

Eksplorasi Interaksi Publik, Sentimen, dan Diskursus Tema Reintegrasi Sosial di Platform YouTube

Muhammad Umaruddin

Universitas Indonesia; Depok Indonesia
Korespondensi: muhammad.umaruddin@ui.ac.id

Diterima: 3 Oktober 2024

Direvisi: 28 Oktober 2024

Disetujui: 31 Oktober 2024

Abstract

This study aims to analyze public engagement on social media, specifically YouTube. This study also focus on audience participation, sentiment distribution in comments, and key themes in public discourse related to videos discussing social reintegration. The study employs a mixed methods approach, combining quantitative analysis using Pearson Correlation and Qualitative Analysis through sentiment analysis with RapidMiner and thematic analysis with Atlas.ti. The results indicate that although some channels attract high view counts, active engagement such as comments and likes is often disproportionate, influenced by content quality and topic relevance. Most comments analyzed were neutral, primarily addressing procedural information, while negative sentiments frequently criticized social reintegration policies. These findings highlight the need for more creative and interactive content strategies by leveraging Discursive Opportunity Structure (DOS) to enhance public engagement. In conclusion, social media holds significant potential as a tool for educating and advocating social reintegration policies, but it requires a more responsive and relevant approach to maximize public participation and discussion.

Keywords: *Discursive Opportunity Structure, Public Interaction, Social Media Sentiment, Social Reintegration*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterlibatan publik pada media sosial, khususnya YouTube. Penelitian ini juga berfokus pada partisipasi penonton, distribusi sentimen dalam komentar, dan tema utama dalam diskursus terkait video yang membahas reintegrasi sosial. Penelitian ini menggunakan metode campuran dengan pendekatan kuantitatif melalui analisis korelasi Pearson dan pendekatan kualitatif melalui analisis sentimen menggunakan RapidMiner serta analisis tematik menggunakan Atlas.ti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun beberapa kanal memperoleh jumlah tayangan yang tinggi, tingkat keterlibatan aktif seperti komentar dan suka tidak selalu sebanding, hal tersebut dipengaruhi oleh kualitas konten dan relevansi topik. Sebagian besar komentar yang dianalisis bersifat netral dan berfokus pada informasi prosedural, sedangkan sentimen negatif umumnya mengkritisi kebijakan reintegrasi sosial. Temuan ini menggarisbawahi perlunya strategi



konten yang lebih kreatif dan interaktif dengan memanfaatkan Struktur Peluang Diskursif untuk meningkatkan keterlibatan publik. Kesimpulannya, media sosial memiliki potensi besar sebagai alat edukasi dan advokasi kebijakan reintegrasi sosial, namun diperlukan pendekatan yang lebih responsif dan relevan untuk memaksimalkan partisipasi dan diskusi publik.

Kata kunci: *Interaksi Public, Reintegrasi Sosial, Struktur Peluang Diskursif, Sentimen Media Sosial*

Pendahuluan

Reintegrasi sosial di Indonesia merupakan salah satu tantangan signifikan dalam proses peralihan status warga binaan pemasyarakatan (WBP). Proses ini melibatkan perubahan status dari narapidana di Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) atau Rumah Tahanan Negara (Rutan) menjadi klien pemasyarakatan di Balai Pemasyarakatan (Bapas). Reintegrasi sosial tidak hanya terbatas pada pemindahan fisik tetapi juga mencakup program-program yang dirancang untuk mempersiapkan individu kembali ke masyarakat secara lebih baik (Noor, 2024).

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan memainkan peran strategis dalam membentuk opini publik dan interaksi sosial. Platform seperti YouTube memiliki peran unik dalam memfasilitasi komunikasi secara digital, memungkinkan narasi tentang reintegrasi sosial untuk mencapai audiens yang luas. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai alat yang mendukung proses integrasi melalui berbagai cara, termasuk promosi destinasi pariwisata (Santi & Fadjar, 2020), komunikasi pemerintah (Idris, 2018), dan partisipasi publik dalam kebijakan (Indra dkk., 2022; Latif dkk., 2024). Studi-studi ini menyoroti potensi media sosial dalam membentuk persepsi dan memobilisasi dukungan publik melalui interaksi yang luas dan dinamis.

Penggunaan media sosial sebagai alat diskursif dalam konteks gerakan sosial telah diidentifikasi sebagai faktor penting yang dapat meningkatkan visibilitas isu-isu tertentu dan mendorong partisipasi publik. Teori *Discursive Opportunity Structure* (DOS) yang digunakan dalam studi tentang gerakan sosial di Indonesia menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan untuk mengubah narasi publik dan menarik perhatian media arus utama, yang pada gilirannya memperkuat dampak dari gerakan tersebut (Molaei, 2015). Terdapat juga studi-studi sebelumnya mengungkapkan bahwa struktur peluang diskursif dapat memperkuat atau menghambat narasi gerakan sosial, baik dalam konteks radikalisme politik, konflik tanah, maupun praktik *postconsumerist*, tergantung pada bagaimana narasi tersebut dihubungkan dengan wacana lokal dan transnasional yang relevan (Boréus dkk., 2024; Koopmans & Olzak, 2004; Latif dkk., 2024; Myrczik dkk., 2024).

