka ini meningkat drastis dari sebelumnya 70,5 juta orang pada bulan Januari 2013. Hal ini menjadikan media sosial sebagai salah satu cara yang efektif untuk melakukan promosi kepada masyarakat. Cindy Mutia Annur (2023, September 20). Analisis sentimen berperan dalam menghubungkan seluruh data tersebut yang kemudian hasil dari menganalisis sentimen adanya perbedaan text menjadi dua kategori, yaitu fakta dan opini. Fakta ialah ekspresi objektif mengenai sesuatu. Sementara opini ialah ekspresi subjektif yang akan melahirkan sentiment, perasaan, maupun penghargaan. Dalam sentimen pun akan terbagi menjadi dua kategori, yaitu positif dan negatif.

Brand24 merupakan salah satu platform analisis media sosial yang biasanya digunakan untuk menganalisis percakapan online yang berkenaan dengan merek, produk, atau topik tertentu. Platform ini menyediakan berbagai fitur untuk membantu pengguna memahami bagaimana suatu topik tertentu dipersepsikan di media sosial dan internet secara umum. Brand24 juga membantu dalam mengelola reputasi organisasi

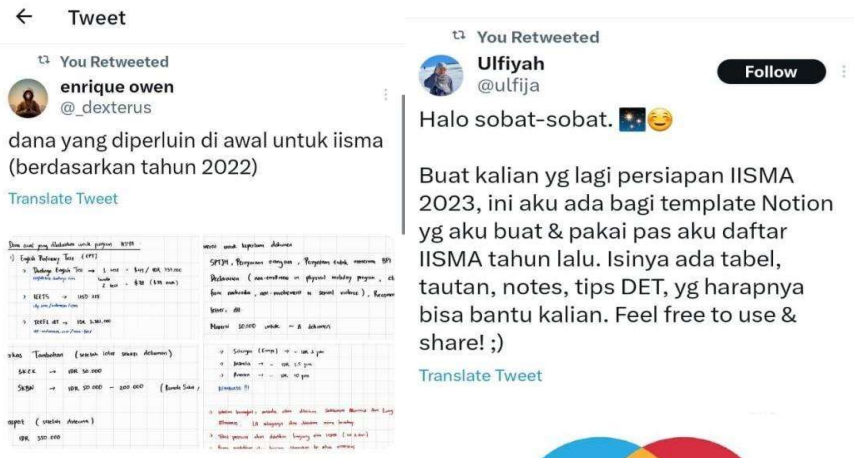
secara online dengan cara memantau percakapan di media sosial dan beberapa platform lainnya. Platform ini juga menyediakan analisis sentimen yang dapat diketahui dengan cepat apa yang dikatakan publik baik itu positif, negatif, maupun netral, serta faktor apa yang mempengaruhi persepsi mereka. Setelah itu dalam platform Brand24 juga membantu dalam mengidentifikasi *influencer* atau tokoh kunci yang memiliki pengaruh besar dalam percakapan terkait topik tertentu. Hasil dari Brand24 tersebut yaitu laporan dan analisis serta visualisasi data dan grafik yang akan membantu memahami trend, pola, *insigh* yang dapat digunakan untuk pengambil keputusan strategis. Analisis riset yang dilakukan oleh peneliti tentang analisis sentiment pada IISMA akan menggunakan *tools analysis* Brand24 untuk mengetahui seberapa banyak sentimen negatif dan positif yang diterima oleh IISMA, lalu seberapa banyak tingkat penyebutan dan jangkauan yang diterima, dan analisis terhadap program IISMA.



Gambar 1.1 Hasil Analisis Sentimen Positif dan Negatif terhadap Program IISMA

Sumber: Brand24, 2023

Berdasarkan gambar 1, terlihat bahwa sentimen terhadap program IISMA cenderung positif. Besarnya sentimen positif ini didorong oleh partisipasi aktif beberapa mahasiswa Indonesia yang ikut memberikan bantuan informasi mengenai tahap awal seleksi hingga perencanaan dana yang bisa disiapkan untuk para *awardee*. Selain itu, merekomendasikan program ini melalui media sosial dengan cara memberikan *insight* mengenai keunggulan yang dapat diperoleh ketika mengikuti program ini juga turut berkontribusi positif dalam meningkatkan sentimen positif terhadap program unggulan dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek)



