



Analisis Sentimen Masyarakat Indonesia Terhadap Kebijakan Program Tapera Menggunakan Brand24

Dyah Ratna Rohmania*¹, Rohmad Abidin²

^{1,2}Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Pekalongan, Indonesia

E-mail : dyah.ratna.rohmania@mhs.uingusdur.ac.id*

*Penulis Korespondensi

Received 16 August 2024; Revised 27 November 2024; Accepted 29 November 2024

Abstrak - Kebijakan Program Tapera bertujuan untuk membantu masyarakat berpenghasilan rendah di Indonesia dalam memiliki rumah layak huni. Namun, kebijakan ini memicu berbagai reaksi dari masyarakat, khususnya terkait beban potongan gaji yang diberlakukan kepada peserta program. Penelitian ini menganalisis sentimen masyarakat Indonesia terhadap kebijakan program Tabungan Perumahan Rakyat (Tapera) melalui platform Brand24, yang memantau opini masyarakat dari berbagai media sosial dan situs berita. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan netnografi, menggunakan observasi non-partisipasi dan data sekunder dari internet. Data dikumpulkan dari 14 Mei hingga 13 Juni 2024 untuk mengidentifikasi persepsi masyarakat, apakah bersifat positif atau negatif. Hasil penelitian menunjukkan dominasi sentimen negatif sebesar 86% yang mengindikasikan ketidakpuasan masyarakat terhadap kebijakan Tapera. Media sosial memainkan peran dominan dalam penyebaran informasi mengenai kebijakan program Tapera, dengan media sosial berita memiliki jumlah data tertinggi. Youtube menjadi platform paling berpengaruh dalam penyebaran informasi terkait Tapera, sementara Metro TV tercatat sebagai profil publik yang paling aktif. Puncak aktivitas terkait Tapera terjadi pada periode 2-8 Juni 2024 dengan 10.590 *mentions* dan *reach* mencapai 145 juta. Tingginya sentimen negatif menunjukkan kebijakan Tapera dianggap kurang sesuai oleh sebagian masyarakat, dengan banyak kritikan terkait pemotongan gaji yang dirasa memberatkan.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Tapera, Brand24.

Abstract - The Tapera Program Policy aims to help low-income communities in Indonesia own decent housing. However, this policy has sparked various reactions from the public, especially concerning the salary deductions imposed on program participants. This study analyzes Indonesian public sentiment towards the Tapera Program Policy through the Brand24 platform, which monitors public opinion across social media and news sites. The research uses a descriptive qualitative method with a netnographic approach, applying non-participant observation and secondary data from the internet. Data was collected from May 14 to June 13, 2024, to identify public perceptions, whether positive or negative. The results show a dominant negative sentiment of 86%, indicating public dissatisfaction with the Tapera policy. Social media plays a dominant role in disseminating information about the Tapera program, with news-based social media yielding the most data. YouTube emerged as the most influential platform in spreading information related to Tapera, while Metro TV was recorded as the most active public profile. The peak of Tapera-related activity occurred between June 2 and 8, 2024, with 10,590 *mentions* and a *reach* of 145 million. The high level of negative sentiment indicates that the Tapera policy is seen as unsuitable by some members of the public, with many criticisms regarding the salary deductions that are perceived as burdensome.

Keywords: Sentiment Analysis, Tapera, Brand24.



1. PENDAHULUAN

Kebutuhan dasar yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia meliputi kebutuhan akan pangan, papan, dan sandang. Kebutuhan akan papan di sini merujuk pada kebutuhan akan rumah sebagai tempat berlindung dari perubahan cuaca dan sebagai salah satu syarat fundamental bagi manusia. Namun, kenyataannya tidak semua orang memiliki kemampuan untuk memiliki rumah (Tania et al., 2021). Sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia, idealnya rumah harus dimiliki oleh setiap keluarga, terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah dan bagi masyarakat yang tinggal di kawasan perkotaan yang padat penduduk. Dalam hal ini, pemerintah memiliki tanggung jawab untuk mendukung masyarakat dengan menyediakan fasilitas dan kebijakan yang mempermudah akses kepemilikan rumah. Upaya ini mencakup berbagai program bantuan, subsidi, dan kemudahan perizinan yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap keluarga memiliki kesempatan untuk memiliki tempat tinggal yang layak dan terjangkau (Ramadhanianto & Ubadillah, 2024). Pemenuhan kebutuhan akan rumah adalah amanat dari UUD 1945 dan merupakan hak asasi manusia yang dijamin oleh Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia. Pasal 40 undang-undang tersebut menyatakan bahwa "Setiap orang berhak untuk tempat tinggal serta kehidupan yang layak." (Asril et al., 2022).