Selanjutnya, studi-studi tentang komunitas digital menyoroti peran media sosial yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai ruang untuk membangun modal sosial dan komunitas yang saling mendukung (Abbas dkk., 2018; Madsen, 2022; Mintarsih, 2019; Zhao dkk., 2018). Mintarsih (2019) menemukan bahwa media sosial memperkuat modal sosial dan identitas kolektif buruh migran di Singapura, sementara Zhao dkk. (2018) menunjukkan bahwa Twitter membantu membentuk narasi publik selama krisis Chipotle yang justru memperkuat solidaritas masyarakat. Hidayati (2018) juga menyoroti potensi YouTube sebagai platform yang memperkuat interaksi emosional melalui konten *peer-generated* seperti testimoni dan vlog. Konten *peer-generated*, menjadi sarana yang efektif dalam menyediakan dukungan emosional dan praktis bagi mereka yang berusaha beradaptasi kembali ke masyarakat (Hidayati, 2018). Dengan demikian, media sosial berperan penting dalam membentuk modal sosial, identitas komunitas, serta persepsi publik dalam konteks krisis, migrasi, dan reintegrasi sosial.

Meskipun media sosial memiliki potensi yang besar, optimalisasi penggunaannya dalam konteks

reintegrasi sosial masih membutuhkan kajian lebih lanjut. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pola interaksi dan distribusi informasi di platform media sosial dapat dimanfaatkan untuk memobilisasi dukungan publik dan membentuk persepsi yang lebih positif (Guo & Chen, 2022; Indra dkk., 2022; Iqbal, 2023; F. L. Lee & Fong, 2023; J. Lee & Abidin, 2023; Qadri, 2020; Xiao dkk., 2024). Lee dan Fong (2023) membahas tentang Gerakan Anti-ELAB di Hong Kong menemukan bahwa media sosial dapat membangun dan memobilisasi konsumsi politik. Media sosial memungkinkan interaksi tanpa kepemimpinan terpusat dan memperkuat partisipasi publik melalui praktik *boycott* dan *buycott*. Fenomena seperti ini juga tercermin dalam studi Lee & Abidin (2023), yang menunjukkan bahwa TikTok bisa menjadi ruang untuk memobilisasi gerakan sosial melalui konten kreatif yang berbasis video, menciptakan interaksi emosional yang kuat dan membentuk komunitas digital yang lebih terhubung. Pada penelitian Qadri (2020), media sosial juga bisa membawa dampak negatif karena rawan terhadap penyebaran hoaks dan polarisasi sosial. Dengan demikian, YouTube dapat menjadi alat yang strategis dalam membangun narasi dan menyediakan ruang diskusi yang aman.

Penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengaplikasikan teori DOS dalam konteks reintegrasi sosial WBP di Indonesia melalui platform YouTube. Studi-studi sebelumnya telah mengaplikasikan teori DOS dalam berbagai konteks. Molaei (2015) menunjukkan bagaimana media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan membentuk wacana publik dalam gerakan sosial di Indonesia, sementara Koopmans & Olzak (2004) meneliti peran media arus utama dalam memperkuat radikalisasi politik di Jerman. Studi lain oleh Boréus dkk. (2024) mengkaji bagaimana wacana *postconsumerist* disajikan di media arus utama dan bagaimana hal itu memengaruhi gerakan sosial.

Studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Hidayati (2018) dan Mintarsih (2019), menyoroti peran media sosial, khususnya Facebook, dalam mendukung pengambilan keputusan migrasi dan membangun solidaritas di komunitas buruh migran. Sementara itu, penelitian Lee & Fong (2021) meneliti bagaimana media digital, seperti Telegram dan forum-forum, digunakan untuk memobilisasi konsumsi politik dalam gerakan sosial. Studi ini memperluas kajian tersebut dengan berfokus pada YouTube, yang memiliki karakteristik unik berupa konten audiovisual dan interaksi publik melalui komentar. Selain itu, Zhao dkk. (2018) menunjukkan bahwa media sosial dapat membentuk narasi publik selama krisis, yang mengarah pada solidaritas dan partisipasi publik. Dalam konteks Indonesia, Qadri (2020) mengidentifikasi peran media sosial dalam membentuk opini publik, baik dalam mendukung atau memengaruhi kebijakan publik.

Meski demikian, penelitian-penelitian tersebut belum mengupas secara mendalam tentang bagaimana platform digital seperti YouTube dapat berperan dalam konteks spesifik reintegrasi sosial. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan dengan menggabungkan analisis pola interaksi, sentimen, dan tema yang muncul dalam komentar di YouTube, sehingga menawarkan wawasan baru tentang bagaimana platform ini dapat digunakan secara efektif untuk mendukung kebijakan reintegrasi sosial dan memberikan panduan bagi pembuat kebijakan dalam merancang strategi komunikasi berbasis media digital yang lebih baik.

Artikel ini menggunakan teori DOS sebagai alat bantu analisis. DOS didefinisikan sebagai aspek-aspek wacana publik yang menentukan peluang sebuah pesan untuk menyebar di ranah publik. Konsep ini menyoroti peran visibilitas publik, resonansi, dan legitimasi dalam membentuk bagaimana pesan diterima dan memengaruhi opini publik. Dalam ranah publik yang sangat kompetitif, hanya sebagian kecil klaim publik yang mendapatkan perhatian media yang diperlukan untuk pengakuan luas (Koopmans & Statham, 1999; Molaei, 2015). Pendekatan ini dapat lebih memahami bagaimana tema-tema dalam diskursus publik, seperti reintegrasi sosial di platform YouTube, dipengaruhi oleh cara wacana tersebut dibingkai dan dipresentasikan, yang pada gilirannya membentuk interaksi dan persepsi publik (Koopmans & Olzak, 2004).

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan terkait peran video dan komen-

tar di YouTube dalam membentuk persepsi publik terhadap reintegrasi sosial warga binaan pemasyarakatan (WBP) di Indonesia. Dengan menganalisis pola interaksi dan respons publik terhadap konten yang membahas reintegrasi sosial, studi ini akan mengungkap sejauh mana YouTube dapat berfungsi sebagai media yang efektif dalam mendukung proses reintegrasi.