Gambar 1.2 Komentar Positif terhadap Program IISMA dari Twitter

Sumber: Twitter.com

Adanya kritik serta keluhan dari beberapa mahasiswa Indonesia terhadap program IISMA ini merupakan hasil dari sentimen negatif yang terpantau oleh Brand24. Meskipun proposisi sentimen positif dalam program IISMA masih lebih dominan, respon negatif dari kritik dan keluhan mahasiswa perlu diperhatikan untuk memperbaiki aspek yang belum sesuai dan mempertahankan yang sudah diperbaiki. Sentimen negatif ini terutama muncul di media sosial Twitter, di mana beberapa *awardee* memberikan testimoni terhadap program kampus merdeka ini dari sisi yang berbeda. Banyak yang membahas mengenai ketidaksesuaian uang saku yang dijanjikan oleh IISMA, juga dalam hal plagiarism dokumen yang sering dibagikan oleh *awardee* dengan tujuan awal untuk membantu mahasiswa lain yang ingin mengikuti IISMA.



Gambar 1.3 Komentar Negatif terhadap Program IISMA dari Twitter

Sumber: Twitter.com

Salah satu dari program Kemendikbudristek yang diluncurkan pada tahun 2020 salah satunya yang cukup dikenal masyarakat saat ini adalah program pertukaran pelajar atau *Indonesia International Student Mobility Awards* atau IISMA. IISMA sendiri merupakan salah satu program kampus merdeka dari Kemendikbudristek yang memiliki fokus dalam peningkatan pemahaman mahasiswa Indonesia pada keragaman akademik dan budaya internasional. Tingkat minat pelajar Indonesia dalam melakukan belajar di luar negeri atau *study abroad* dapat dilihat dari meningkatnya kesadaran akan pentingnya pendidikan Internasional, peluang karir yang lebih baik, serta reputasi universitas luar negeri. Tidak hanya itu, peningkatan program beasiswa dari pemerintah, lembaga swasta atau langsung dari universitas di luar negeri juga merupakan salah satu faktor dalam meningkatnya minat pelajar untuk mengikuti *study abroad* karena dapat mengurangi beban biaya yang cukup tinggi. Minat pelajar Indonesia dalam mengikuti program *study abroad* juga menjadi sebuah trend positif dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya Pendidikan Internasional.

Menteri Kemendikbudristek ini mengatakan bahwa dengan diadakannya program tersebut berupaya dalam peningkatan persaudaraan lintas budaya yang akan semakin kuat. Dikatakan juga bahwa dengan adanya program ini dapat menutupi kesenjangan Pendidikan antara dalam negeri dan luar negeri. IISMA adalah program yang berbentuk beasiswa pemerintah Indonesia untuk senantiasa mendanai program mobilitas internasional pelajar Indonesia ke perguruan tinggi terbaik di dunia. IISMA merupakan salah satu program prioritas yang disupervisi oleh kemendikbudristek dan kolaborasi bersama LPDP (Rahman, 2020). Secara sederhananya Kementerian sangat ingin mahasiswa mampu menjadi bagian dari warga dunia dan juga mempunyai daya saing tinggi di taraf global. Hal ini selaras dengan semua aktivitas dalam Program Kampus Merdeka IISMA, yang dimana semua kegiatan disana dirancang dan mengarah untuk mahasiswa mampu menjadi bagian dari warga dunia. Tidak hanya itu saja, dirancangnya IISMA sebagai wujud dalam menjaga hubungan diplomasi Internasional dengan negara penerima juga sebagai bentuk promosi Internasional untuk kebudayaan dan pendidikan di Indonesia. Adanya IISMA ini juga menjadi sebuah jalan bagi para pelajar Indonesia yang mempunyai minat untuk bersekolah di luar negeri dengan biaya ditanggung oleh pemerintah. Persyaratan seleksi yang dibuat

oleh IISMA bisa dikatakan tidak terlalu rumit untuk diikuti namun tetap saja untuk nilai Bahasa Inggris akan dilihat terlebih dahulu.

