

**OPINI PUBLIK MENGENAI ISU**  
**“MEGAWATI TAK MAU ASAL PILIH CAWAPRES UNTUK GANJAR”**  
**DALAM MEDIA INSTAGRAM @narasnewsroom(Analisis isi Komentar**  
**Instagram @narasnewsroom Pada 3 JUNI 2023)**



**Annisa Nur Aida**

**44220010067**

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**  
**(2023)**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Nur Aida  
NIM : 44220010067  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Opini Publik Isu “Megawati Tak Asal Mau Pilih Cawapres Untuk Ganjar” Dalam Media Instagram @narasinewsroom(Analisis isi komentar Instagram @narasinewsroom Pada 3 Juni 2023)

Menyatakan bahwa laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat,serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat,maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta,29 July 2024



Annisa Nur Aida

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Annisa Nur Aida  
NIM : 44220010067  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Opini Publik Isu “Megawati Tak Asal Mau Pilih Cawapres Untuk Ganjar” Dalam Media Instagram @narasinewsroom (Analisis isi komentar Instagram @narasinewsroom Pada 3 Juni 2023)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh :

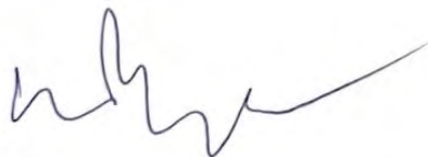
Pembimbing 1 : Dr.Nurhayani Saragih,M.Si (  )  
NIDN : 03100116901  
Ketua Penguji : Suryaning Hayati,MM,M.Ikom (  )  
NIDN : 0322088201  
Penguji Ahli : Mochamad Taufiq Hidayat M.I.kom (  )  
NIDN : 8834360018

Jakarta, 2024

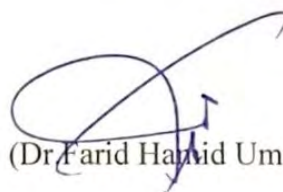
Mengetahui,

Dekan Fakultas Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof.Dr.Ahmad Mulyana,M.Si)



(Dr.Farid Haidid Umarella,M.Si)



## HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Nur Aida  
NIM : 44220010067  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Opini Publik Isu “Megawati Tak Asal Mau Pilih Cawapres Untuk Ganjar” Dalam Media Instagram @narasinewsroom (Analisis isi komentar Instagram @narasinewsroom Pada 3 Juni 2023)

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/formalkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 July 2024



Annisa Nur Aida

## ABSTRAK

Nama : Annisa Nur Aida  
NIM : 4420010067  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Opini Publik Isu “Megawati Tak Asal Mau Pilih Cawapres Untuk Ganjar” Dalam Media Instagram @narasinewsroom (Analisis isi komentar Instagram @narasinewsroom Pada 3 Juni 2023)  
Pembimbing : Dr.Nurhayani Saragih,M.Si

Media Sosial merupakan alat atau sarana untuk bertukar informasi dengan mudah melalui teknologi internet sehingga alat media yang tidak dapat diabaikan. Platform media sosial yang banyak menghasilkan opini publik mengenai isu yang kerap terjadi di lingkungan sosial maupun di pemerintahan adalah Instagram. Instagram dapat memberikan perspektif yang unik dalam menilai bagaimana merespon isu-isu pemerintahan, menyebarkan tentang kegiatan yang dilakukan pemerintah, dan mengekspresikan beragam pendapat.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisa Opini Publik pada postingan “Megawati Tak Asal Mau Pilih Cawapres Untuk Ganjar” Dalam Media @narasinewsroom periode 3 Juni 2024. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan konsep Opini Publik dikategorikan menjadi Opini Positif, Opini Negatif dan Opini Netral.

Paradigma yang digunakan Positivisme, dengan metode penelitian yang menggunakan analisis isi kuantitatif. Unit analisis penelitian ini adalah teks komentar-komentar, yang dianalisis secara per komentar, dengan konsep opini publik sebagai operasionalisasi. Populasi penelitian ini terdiri dari 1.100 komentar, sementara sampelnya 293 komentar yang di pilih secara acak. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik random sampling. Validitas dan reliabilitas data diuji dengan menggunakan antar dua coder dengan menggunakan rumus Hostly.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa total 293 komentar yang dianalisis, sebanyak 59 komentar (17%) menyatakan positif yang mendukung Sikap Megawati yang menolak pemilihan calon wakil presiden yang sembrono untuk Ganjar. Disisi lain, sebanyak 217 Komentar (77%) yang merupakan opini negatif yang ketidaksetujuan dalam sikap megawati yang menolak cara pemilihan calon wakil presiden untuk ganjar. Opini netral yang menunjukkan hasil frekuensi sebanyak 17 komentar atau (6%) yang dianggap netral, yang tidak mengandung kata-kata positif maupun negatif. Dari segi gaya bahasa, sinisme menjadi sub-dimensi yang paling mendominasi, muncul 217 komentar (77%) dari Opini negatif.