Studi ini berangkat dari asumsi bahwa keterlibatan publik di platform media sosial, khususnya YouTube, memiliki potensi besar dalam membentuk lanskap persepsi reintegrasi sosial di Indonesia. Untuk itu, penelitian ini berusaha menjawab tiga pertanyaan kunci: pertama, bagaimana pola interaksi dan partisipasi publik terhadap video YouTube yang membahas program reintegrasi sosial? Kedua, bagaimana distribusi sentimen dalam komentar publik terhadap program reintegrasi sosial yang dibahas di YouTube? Terakhir, penelitian ini akan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam diskursus publik mengenai program reintegrasi sosial di YouTube.

Pendekatan ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang diskursus yang memengaruhi pandangan publik. Temuan studi ini akan memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika sosial yang dapat memengaruhi keberhasilan program reintegrasi sosial, sekaligus menawarkan wawasan bagi pembuat kebijakan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam mendukung reintegrasi sosial di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini berperan dalam menjelaskan hubungan antara media sosial dan proses reintegrasi, serta bagaimana platform digital dapat dimanfaatkan untuk memperkuat penerimaan publik terhadap inisiatif kebijakan sosial yang penting.

Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan wawasan baru tentang peran media sosial dalam mendukung atau menghambat reintegrasi sosial. Wawasan ini dapat digunakan oleh pembuat kebijakan, praktisi sosial, dan komunitas untuk merancang intervensi yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga akan berkontribusi pada pengembangan literatur tentang peran media digital dalam proses sosial yang kompleks.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed-methods*) antara kuantitatif dan kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan pola konten dan reaksi masyarakat terhadap video YouTube terkait program reintegrasi sosial di Indonesia. Sumber data utama penelitian ini merupakan konten video dan komentar pada platform YouTube. Video yang dipilih adalah yang berhubungan dengan program reintegrasi sosial dengan kata kunci “reintegrasi sosial”, “pembebasan bersyarat”, “cuti bersyarat”, “cuti menjelang bebas”, dan “asimilasi.” Pengumpulan data dilakukan melalui teknik *scraping* data menggunakan Google App Script. Teknik ini memungkinkan pengumpulan data secara otomatis dari YouTube berdasarkan kata kunci yang telah ditentukan. Data yang dikumpulkan meliputi metadata video (seperti judul, tanggal unggah, jumlah tayangan, jumlah suka, jumlah komentar), isi video, dan komentar pengguna.

Data yang dikumpulkan dari video dan komentar YouTube dianalisis dengan tiga tahapan. Pertama, hasil metada video YouTube dilakukan analisis deskripsi secara kuantitatif serta uji korelasi Pearson untuk melihat keterlibatan antara jumlah video, total tayangan, total komentar, dan total suka. Tahap kedua dilakukan analisis sentimen dengan pendekatan *machine learning* (ML) dan *Natural Language Processing* (NLP) untuk mengategorikan komentar sebagai positif, negatif, atau netral dibantu oleh aplikasi RapidMiner. Analisis sentimen adalah serangkaian metode, teknik, dan alat yang digunakan untuk mendeteksi dan mengekstraksi informasi subjektif seperti opini dan sikap dari bahasa (Majumder dkk., 2018). Metode NLP bertujuan untuk meningkatkan akurasi klasifikasi sentimen melalui pemrosesan leksikal dan sintaksis dari teks (Mäntylä dkk., 2018). Ketiga, konten video dianalisis secara tematik menggunakan Atlas.ti untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait program reintegrasi sosial. Analisis tematik tidak hanya membantu memahami narasi dalam video, namun juga membuat visualisasi hubungan antar tema dengan memanfaatkan tampilan jaringan (Paul dkk., 2021).

Hasil dan Pembahasan

Analisis interaksi dan partisipasi publik terhadap konten reintegrasi sosial

Peneliti menemukan total 177 video yang diperoleh melalui teknik *scraping* data menggunakan Google Apps Script. Akan tetapi, hanya sebanyak 34 video yang memenuhi kriteria, yaitu memiliki lebih dari 10 komentar. Selanjutnya, konten dan metada dari video tersebut digunakan sebagai data untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 1

YouTube yang membahas tentang Reintegrasi Sosial						
Kanal	Total Tayangan	Total Suka	Total Tidak Suka	Tidak	Total Komentar	Total Video
Fed FM	152780	2701	0		1631	4
SIPIRMAN	41271	444	0		1029	11
KOMPASTV	31263	227	0		84	3
KaYantah	15664	219	0		167	2
tvOneNews	9015	43	0		23	1
Tribunnews	8290	38	0		107	1
Diskusi Hukum	6302	102	0		125	1
Wal Absor	5675	174	0		53	1
TribunJatim Official	5357	10	0		21	1
METRO TV	4591	24	0		26	2
SDY Channel	4549	110	0		199	2
Ahmad Pablo	4459	84	0		117	1
Bapas Kelas I Jakarta Selatan	2450	126	0		31	1
PASTV Ditjenpas	1993	106	0		21	1
Sobat Virtual	1927	32	0		27	1
HUMAS RUTAN DONGGALA	281	50	0		12	1
Total	295867	4490	0		3673	34

Pada Tabel 1 terlihat bahwa terdapat 16 kanal YouTube yang aktif membahas tema reintegrasi sosial, dengan total 34 video yang dianalisis. Kanal yang paling banyak ditonton yaitu Fed FM dengan total 152.780 tayangan dari 4 video. Kanal ini mendominasi dengan keterlibatan penonton yang tinggi, terlihat dari jumlah suka sebanyak 2.701. Kanal SIPIRMAN memiliki jumlah video terbanyak, yakni 11 video, dengan total tayangan 41.271 dan jumlah komentar sebanyak 1.029, menjadikannya kanal kedua dengan interaksi tertinggi setelah Fed FM.