IISMA terus mengembangkan programnya dari tahun ke tahun sehingga hadirlah beberapa program yang baru, yaitu IISMA *CO-Funding* juga IIVOSMA. Tiga program tersebut tentunya memiliki nilai plus dan minus yang berbeda. Menurut hasil dari pra-riset yang sebelumnya telah penulis lakukan menggunakan metode wawancara, Abdul Rahman dan Dewi dari tim Staff Khusus Menteri sebagai narasumber mengatakan bahwa masih ada yang harus dibenahi dari program unggulan Kampus Merdeka ini.

Team IISMA masih terus melakukan inovasi di setiap tahunnya. Menurut (Dewi,2023) meskipun setiap tahunnya menambah peminat, namun tentu saja pengkajian terhadap program harus terus dilakukan. Salah satu yang menjadi inovasi IISMA di tahun berikutnya yaitu IISMA ingin bisa lebih menjangkau mahasiswa daerah pelosok untuk bisa ikut dalam program pertukaran pelajar ini. Bukan berarti kampus yang ada di kota-kota besar tidak diharapkan, tapi IISMA berperan bagaimana caranya agar program ini merata secara keseluruhan sehingga tujuan IISMA dalam memperkuat mahasiswa menjadi bagian dari warga dunia dan juga mempunyai daya saing tinggi di taraf global tercapai dengan baik. Selain itu IISMA juga belum pernah melakukan analisis sentimen secara mendalam (Rahman,2023).

Ini juga yang menjadi bahan evaluasi IISMA dengan melakukan analisis sentimen publik terkait dengan apa yang sudah dijalankan selama 3 tahun terakhir mengenai program pertukaran pelajar Kampus Merdeka. Riset sentimen ini tentunya sangat berguna dalam menganalisis serta mengevaluasi jalannya program di mata publik. Apa yang menjadi bahan pengevaluasian dan apa yang harus terus dipertahankan oleh IISMA. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa hasil sentimen untuk program IISMA sangat dibutuhkan oleh pihak IISMA. Oleh karena kebutuhan tersebutlah peneliti bermaksud untuk menganalisis berkenaan dengan sentimen tersebut menggunakan *Analysis Tools Brand24*.

Maka dari itu, berdasarkan penjelasan di atas, analisis sentimen diperlukan dalam memahami persepsi serta pendapat publik terhadap program tersebut. Dengan menganalisis sentimen, penulis dapat mengetahui apakah tanggapan masyarakat lebih cenderung positif, negatif, atau netral terhadap program Kampus Merdeka IISMA. Informasi ini penting guna merancang strategi pemasaran yang efektif untuk terus

mengembangkan program yang sesuai dengan target dan harapan serta kebutuhan masyarakat akademik.

## 1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, skripsi ini bertujuan untuk mengidentifikasi sentimen publik mengenai program Kampus Merdeka IISMA menggunakan Brand24.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana sentimen publik pada program kampus merdeka *Indonesian International Mobility Award* (IISMA)?

## 1.4 Manfaat Penelitian

Pada sebuah penelitian, kegunaan penelitian yang diperoleh dari hasil penelitian nanti dibagi ke dalam dua bagian yaitu kegunaan teoretis dan kegunaan praktis.

### 1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi baru pada bidang kajian *public relations* terutama dalam penggunaan *analysis tools* Brand24 yang dapat digunakan pada berbagai aktivitas kehumasan, khususnya untuk mengolah data. Tidak hanya itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi literatur rujukan untuk melakukan penelitian serupa dengan penggunaan subjek penelitian yang berbeda.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Tidak hanya berguna sebagai syarat kelulusan ujian di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University, tetapi manfaat dari penelitian ini tentunya bisa dijadikan acuan untuk pemerintah dapat melihat sejauh mana peran mahasiswa dalam mempromosika budaya Indonesia dengan program pertukaran pelajar.

## 1.5 Waktu dan Tahapan Penelitian

Tabel 1.1 Waktu dan Tahapan Penelitian

Kegiatan	2023			2024							
	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ag
Pra-penelitian											
Wawancara Narasumber											

Pengumpulan Data	■	■	■	■	■	■					
Pengolahan Data	■	■	■	■	■	■					
Penyusunan Proposal Skripsi	■	■	■								
<i>Desk Evaluation</i>				■							
Revisi Proposal Skripsi				■							
Penyusunan Skripsi					■	■	■	■	■		
Pendaftaran Sidang Skripsi											■
Pelaksanaan Sidang Skripsi											■

Sumber: Data Olahan Peneliti, tahun 2023