Masalah kepemilikan rumah di Indonesia menjadi tantangan serius yang membutuhkan solusi segera, terutama di tahun-tahun mendatang. Saat ini, terdapat ketimpangan antara jumlah masyarakat yang membutuhkan rumah dan kemampuan pemerintah dalam membangun rumah baru untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kesenjangan ini memperlihatkan bahwa permintaan akan rumah jauh melebihi pasokan yang tersedia. Selain itu, berbagai faktor seperti pertumbuhan populasi, urbanisasi yang cepat, dan keterbatasan lahan di perkotaan semakin memperumit kondisi ini (Haviazahra & Sebyar, 2024). Berdasarkan data dari Survei Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2021, masih terdapat kesenjangan dalam kepemilikan rumah yang layak huni di Indonesia. Tercatat sekitar 12,71 juta rumah tangga masih tinggal di hunian yang tidak memenuhi standar kelayakan, seperti dari segi keselamatan atau fasilitas dasar yang memadai. Kondisi ini tidak hanya mencerminkan tantangan dalam hal ketersediaan perumahan, tetapi juga menggambarkan tingginya jumlah masyarakat Indonesia yang hidup dalam kondisi yang jauh dari standar hidup layak. Kesenjangan ini diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan tingginya pertumbuhan kebutuhan hunian baru setiap tahunnya. Setiap tahun, ada tambahan permintaan perumahan sebanyak 700.000 hingga 800.000 unit yang muncul dari keluarga-keluarga baru, baik yang terbentuk dari pasangan baru maupun yang migrasi dari wilayah lain (Heriyanti et al., 2024).

Di Indonesia, masyarakat dikelompokkan berdasarkan tingkat pendapatannya ke dalam 10 desil. Desil 1 hingga 4 mencakup orang-orang yang berpenghasilan sekitar Rp 1.200.000, Rp 1.800.000, Rp 2.200.000, dan Rp 2.600.000 per bulan. Kelompok ini sering mengalami kesulitan dalam mengakses perumahan layak karena keterbatasan kemampuan finansial. Untuk membantu kelompok masyarakat berpenghasilan rendah ini, pemerintah mengalokasikan anggaran khusus untuk program perumahan, yang dikelola oleh Kementerian Sosial. Selain itu, program Tapera dirancang untuk menjangkau kelompok masyarakat berpenghasilan menengah yang memiliki kemampuan membayar melalui skema cicilan. Kelompok sasaran utama Tapera adalah masyarakat yang memerlukan bantuan pembiayaan dari pemerintah meskipun dapat mencicil secara bertahap. Masyarakat yang termasuk dalam desil 5 hingga 8 yaitu dengan pendapatan antara Rp 3.100.000 hingga Rp 5.200.000 perbulan. Sedangkan untuk kelompok dengan pendapatan yang lebih tinggi, yaitu masyarakat yang berasal diatas desil 8 dengan penghasilan bulanan Rp 7.000.000 hingga Rp 13.900.000, manfaat dari program



ini lebih terbatas. Pemerintah hanya menyediakan manfaat berupa hari tua, tanpa bantuan langsung untuk perumahan, mengingat kelompok ini umumnya dianggap lebih mampu memenuhi kebutuhan hunian secara mandiri (Soeprpto, 2021).