Kanal lain seperti KOMPASTV, KaYantah, dan tvOneNews juga menunjukkan kontribusi signifikan dengan total tayangan di atas 9.000, namun dengan jumlah komentar yang lebih rendah, menunjukkan bahwa keterlibatan di kanal-kanal ini lebih rendah dibandingkan dengan kanal utama.

Analisis lebih lanjut terhadap komentar menunjukkan bahwa interaksi pengguna di kanal-kanal ini cenderung tidak seimbang, dengan beberapa kanal memiliki interaksi yang sangat tinggi sementara yang lain relatif rendah. Fed FM dan SIPIRMAN tidak hanya mengunggah lebih banyak konten tetapi juga menarik lebih banyak keterlibatan dari audiens, yang dapat diindikasikan sebagai kanal yang lebih kredibel atau menarik bagi penonton dalam konteks diskusi tentang reintegrasi sosial.

Secara keseluruhan, kanal-kanal ini menghasilkan total 295.867 tayangan, 4.490 *suka*, dan 3.673 komentar tanpa ada indikasi ketidaksukaan (*dislike*) yang berarti. Hal ini menunjukkan bahwa topik reintegrasi sosial menarik perhatian publik dan memiliki potensi besar untuk mendorong diskusi lebih lanjut di platform digital seperti YouTube.

Analisis korelasi Pearson dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antara jumlah video yang diunggah dan berbagai indikator keterlibatan penonton, seperti total tayangan, total komentar, dan total suka.

Tabel 2

Hasil Uji Korelasi Pearson

Variabel 1	Variabel 2	Korelasi
Jumlah Video	Total Tayangan	0,44
Jumlah Video	Total Komentar	0,68
Jumlah Video	Total Suka	0,33
Total Tayangan	Total Komentar	0,92
Total Tayangan	Total Suka	0,98

Terdapat korelasi positif sedang antara jumlah video yang diunggah dengan total tayangan. Ini menunjukkan bahwa lebih banyak video yang diunggah oleh suatu kanal cenderung diikuti oleh peningkatan jumlah tayangan, namun hubungan ini tidak terlalu kuat. Faktor lain mungkin berperan dalam mempengaruhi jumlah tayangan, seperti kualitas konten atau popularitas.

Terdapat korelasi positif yang juga kuat antara jumlah video dengan total komentar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak video yang diunggah oleh suatu kanal, semakin tinggi pula kemungkinan video-video tersebut mendapatkan komentar. Ini bisa disebabkan oleh peningkatan interaksi penonton dengan banyaknya konten.

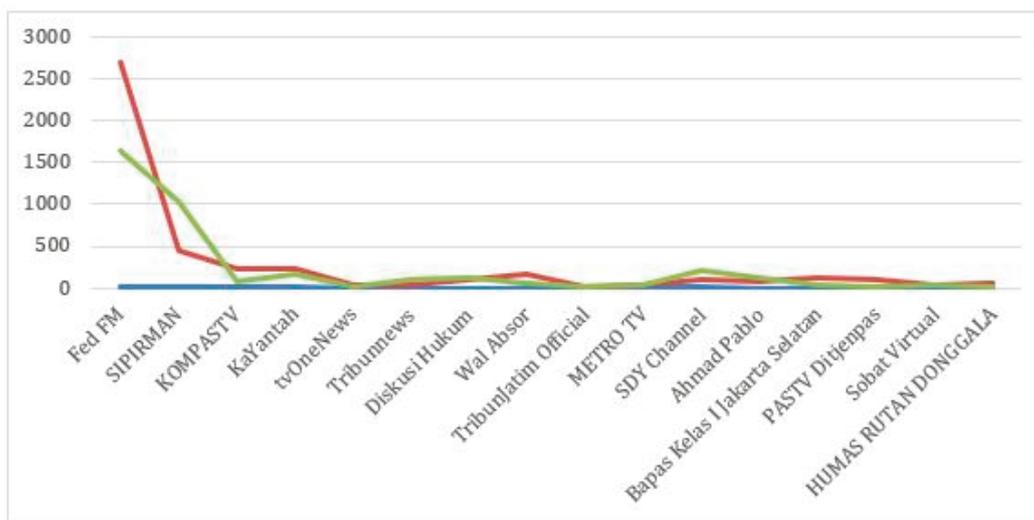
Korelasi antara jumlah video dan total *suka* yaitu positif tetapi lebih lemah dibandingkan dengan tayangan atau komentar. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada peningkatan jumlah suka seiring dengan peningkatan jumlah video, hubungan ini tidak terlalu kuat. Ini bisa berarti bahwa suka lebih dipengaruhi oleh kualitas video daripada kuantitas.

Korelasi yang sangat kuat antara total tayangan dan total komentar menunjukkan bahwa video dengan jumlah penonton lebih banyak juga cenderung mendapatkan lebih banyak komentar. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak penonton hampir selalu diiringi dengan lebih banyak interaksi dalam bentuk komentar.

Korelasi yang hampir mendekati sempurna ada pada jumlah tayangan dengan jumlah *suka*. Artinya, semakin banyak penonton yang melihat video, semakin besar kemungkinan mereka untuk memberikan *suka*, menandakan bahwa tayangan menjadi faktor utama yang mempengaruhi jumlah *suka* yang diterima.

