

ABSTRAK

Nama : Chendy Oktoviani Putri
NIM : 44220010100
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Opini Publik Mengenai Isu Desain Ibu Kota Baru 2045 “*Future Smart Forest City*” (Analisis Isi Kuantitatif Kolom Komentar Akun Instagram @folkative pada 21 Oktober 2022)
Pembimbing : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

Media sosial digunakan untuk mengirim atau menyampaikan pesan secara bebas, seperti pada postingan akun Instagram @folkative mengenai Isu Desain Ibu Kota Baru 2045 “*Future Smart Forest City*” pada periode 21 Oktober 2022 terdapat beragam pesan dari publik. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisa opini publik yang berisikan netral, positif, dan negatif dalam postingan tersebut.

Opini publik merupakan sudut pandang setiap individu mengenai suatu persoalan hingga opini publik ini dapat memberikan pengaruh terhadap instansi, dapat dipahami bahwa opini publik digunakan untuk mendukung, netral, maupun menentang adanya suatu isu yang muncul. Adapun lima penelitian terdahulu yang peneliti temukan sesuai dengan konsep dan metode penelitian ini.

Paradigma yang digunakan adalah positivisme dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Teknik penarikan sampel menggunakan random sampling, dengan populasi sebanyak 3.637 komentar, lalu dihitung Rumus Taro Yamane hingga menghasilkan sampel sebanyak 360 komentar. Kemudian diuji validitas dan reliabilitas antar *coder* dengan rumus Hostly.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam postingan akun Instagram @folkative didominasi oleh opini negatif dengan jumlah 158 komentar (43,9%), netral 120 komentar (33,3%), dan positif 82 komentar (22,8%). Dengan sub dimensi tiga gaya bahasa yang paling banyak muncul adalah ironi 157 (44%), sarkasme 106 (29%), dan sinisme 97 (27%). Banyak dari masyarakat yang tidak setuju dengan adanya pemindahan dan isu desain tersebut, masyarakat beranggapan bahwa kebijakan tersebut bukan hal utama yang harus dilakukan pemerintah. Konsep opini publik dapat digunakan untuk melakukan media monitoring guna memantau suatu informasi yang disampaikan berdampak baik atau buruk.

Kata Kunci: Opini Publik, Gaya Bahasa Sindiran, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Name : Chendy Oktoviani Putri
NIM : 44220010100
Study Program : Communication Science
Thesis Title : *Public Opinion Regarding the Design Issue of the New Capital City 2045 "Future Smart Forest City" (Quantitative Content Analysis of the Comment Column of the @folkative Instagram Account on October 21, 2022)*
Counsellor : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

Social media is used to send or convey messages freely, such as in the post of the @folkative Instagram account regarding the 2045 New Capital City Design Issue "Future Smart Forest City" in the period of October 21, 2022, there are various messages from the public. This study aims to analyze public opinion that contains neutral, positive, and negative in the post.

Public opinion is the point of view of every individual regarding a problem so that this public opinion can have an influence on the agency, it can be understood that public opinion is used to support, neutralize, or oppose the existence of an issue that arises. The five previous studies that the researcher found are in accordance with the concept and method of this research.

The paradigm used is positivism with a quantitative content analysis research method. The sampling technique used random sampling, with a population of 3,637 comments, then calculated the Taro Yamane Formula to produce a sample of 360 comments. Then the validity and reliability between coders are tested with Hostly formulas.

The results of the study show that in Instagram account posts, @folkative is dominated by negative opinions with a total of 158 comments (43.9%), neutral 120 comments (33.3%), and positive 82 comments (22.8%). With the three sub-dimensions of the most common language styles, irony 157 (44%), sarcasm 106 (29%), and cynicism 97 (27%). Many people do not agree with the relocation and the design issue, the community thinks that the policy is not the main thing that the government must do. The concept of public opinion can be used to conduct media monitoring to monitor whether the information conveyed has a good or bad impact.

Keywords: *Public Opinion, Insinuation Language Style, Social Media, Instagram*