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2024 tentang perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2020 mengenai penyelenggaraan Tabungan Perumahan Rakyat (Tapera) saat ini menjadi sorotan masyarakat. Kebijakan Tabungan Perumahan Rakyat (Tapera) adalah program pemerintah Indonesia yang bertujuan membantu masyarakat berpenghasilan rendah untuk mendapatkan rumah layak huni melalui program simpan pinjam. Tapera merupakan inisiatif strategis yang bertujuan mengatasi masalah perumahan di Indonesia, khususnya bagi kelompok masyarakat kurang mampu. Program ini dirancang untuk memberikan solusi keuangan jangka panjang, memungkinkan peserta menabung secara rutin dan menggunakan dana tersebut untuk membeli rumah. Namun, keberhasilan program ini bergantung pada tingkat pemahaman, partisipasi, dan dukungan masyarakat (De, 2024).

Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2024 dianggap memberatkan karena mengatur pemotongan gaji ASN/PNS, TNI, POLRI, pekerja BUMN, BUMD, pegawai swasta, dan pengusaha untuk iuran peserta. Potongan ini sebesar 3% (2,5% dari pekerja dan 0,5% dari pengusaha). Anggapan ini muncul karena adanya berbagai faktor yang mempengaruhinya, seperti banyaknya potongan gaji selain Tapera. Potongan lainnya meliputi BPJS Kesehatan sebesar 2%, dana pensiun 4,75%, dan program Tabungan Hari Tua (THT) 3,25% (Fairruzzzy, 2020). Pelaksanaan Tapera akan dimulai pada tahun 2027. Dana simpanan Tapera akan dikumpulkan dalam rekening dana Tapera yang dibuka oleh Bank Kustodian sesuai instruksi dari Badan Pengelola (BP) Tapera (Ihsan et al., 2024).

Telah banyak penelitian yang membahas mengenai program perumahan pemerintah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Putra et al., (2019) dengan judul “Tabungan Perumahan Rakyat (Tapera) dan Penerapannya di DKI Jakarta” memberikan hasil bahwa meskipun Tapera memiliki potensi untuk menjadi solusi dalam meningkatkan akses pembiayaan perumahan bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR), penerapannya secara nasional masih menghadapi tantangan. Model Tapera yang diterapkan secara regional di DKI Jakarta menunjukkan hasil yang lebih layak dan dapat memberikan solusi terhadap keterjangkauan pembiayaan perumahan. Kemudian penelitian oleh Putri & Prijadi (2023) dengan judul “Public Fund Optimization for Housing Finance (Case Study: Tabungan Perumahan Rakyat, Indonesia)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengoptimalan pengelolaan dana sangat penting untuk mencapai keseimbangan antara penyampaian manfaat dan keberlanjutan dana. Penelitian ini menekankan bahwa pengumpulan dana dari anggota Tapera memiliki potensi besar untuk meningkatkan jumlah dana yang tersedia. Selain itu, pengelolaan dana Tapera harus dilakukan dengan hati-hati, melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti BP Tapera, bank kustodian, dan lembaga pengawas, untuk memastikan program ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi anggotanya. Tapera diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif untuk masalah backlog perumahan di Indonesia, dengan menawarkan produk-produk seperti kredit kepemilikan rumah, pembangunan rumah, dan renovasi rumah. Namun, pelaksanaan program ini harus mempertimbangkan sisi pasokan sektor perumahan agar penyampaian produk dapat dilakukan secara efektif dan berkelanjutan. Namun, analisis yang mendalam terkait sentimen masyarakat terhadap kebijakan Tapera masih terbatas. Kebanyakan penelitian sebelumnya berfokus pada penerapan program dan kritik terhadap regulasi yang berlaku. Sementara kajian yang secara khusus menyoroti persepsi dan opini masyarakat serta analisis sentimen publik masih jarang ditemukan. Hal ini menciptakan celah penelitian yang penting, karena pemahaman yang lebih mendalam mengenai sentimen masyarakat dapat memberikan kontribusi bagi evaluasi program Tapera.