Secara keseluruhan, hasil korelasi ini menunjukkan bahwa meskipun ada hubungan antara jumlah video yang diunggah dan keterlibatan penonton (dalam hal tayangan, suka, dan komentar), faktor kualitas konten dan jumlah tayangan tampaknya memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap seberapa banyak video tersebut dihargai oleh penonton dalam bentuk suka dan komentar.

Hasil analisis korelasi Pearson ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana frekuensi unggahan dan popularitas konten mempengaruhi interaksi publik di platform digital. Korelasi positif yang ditemukan menunjukkan bahwa peningkatan jumlah video berkaitan dengan meningkatnya jumlah tayangan, komentar, dan suka, meskipun dengan kekuatan hubungan yang bervariasi.



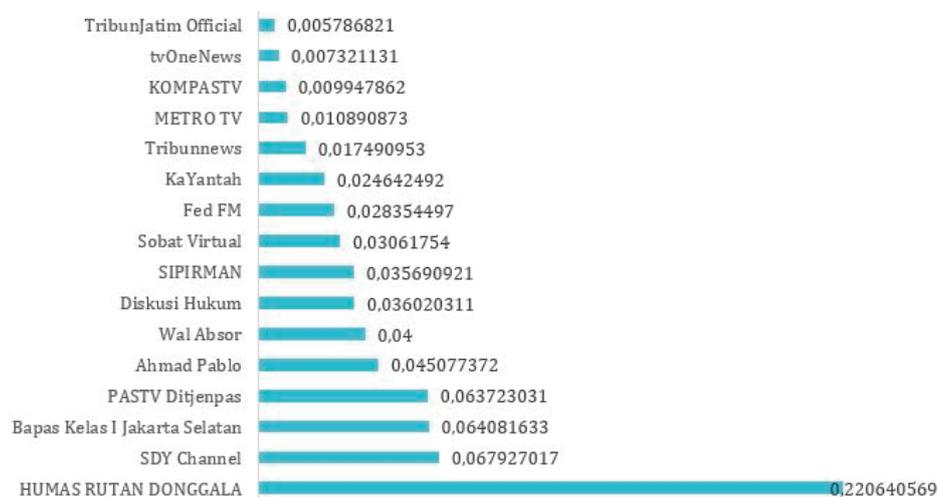
Gambar 1. Matriks Keterlibatan konten YouTube "Reintegrasi Sosial"

Gambar 1 menunjukkan perbandingan antara Total Video, Total Suka, dan Total Komentar, yang diunggah oleh berbagai kanal YouTube yang membahas topik terkait program reintegrasi sosial. Kanal Fed FM memiliki jumlah Suka dan Komentar yang jauh lebih tinggi dibandingkan lainnya, dengan 2,701 Suka dan 1,631 Komentar. Ini menunjukkan keterlibatan yang sangat kuat dari penonton terhadap konten yang diunggah oleh ini.

Pada kanal SIPIRMAN meskipun memiliki jumlah video yang signifikan (11 video), namun menunjukkan jumlah suka yang relatif rendah (144 suka), walaupun jumlah komentar yang banyak (441 komentar). Hal ini menunjukkan bahwa mungkin ada diskusi yang cukup aktif di sekitar kontennya meskipun jumlah suka rendah.

Hal menarik ada pada kanal KOMPASTV dan HUMAS RUTAN DONGGALA, yang mana kedua kanal ini memiliki keterlibatan yang lebih rendah dibandingkan dengan kanal lainnya. Kanal KOMPASTV memiliki 227 Suka dan 289 Komentar, sementara HUMAS RUTAN DONGGALA hanya memiliki 50 Suka dan 12 Komentar. Ini menunjukkan bahwa meskipun konten mereka terlihat oleh audiens, tingkat keterlibatan mungkin tidak sekuat lainnya.

Data ini menunjukkan bahwa terdapat variasi yang signifikan dalam keterlibatan penonton di berbagai kanal YouTube yang membahas topik reintegrasi sosial. Kanal seperti Fed FM dan SIPIRMAN menunjukkan keterlibatan yang tinggi, sementara lainnya cenderung memiliki keterlibatan yang lebih rendah. Ini bisa menjadi indikasi bahwa faktor seperti kualitas konten, strategi penayangan, dan relevansi topik memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan keterlibatan penonton.



Gambar 2. Tingkat keterlibatan berdasarkan tayangan

HUMAS RUTAN DONGGALA memiliki tingkat keterlibatan tertinggi sebesar 22,06%. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun jumlah tayangan relatif rendah (281 tayangan), penonton sangat terlibat dengan konten tersebut, menghasilkan 50 suka dan 12 komentar untuk satu video saja. Keterlibatan yang tinggi ini bisa menjadi indikasi bahwa konten tersebut sangat relevan atau menarik bagi audiens.

SDY Channel dan Bapas Kelas I Jakarta Selatan menunjukkan tingkat keterlibatan yang cukup baik (menengah), masing-masing sebesar 6,79% dan 6,41%. Meskipun tayangan mereka lebih tinggi dibandingkan HUMAS RUTAN DONGGALA, tingkat keterlibatan mereka lebih rendah, yang berarti keterlibatan penonton per tayangan tidak setinggi HUMAS RUTAN DONGGALA.

PASTV Ditjenpas dan Ahmad Pablo memiliki tingkat keterlibatan yang hampir sama, yaitu sekitar 6,37% dan 4,51%. Hal tersebut menggambarkan keterlibatan penonton yang moderat terhadap konten yang diunggah, dengan Ahmad Pablo sedikit lebih rendah daripada PASTV Ditjenpas.