Banyak dari masyarakat mengekspresikan ketidakpercayaan dan penolakan terhadap keputusan Megawati yang terkesan sembarangan dalam pemilihan calon wakil presiden untuk Ganjar. terutama hal ini, terkait dengan keraguan mereka terhadap alasan dan motif dibalik pernyataan Megawati tersebut.

**Keywords : Public Relations, New media, Media Social, Opini Publik, Gaya Bahasa**

## ABSTRACT

Name : Annisa Nur Aida  
NIM : 4420010067  
Study Program : Communication Sciences  
Thesis report title : Public Opinion Issue “Megawati Not Originally Wanted to Choose Cawapres For Ganjar” In Instagram Media @narasinewsroom(Instagram Commentary Analysis @ Narasinewroom On June 3, 2023)  
Counsellor : Dr.Nurhayani Saragih, M.Si

Social Media is a tool or means to exchange information easily through internet technology so that media tools that cannot be ignored. Social media platforms that generate a lot of public opinion about issues that often occur in the social environment and in government are Instagram. Instagram can provide a unique perspective in assessing how to respond to government issues, spread about activities carried out by the government, and express various opinions.

The purpose of this study is to analyze public opinion on the post “Megawati does not want to choose a vice president for Ganjar” in the @narasinewsroom media for the period June 3, 2024. In this study, researchers used the concept of Public Opinion categorized into Positive Opinion, Negative Opinion and Neutral Opinion.

The paradigm used is Positivism, with a research method that uses quantitative content analysis. The unit of analysis of this research is the text of comments, which are analyzed per comment, with the concept of public opinion as operationalization. The population of this study consisted of 1,100 comments, while the sample was 293 comments which were randomly selected. The data collection technique used was random sampling technique. The validity and reliability of the data were tested using between two coders using the Hostly formula.

The results showed that a total of 293 comments were analyzed, as many as 59 comments (17%) expressed positively in favor of Megawati's attitude that rejected the frivolous selection of vice presidential candidates for Ganjar. On the other hand, as many as 217 comments (77%) were negative opinions that disagreed with Megawati's attitude that rejected the way of selecting vice presidential candidates for Ganjar. Neutral opinions that showed frequency results were 17 comments or (6%) which were considered neutral, which did not contain positive or negative words. In terms of language style, cynicism is the most dominating sub-dimension, appearing in 217 comments (77%) of negative opinions.

Many of the people expressed distrust and rejection of Megawati's seemingly haphazard decision in selecting a vice-presidential candidate for Ganjar. This is mainly related to their doubts about the reasons and motives behind Megawati's statement

**Keywords:** Public Relations, New media, Media Social, Public Opinion, Language Style

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Opini Publik Mengenai Isu Megawati Tak mau Asal Pilih cawapres Untuk Ganjar dalam media Instagram @narasinewsroom Periode 3 juni 2023” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi universitas Mercubuana.

Dalam penyelesaian studi dan penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran bimbingan serta dukungan semua pihak yang terlibat, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang mendukung penulis menyelesaikan penelitian ini baik materi maupun moral.

Tak lupa, Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr, Nurhayani Saragih, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi penelitian ini yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan Laporan Skripsi.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Irmulansati. T, SH, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang merupakan dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberikan dukungan serta arahan kepada peneliti selama menjalani aktivitas studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana.
5. Bapak kurniawan Prasetyo, S.Ikom., M.Ikom, selaku Coder 1 Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi coder analisis dalam menjalankan Laporan Penelitian Skripsi yang di susun oleh Peneliti
6. Kak Coryta Ayunatika, selaku Coder 2 Social Media Associate IDN Pictures yang telah bersedia meluangkan waktunya sebagai Coder analisis dalam laporan Skepsi yang disusun oleh peneliti.