Sangat penting untuk memahami respons masyarakat terhadap program Tapera sebagai kebijakan yang berdampak luas. Respon masyarakat dapat menunjukkan berbagai hal,



seperti tingkat penerimaan program, kekhawatiran, dan harapan. Peneliti menggunakan website Brand24 untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan opini menggunakan analisis sentimen. Analisis sentimen berfungsi untuk mengidentifikasi sikap atau emosi yang terkandung dalam teks, seperti ulasan, komentar, dan postingan di media sosial, apakah bersifat positif, negatif, atau netral. Selain itu, analisis ini dapat dimanfaatkan untuk memantau perubahan persepsi masyarakat secara berkala, memberikan wawasan berharga bagi entitas dalam memahami respon masyarakat dan menyesuaikan strategi komunikasi sesuai dengan tren opini yang berkembang (Sihombing et al., 2024). Penelitian ini berfokus pada analisis sentimen yang menggunakan berbagai platform digital yang bertujuan untuk menganalisis apakah sentimen masyarakat terhadap kebijakan program Tapera cenderung positif atau negatif.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam analisis ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif berfokus pada usaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan suatu objek atau fenomena. Dalam pendekatan deskriptif kualitatif, data disajikan sebagaimana adanya tanpa dilakukan manipulasi atau intervensi lainnya, dengan tujuan memberikan gambaran yang lengkap tentang suatu kejadian atau mengungkap serta mengklarifikasi fenomena yang terjadi. Hal ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan berbagai variabel yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti (Rusandi & Rusli, 2021). Penelitian ini menggunakan metode netnografi. Metode penelitian antropologi yang dikenal sebagai "netnografi" menggunakan informasi yang tersedia secara publik di internet, di mana semua orang dapat berbagi informasi dengan bebas melalui media sosial (Bakry, 2017). Dalam metode netnografi, peneliti menggunakan alat bantu *media monitoring analytical tools* untuk mengumpulkan data. Selain itu, analisis data dilakukan secara deskriptif guna memahami interaksi dan persepsi masyarakat di dunia digital.

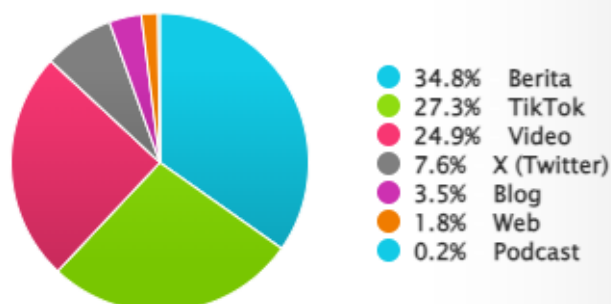
Penelitian ini menggunakan observasi non-partisipasi untuk mengumpulkan data. Observasi non-partisipasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati tanpa ikut serta secara langsung dalam aktivitas yang sedang diamati. Peneliti memperoleh data penelitian dari sumber data sekunder secara tidak langsung melalui media perantara (Syafnidawaty, 2020). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi literatur dan informasi tentang pendapat masyarakat Indonesia tentang rencana kebijakan program Tapera. Peneliti menggunakan berbagai platform media sosial dan memanfaatkan situs Brand24 untuk mengumpulkan data berbasis segmentasi linimasa. Brand24 mengumpulkan informasi dari beragam sumber, seperti Twitter, blog, video, berita, dan situs web lainnya. Data yang ditampilkan melalui Brand24 mencakup seberapa banyak sentimen positif maupun negatif dari pengguna internet terkait rencana kebijakan Tapera. Selain itu, data ini juga mencakup jumlah konten yang menyebutkan kata kunci "Tapera", jumlah pengguna yang berinteraksi dengan konten terkait, serta jumlah pemberitaan selama periode penelitian yang berlangsung dari 14 Mei hingga 13 Juni 2024. Dalam penelitian ini, "penyebutan" (*mention*) didefinisikan sebagai segala bentuk unggahan atau konten digital yang mengandung elemen, frasa, atau kata kunci yang berkaitan dengan Tapera.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Jenis, Sumber Berita dengan Data Terbanyak Terhadap Kebijakan Program Tapera