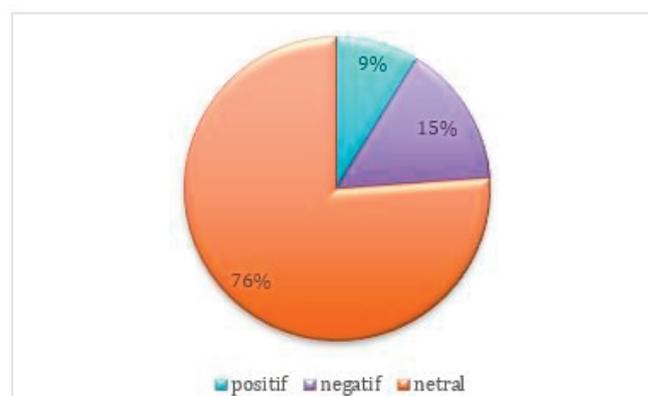
TribunJatim Official, tvOneNews, dan METRO TV yang merupakan media besar di Indonesia ternyata memiliki tingkat keterlibatan yang sangat rendah, masing-masing 0,58%, 0,73%, dan 1,09%. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun mereka memiliki jumlah tayangan yang cukup besar, keterlibatan penonton dalam bentuk suka dan komentar sangat rendah. Hal ini bisa menjadi indikasi bahwa konten tersebut berpotensi tidak terlalu menarik atau tidak relevan bagi audiens targetnya.

Fed FM meskipun memiliki jumlah total tayangan yang sangat tinggi (152.780 tayangan), dengan rata-rata tayangan per video yang sangat tinggi (38.195 tayangan per video), namun memiliki tingkat keterlibatan yang relatif rendah sebesar 2,84%. Hal tersebut bisa saja mengindikasikan bahwa meskipun banyak orang menonton kontennya, tingkat keterlibatan dalam bentuk suka dan komentar tidak sebanding dengan jumlah tayangan. Adapun, hal yang juga serupa adalah SIPIRMAN yang memiliki rata-rata tayangan per video yang cukup tinggi (3751,9 tayangan). Kedua kanal ini menunjukkan bahwa meskipun memiliki banyak tayangan, keterlibatan yang dihasilkan tidak selalu tinggi.

Distribusi Sentimen dalam Komentar Publik terhadap Reintegrasi Sosial

Analisis sentimen ini memfokuskan pada komentar yang diperoleh dari 34 video YouTube terkait program reintegrasi sosial. Meskipun metadata menunjukkan total 3.673 komentar, analisis hanya dilakukan pada komentar utama yang diunggah langsung pada konten video, sedangkan komentar yang berada dalam bentuk balasan (*nested comments*) tidak disertakan dalam analisis. Dari proses *scraping* awal, diperoleh 1.417 komentar yang kemudian melalui tahap pembersihan data, seperti penghapusan emoticon, kode HTML, dan simbol-simbol yang tidak relevan diperoleh 1.388 komentar yang layak untuk dilakukan analisis sentimen.

Proses analisis ini menggunakan pendekatan semi-supervisi, sekitar 30% komentar ditandai atau diberi label secara manual sebagai data latih. Selanjutnya, data latih ini digunakan untuk membangun model prediksi sentimen otomatis melalui algoritma K-Nearest Neighbors (K-NN) di RapidMiner, yang memungkinkan klasifikasi sentimen terhadap komentar dengan akurasi yang lebih tinggi.



Gambar 3. Hasil analisis Sentimen

Gambar 3 memperlihatkan bahwa sebagian besar komentar bernada netral, yaitu sebanyak 1.057 komentar (76%). Komentar netral ini umumnya berisi pertanyaan terkait prosedur administrasi atau peraturan yang tidak secara langsung menyinggung konten video, seperti pertanyaan mengenai syarat pengajuan PB, CB, CMB atau asimilasi. Contoh komentar netral yang sering muncul seperti, “Syarat mengajukan PB.” atau “Hukuman 20 Tahun bisa dapat remisi dan bisa PB Pak” dan banyak pertanyaan lainnya yang serupa.

Komentar dengan sentimen positif tercatat sebanyak 122 komentar (9%). Komentar positif ini umumnya berisi doa, harapan, atau ungkapan syukur dari penonton yang mendukung program reintegrasi sosial. Contoh komentar positif yang dapat ditemukan adalah, “Amin, semoga semua berjalan lancar” dan “Alhamdulillah akhirnya bebas juga, terima kasih bapak.” Komentar-komentar tersebut mencerminkan dukungan moral terhadap proses reintegrasi sosial.

Sebaliknya, terdapat 209 komentar (15%) yang memiliki sentimen negatif, yang umumnya mengandung kritik atau ketidakpuasan terhadap program reintegrasi, terutama dalam kasus koruptor atau pelaku kejahatan lain yang mendapat pembebasan bersyarat. Komentar negatif sering kali berisi ekspresi ketidakpercayaan atau kecaman, seperti: “Aneh napa koruptor bebas bersyarat...” atau “Maling uang sudah keluar.” Komentar-komentar negatif ini menunjukkan adanya resistensi dan pandangan negatif terhadap kebijakan pembebasan bersyarat yang diterapkan.