7. Suryaning Hayati, MM, M.Ikom selaku Ketua Sidang yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan serta untuk menguji Laporan skripsi ini.
8. Mochammad Taufiq Hidayat M.IKom selaku Penguji Sidang yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan serta untuk menguji Laporan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi *Public Relations* pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu, bimbingan dan dukungan, serta saran dan motivasi kepada peneliti selama di dalam maupun di luar perkuliahan.
10. Kepada Seluruh Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung dan membantu laporan Skripsi ini.
11. Terimakasih kepada kedua orangtua peneliti Bapak Sumarno dan Ibu Tri lestari yang senantiasa memberikan support dan doa kepada peneliti untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
12. Terimakasih kepada Kakak dan Adik saya yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti selama menyusun Laporan Skripsi ini.
13. Kepada seseorang yang bersama penulis dan tidak bisa penulis sebut namanya. Terimakasih untuk patah hati yang di berikan saat proses penyusunan skripsi ini. Ternyata perginya anda dari kehidupan penulis berikan cukup motivasi untuk terus maju dan proses menjadi pribadi yang mengerti apa itu pengalaman, pendewasaan dan sabar.
14. Terimakasih kepada Speneliti di dalam kampus yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam mengerjakan laporan Skripsi ini.
15. Terimakasih kepada Salimah Hidayat, Tarisa Aulia Rahma dan Syiva Safitri yang telah menjadi *Support System* dalam memberikan motivasi dan dukungan, doa serta semangat dalam mengerjakan Laporan Skripsi ini.
16. *Last but no least*. Terimakasih kasih untuk diri sendiri karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha untuk tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa di bilang tidaklah mudah. Terimakasih karena sudah bertahan dan berjuang hingga saat ini.

Jakarta, 29 Juli 2024

Annisa Nur Aida



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI .....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Kegunaan Penelitian .....	18
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	18
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>20</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Kajian Teoritis .....	22
2.2.1 Komunikasi .....	22
2.2.2 Opini Publik .....	25
2.2.3 Computer Mediated Communication (CMC) .....	27
2.2.4 Public Relations .....	27
2.2.5 Political Public Relations .....	30
2.2.5.1 Media Monitoring.....	32
2.2.6 New Media .....	34
2.2.6.2 Media sosial.....	37
2.2.6.3 Instagram .....	38
2.2.7 Gaya Bahasa .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	44
3.2 Metode Penelitian .....	45
3.3 Analisis Isi .....	46

3.4 Populasi Dan Sampel.....	50
3.4.1 Populasi.....	51
3.4.2 Sampel.....	51
3.5 Teknik Penarikan Sampel .....	54
3.6 Operasionalisasi Konsep .....	55
3.7 Unit Analisis.....	58
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	59
3.9 Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.10 Teknik Analisis Data .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Gambar Umum Objek Penelitian.....	65
4.1.2 Profile Instagram @Narasinewsroom .....	65
4.2 Hasil Penelitian.....	67
4.3 Pembahasan .....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan .....	87
5.2 Saran .....	88
5.2.1 Saran Akademis.....	89
5.2.2 Saran Praktis.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	19
<b>Tabel 3.1</b> Operasionalisasi Konsep Penelitian.....	56
<b>Tabel 3.2</b> Unit Analisi Gaya Bahasa Sindiran Dalam Instagram .....	58
<b>Tabel 4.1</b> Frekuensi Opini pada isi komentar postingan .....	68



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar I. 1</b> Pengguna Sosial Media Di Indonesia Hingga Januari 2021.....	4
<b>Gambar I. 2</b> Screenshoot Instagram Narasinewsroom Postingan Megawati.....	8
<b>Gambar I. 3</b> Screen Shoot Poltracking Indonesia.....	11
<b>Gambar I. 4</b> Screen Shoot Komentar Instagram Narasinewsroom .....	13
<b>Gambar 3.1</b> Populasi penelitian.....	52
<b>Gambar 3.2</b> Contoh sampel komentar positif .....	53
<b>Gambar 3.3</b> Contoh Sampel komentar Negatif.....	54
<b>Gambar 3.3</b> Contoh Sampel komentar Netral.....	54
<b>Gambar 4.1</b> Instagram dan Postingan @Narasinewsroom .....	66
<b>Gambar Diagram 4.1</b> Gaya Bahasa Sinisme.....	71
<b>Gambar Diagram 4.2</b> Gaya Bahasa Sarkasme.....	74
<b>Gambar Diagram 4.3</b> Gaya Bahasa Ironi .....	76
<b>Gambar Diagram 4.2</b> Kategori Gaya Bahasa.....	79

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Coding Sheet Coder 1 .....	<b>95</b>
<b>Lampiran 2.</b> Coding Sheet Coder 2.....	<b>100</b>
<b>Lampiran 3.</b> TABEL INDUK.....	<b>105</b>
<b>Lampiran 4.</b> Curriculum Vitae.....	<b>132</b>