Jenis sumber



Gambar 1. Hasil Analisis Jenis Sumber Tentang Tapera

Penelitian ini mengkaji jumlah data yang terkumpul mengenai program Tapera dari berbagai platform media dan sumber berita. Data yang diperoleh dari alat analisis Brand24 selama periode 13 Mei hingga 12 Juni 2024 menunjukkan bahwa media sosial berperan memainkan peran dominan dalam penyebaran informasi terkait Tapera. Berdasarkan hasil analisis, media sosial berita mendominasi sebagai sumber informasi utama, mencapai 34,8% dibandingkan sumber data lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa berita berbasis media sosial tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pembentuk opini publik terkait kebijakan program Tapera. TikTok menjadi sumber data kedua terbesar dengan jumlah data sebesar 27,3%, ini menunjukkan kekuatan pengaruhnya melalui format konten yang mudah diakses dan cepat menyebar di kalangan pengguna internet. Sumber data ketiga terbanyak adalah konten video yang mencapai 24,9%. Video dinilai mampu menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami, sehingga efektif dalam menarik perhatian dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kebijakan Tapera.

3.2 Analisis Situs Paling Berpengaruh Terhadap Kebijakan Program Tapera

Situs paling berpengaruh

SITUS	KUNJUNGAN	SKOR PENGARUH
1 youtube.com	34 B	10 /10
2 twitter.com	4.5 B	10 /10
3 tiktok.com	2.5 B	10 /10
4 twitch.tv	1.0 B	10 /10
5 t.me	847 M	10 /10
6 bbc.com	527 M	10 /10
7 open.spotify.com	417 M	10 /10
8 totipotencell.wordpress.com	266 M	10 /10
9 kompas.com	192 M	10 /10
10 medium.com	177 M	10 /10
11 tribunnews.com	170 M	10 /10
12 detik.com	149 M	10 /10
13 abc.net.au	75 M	10 /10
14 kumparan.com	65 M	10 /10
15 cnbcindonesia.com	64 M	10 /10
16 idntimes.com	63 M	10 /10
17 liputan6.com	61 M	10 /10
18 m.kumparan.com	56 M	10 /10
19 suara.com	42 M	9 /10
20 viva.co.id	40 M	9 /10

Gambar 2. Hasil Analisis Situs Paling Berpengaruh



Berdasarkan hasil analisis situs paling berpengaruh terhadap kebijakan program Tapera, YouTube menjadi situs yang paling berpengaruh dalam penyebaran informasi terkait kebijakan Program Tapera dengan total kunjungan mencapai 34 miliar dan skor pengaruh sempurna, yaitu 10/10. Sebagai platform berbagi video terbesar di dunia, YouTube berperan strategis dalam membentuk persepsi masyarakat dan menyebarkan informasi yang relevan tentang program Tapera. Skor pengaruh yang sempurna menunjukkan bahwa YouTube mampu memengaruhi opini dan sikap masyarakat terhadap kebijakan pemerintah. Konten yang diunggah di YouTube sering kali mencakup analisis mendetail, diskusi pro dan kontra, serta tanggapan masyarakat yang mendorong dalam diskusi lebih lanjut mengenai kebijakan Tapera.

3.3 Analisis Profil Publik Paling Aktif Terhadap Program Tapera

📍 Profil publik paling aktif

	PROFIL	📢 SUMBER	📶 PENGIKUT	💬 MENYEBUTKAN
1	📺 METRO TV	▶	9.2 M	337
2	📺 KOMPASTV	▶	17 M	152
3	🌐 Kompas.com	▶	4.1 M	121
4	📺 Kompascom Reporter on Location	▶	1000000	91
5	📺 CNN Indonesia	▶	11 M	79
6	📺 SINDOnews	▶	2.0 M	76
7	📺 Kompascom Terkini	▶	25 400	69
8	📺 KompasTV Jawa Barat	▶	245 000	66
9	📺 Official iNews	▶	8.0 M	64
10	📺 KOMPASTV JAWA TIMUR	▶	472 000	61
11	📺 CNBC Indonesia	▶	2.6 M	61
12	📺 Tribunnews	▶	13 M	59
13	📺 Liputan6	▶	1.5 M	55
14	📺 KompasTV Jember	▶	540 000	54
15	📺 metro_tv	📺	4.9 M	45
16	📺 IDX CHANNEL	▶	889 000	45
17	📺 tvOneNews	▶	14 M	39
18	📺 KompasTV Pontianak	▶	1.2 M	36
19	📺 tante_bestie2	📺	80 300	35
20	📺 Kompas TV Riau	▶	26 800	35