Tabel 3.
Hasil Analisis Sentimen berdasarkan Kanal

	Negatif	Positif	Netral	Total
Fed FM	59	22	601	682
SIPIRMAN	22	4	239	265
Diskusi Hukum	3	0	40	43
Ahmad Pablo	3	0	35	38
SDY Channel	18	7	38	63
KaYantah	4	5	59	68
Wal Absor	0	3	23	26
KOMPASTV	40	20	6	66
Bapas Kelas I Jakarta Selatan	2	26	2	30
Sobat Virtual	0	0	12	12
tvOneNews	12	3	2	17
PASTV Ditjespas	1	20	0	21
TribunJatim	20	0	0	20
METRO TV	25	0	0	25
HUMAS RUTAN DONGGALA	0	12	0	12
TOTAL	209	122	1057	1388

Secara keseluruhan, hasil analisis ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat dukungan dan harapan positif dari sebagian penonton, mayoritas interaksi di platform YouTube bersifat netral dan bersifat informatif. Akan tetapi, sentimen negatif tetap hadir dan mencerminkan ketidakpuasan publik terhadap kebijakan reintegrasi sosial, khususnya dalam konteks tertentu seperti kasus korupsi. Temuan ini menyoroti pentingnya penyusunan strategi komunikasi publik yang lebih efektif untuk meningkatkan pemahaman dan dukungan terhadap program reintegrasi sosial.

juga subjektif, yang memberikan dimensi tambahan bagi publik untuk memahami konteks yang lebih kompleks.

Gambar 4 mencerminkan bagaimana jenis-jenis konten yang berbeda dapat bekerja bersama untuk menyediakan gambaran yang komprehensif tentang isu-isu hukum, khususnya reintegrasi sosial. Terdapat kombinasi konten dari edukasi yang informatif, berita terkini, dan wawancara mendalam yang dapat membangun pemahaman publik yang lebih baik tentang sistem hukum dalam konteks reintegrasi sosial. Publik tidak hanya menerima informasi, tetapi juga didorong untuk memahami konteks yang lebih luas dan mempertimbangkan berbagai perspektif.

Penyampaian informasi melalui berbagai jenis konten dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, memastikan bahwa informasi mencapai berbagai segmen masyarakat dengan cara yang paling relevan bagi mereka. Integrasi ini memungkinkan penyampaian informasi yang lebih holistik dan efektif, memberikan publik tidak hanya pengetahuan dasar, tetapi juga wawasan mendalam dan pembungkahan isu yang lebih luas. Hasil akhir yang diharapkan adalah peningkatan pemahaman dan kesadaran publik terhadap isu-isu yang signifikan dalam sistem hukum, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi persepsi dan tindakan audiens yang melihat konten pada platform YouTube terkait reintegrasi sosial.

Secara keseluruhan, ketiga tema ini dapat membantu penonton YouTube untuk memahami program reintegrasi sosial yang diterapkan di Indonesia. Akan tetapi faktanya, dari 177 video yang terkait dengan reintegrasi sosial, hanya 34 video saja yang memiliki komentar yang cukup untuk dianalisis. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konten terkait reintegrasi sosial dapat mencapai visibilitas melalui media sosial, bukan berarti menciptakan diskursif yang mendorong interaksi aktif. Menurut teori DOS, informasi yang disajikan bukan hanya seputar validitas dan kredibilitas konten, tetapi juga bagaimana narasi tersebut dikemas agar lebih resonan dan relevan dengan audiens. Oleh karena itu, diperlukan strategi diskursif yang lebih kreatif dan menarik untuk meningkatkan keterlibatan publik.

Kesimpulan

Eksplorasi terhadap keterlibatan penonton pada kanal YouTube yang membahas topik reintegrasi sosial menunjukkan bahwa meskipun topik ini menarik perhatian publik, tingkat partisipasi aktif penonton dalam bentuk suka dan komentar tidak selalu sebanding dengan jumlah tayangan. Kanal-kanal seperti Fed FM dan SIPIRMAN sangat menonjol dalam hal jumlah tayangan, tetapi tingkat keterlibatan mereka tetap rendah, menandakan bahwa visibilitas konten tidak serta-merta mendorong diskusi yang mendalam atau interaksi yang lebih aktif. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas konten, strategi penayangan, dan relevansi topik merupakan faktor penting yang mempengaruhi sejauh mana audiens terlibat secara aktif.

Lebih jauh, analisis sentimen terhadap komentar menunjukkan bahwa sebagian besar penonton memberikan respons netral yang cenderung administratif, sedangkan komentar dengan sentimen negatif, meskipun lebih sedikit, menyoroti ketidakpuasan publik terhadap kebijakan reintegrasi sosial, terutama dalam kasus-kasus yang kontroversial seperti korupsi. Hal tersebut mengindikasikan adanya resistensi di masyarakat terhadap penerapan kebijakan tersebut, sehingga perlu diperhatikan dalam merumuskan kebijakan masa depan.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan perlunya strategi komunikasi yang lebih kreatif dan relevan untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat diskusi publik tentang reintegrasi sosial pada platform digital. Pengembangan narasi yang resonan dengan audiens dan relevan dengan isu-isu yang dihadapi masyarakat menjadi kunci dalam memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam diskusi kebijakan publik. Dengan demikian, temuan ini berkontribusi pada pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih efektif dalam konteks pembahasan kebijakan reintegrasi sosial.

Implikasi

Penelitian ini menunjukkan bahwa YouTube dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan edukasi publik tentang program reintegrasi sosial. Perlunya meningkatkan kualitas konten, interaksi, dan promosi di kanal lain untuk mengoptimalkan keterlibatan penonton sebagai Implikasi bagi kebijakan dan strategi komunikasi. Temuan ini juga menyoroti pentingnya pendekatan yang lebih partisipatif dan relevan dengan isu masyarakat dalam pembuatan konten untuk memperkuat dukungan dan kepercayaan publik terhadap program reintegrasi sosial. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali pengaruh kualitas narasi terhadap keterlibatan publik dan mengidentifikasi strategi yang efektif dalam memfasilitasi diskusi kebijakan pada platform digital.