Gambar 3. Hasil Analisis Profil Publik Paling Aktif Terhadap Program Tapera

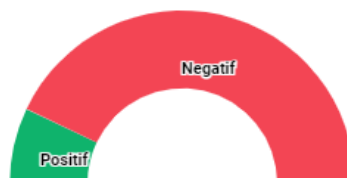
Hasil analisis menunjukkan bahwa METRO TV, sebagai salah satu media terkemuka di Indonesia, adalah profil publik paling aktif dalam membahas program Tapera melalui platform YouTube, dengan jumlah pengikut mencapai 9,2 juta. METRO TV secara konsisten mengunggah konten informatif terkait Tapera, memanfaatkan YouTube sebagai sarana distribusi untuk mencapai *audiens* yang luas dan beragam. Melalui 337 *mentions* terkait Tapera, METRO TV berhasil mendorong interaksi dengan masyarakat, membuka ruang diskusi, dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai program Tapera. Keaktifan METRO TV dalam menyajikan informasi mengenai Tapera mencerminkan peran penting media berita dalam mengedukasi dan membangun kesadaran masyarakat terkait kebijakan pemerintah, khususnya program Tapera.



3.4 Analisis Sentimen Positif dan Negatif Terhadap Program Tapera

Rincian sentimen

Kecualikan netral



Gambar 4. Hasil Analisis Sentimen Positif Dan Negatif Terhadap Program Tapera

Berdasarkan Gambar 4, nampak jelas bahwa lebih banyak sentimen negatif dari pada sentimen positif mengenai program Tapera dalam kurun waktu satu bulan. Hasil analisis sentimen menunjukkan bahwa 86% dari total sentimen publik cenderung negatif, sementara sentimen positif hanya mencapai 14%. Angka ini menunjukkan *respons* masyarakat yang kurang mendukung atau kritis terhadap kebijakan Tapera selama periode penelitian.

Untuk memberikan gambaran yang lebih terperinci, data sentimen telah dipecah dalam skala mingguan. Pembagian ini mempermudah analisis perubahan sentimen setiap minggu, membantu mengidentifikasi pola atau tren yang muncul seperti peningkatan atau penurunan sentimen positif dan negatif. Berikut adalah tabel dengan skala mingguan

Tabel 1. Jumlah Sentimen Positif dan Negatif dengan Skala Mingguan

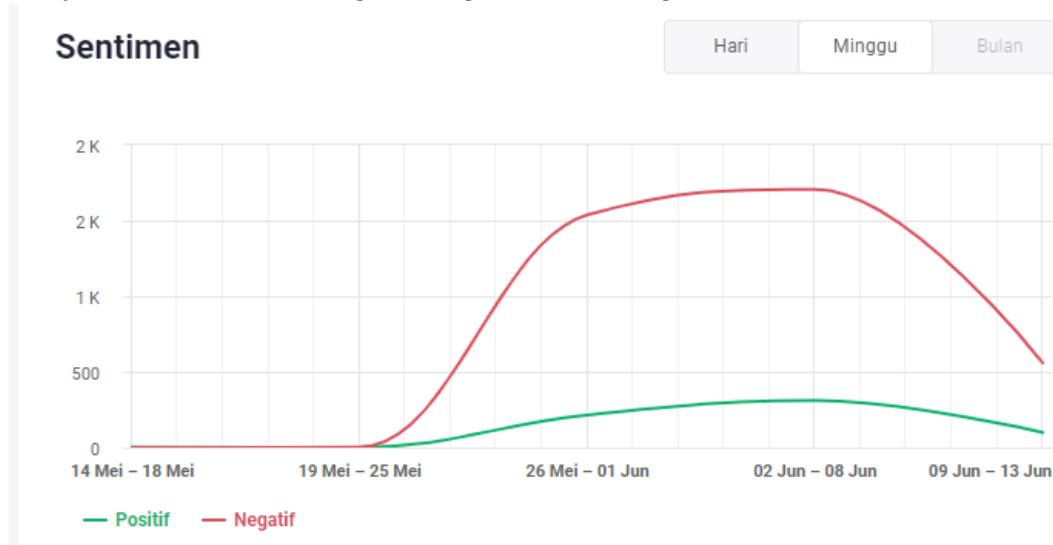
Jenis Sentimen	Periode I (14 Mei-18 Mei 2024)	Periode II (19 Mei-25 Mei 2024)	Periode III (26 Mei-1 Juni 2024)	Periode IV (2 Juni-8 Juni 2024)	Periode V (9 Juni-13 Juni 2024)	Jumlah
Positif	2	1	215	310	97	625
Negatif	0	2	1.538	1.707	557	3.804