Referensi

- Abbas, A., Zhou, Y., Fordham University, Deng, S., Shanghai International Studies University, Zhang, P., & Shanghai Jiaotong University. (2018). Text Analytics to Support Sense-Making in Social Media: A Language-Action Perspective. *MIS Quarterly*, 42(2), 427–464. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2018/13239>
- Boréus, K., Bradley, K., & Tornhill, S. (2024). Breaking through banal consumerism? Representations of postconsumerist perspectives in mainstream press media. *Journal of Consumer Culture*, 24(1), 155–174. <https://doi.org/10.1177/14695405231199294>
- Guo, J., & Chen, H.-T. (2022). How does political engagement on social media impact psychological well-being? Examining the mediating role of social capital and perceived social support. *Computers in Human Behavior*, 133, 107248. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107248>
- Hidayati, I. (2018). The Role of Social Media on Migration Decision-Making Processes: Case of Indonesian Student in University of Groningen. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(1), 515. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.38010>
- Idris, I. K. (2018). Government Social Media in Indonesia: Just Another Information Dissemination Tool. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 337–356. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3404-20>
- Indra, L. N., Gita Sukmono, F., & Kurniawan, D. (2022). *The Function of Social Media in Creating Participatory Based Government Policies in Indonesia*. Human Interaction & Emerging Technologies (IHJET 2022): Artificial Intelligence & Future Applications. <https://doi.org/10.54941/ahfe1002761>
- Iqbal, H. (2023). *The Role of the Media in Shaping Public Opinion: An In-depth Analysis*. 1(2).
- Koopmans, R., & Olzak, S. (2004). Discursive Opportunities and the Evolution of Right-Wing Violence in Germany. *American Journal of Sociology*, 110(1), 198–230. <https://doi.org/10.1086/386271>
- Koopmans, R., & Statham, P. (1999). Political Claims Analysis: Integrating Protest Event and Political Discourse Approaches. *Mobilization: An International Quarterly*, 4(2), 203–221. <https://doi.org/10.17813/maiq.4.2.d759337060716756>
- Latif, D., Samad, M. A., Rinawulandari, R., & Kadir, S. A. (2024). Social Media in Shaping Public Opinion Roles and Impact: A Systematic Review. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(2), 205–223. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4002-12>
- Lee, F. L., & Fong, I. W. (2023). The construction and mobilization of political consumerism through digital media in a networked social movement. *New Media & Society*, 25(12), 3573–3592. <https://doi.org/10.1177/14614448211050885>
- Lee, J., & Abidin, C. (2023). Introduction to the Special Issue of “TikTok and Social Movements.” *Social Media + Society*, 9(1), 205630512311574. <https://doi.org/10.1177/20563051231157452>
- Madsen, V. T. (2022). Making sense of internal social media and participatory communication: Exploring the employee perspective in a change process in a public sector organization. *Journal of Communication Management*, 26(4), 420–435. <https://doi.org/10.1108/JCOM-01-2022-0002>

- Majumder, N., Hazarika, D., Gelbukh, A., Cambria, E., & Poria, S. (2018). Multimodal sentiment analysis using hierarchical fusion with context modeling. *Knowledge-Based Systems*, *161*, 124–133. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2018.07.041>
- Mäntylä, M. V., Graziotin, D., & Kuuttila, M. (2018). The evolution of sentiment analysis—A review of research topics, venues, and top cited papers. *Computer Science Review*, *27*, 16–32. <https://doi.org/10.1016/j.cosrev.2017.10.002>
- Mintarsih, A. R. (2019). Facebook, Polymedia, Social Capital, and a Digital Family of Indonesian Migrant Domestic Workers: A Case Study of The Voice of Singapore’s Invisible Hands. *Migration, Mobility, & Displacement*, *4*(1), 65–83. <https://doi.org/10.18357/mmd41201918971>
- Molaei, H. (2015). Discursive opportunity structure and the contribution of social media to the success of social movements in Indonesia. *Information, Communication & Society*, *18*(1), 94–108. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.934388>
- Myrczik, J., Kajta, J., Buckenleib, A., Karolak, M., Liedtke, M., Mrozowicki, A., & Trappmann, V. (2024). Becoming a young radical right activist: Biographical pathways of the members of radical right organisations in Poland and Germany. *Current Sociology*, 00113921241239644. <https://doi.org/10.1177/00113921241239644>
- Noor, H. (2024). From Villain to Hero: The Role of Disengaged Terrorists in Social Reintegration Initiatives. *Politics and Governance*, *12*, 7838. <https://doi.org/10.17645/pag.7838>
- Paul, J., Lim, W. M., O’Cass, A., Hao, A. W., & Bresciani, S. (2021). Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews (SPAR-4-SLR). *International Journal of Consumer Studies*, *45*(4). <https://doi.org/10.1111/ijcs.12695>
- Qadri, M. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN OPINI PUBLIK. *Qaumiyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, *1*(1), 49–63. <https://doi.org/10.24239/qaumiyah.v1i1.4>
- Santi, I. N., & Fadjar, A. (2020). The Function of Social Media as a Promotion Tool for Tourism Destinations. *Proceedings of the 3rd Asia Pacific International Conference of Management and Business Science (AICMBS 2019)*. 3rd Asia Pacific International Conference of Management and Business Science (AICMBS 2019), Batu, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200410.020>
- Xiao, L., Chu, F., Mao, J., Yang, J., & Liu, Z. (2024). How Does New Media Shape the Sense of Belonging and Social Identity? The Social and Psychological Processes of Sustainable Successful Reintegration for Rehabilitated People. *Sustainability*, *16*(18), 7958. <https://doi.org/10.3390/su16187958>
- Zhao, X., Zhan, M., & Jie, C. (2018). Examining multiplicity and dynamics of publics’ crisis narratives with large-scale Twitter data. *Public Relations Review*, *44*(4), 619–632. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.07.004>