Tabel 1 menunjukkan jumlah sentimen positif dan negatif terhadap kebijakan program Tapera berdasarkan hasil analisis mingguan selama periode 14 Mei hingga 13 Juni 2024. Pada Periode I yakni terhitung sejak 14 Mei hingga 18 Mei 2024, sentimen positif tercatat sebanyak 2, sedangkan sentimen negatif tidak ditemukan. Pada Periode II yakni terhitung sejak 19 Mei hingga 25 Mei 2024, terjadi penurunan sentimen positif menjadi 1, yang turun 50% dari periode sebelumnya, sementara sentimen negatif meningkat menjadi 2. Pada Periode III yakni terhitung sejak 26 Mei hingga 1 Juni 2024, sentimen positif meningkat tajam menjadi 215, sedangkan sentimen negatif juga melonjak menjadi 1.538. Pada Periode IV mencatatkan puncak tertinggi untuk sentimen positif yang mencapai 310, dan perolehan sentimen negatif tertinggi yakni 1.707 terhitung sejak 2 Juni hingga 8 Juni 2024. Pada Periode V yakni terhitung sejak 9 Juni hingga 13 Juni 2024, terjadi penurunan dalam kedua jenis sentimen, dengan sentimen positif turun menjadi 97 dan sentimen negatif turun menjadi 557. Sehingga total sentimen positif yang muncul dalam kurun waktu 1 bulan adalah 625 dan sentimen negatif berjumlah 3.804.

Sentimen negatif yang tinggi terhadap program Tapera menunjukkan adanya ketidakpuasan atau ketidaksetujuan dari masyarakat. Dalam periode analisis mingguan,



terlihat bahwa pada Periode III dan IV terjadi lonjakan signifikan dalam sentimen negatif, yang kemungkinan dipicu oleh peristiwa atau isu tertentu yang menimbulkan reaksi negatif. Meskipun terdapat sedikit peningkatan dalam sentimen positif pada Periode IV, jumlahnya masih jauh lebih kecil dibandingkan dengan sentimen negatif.



Gambar 5. Hasil Analisis Sentimen Positif dan Negatif Program Tapera

Grafik ini menyajikan visualisasi analisis sentimen terhadap program Tapera dalam kurun waktu satu bulan, dibagi dalam skala mingguan untuk memberikan gambaran lebih rinci. Dari Gambar 5 terlihat adanya peningkatan dalam jumlah sentimen, baik positif maupun negatif pada Periode III dan puncaknya terjadi pada Periode IV (2 Juni-8 Juni 2024) dengan 310 sentimen positif dan 1.707 sentimen negatif, sebelum akhirnya menurun pada Periode V. Lonjakan sentimen negatif yang dominan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Di sisi lain, meskipun sentimen positif turut meningkat, jumlahnya masih jauh di bawah sentimen negatif. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan positif dari masyarakat belum cukup kuat untuk mengimbangi ketidakpuasan yang ada. Sentimen ini terbentuk melalui berbagai unggahan di media sosial yang berisi opini, kritik, dan diskusi mengenai kebijakan program Tapera.

3.5 Analisis Mentions Paling populer Terhadap Program Tapera

★ Sebutan paling populer

	aniestoday tiktok.com	2024-06-04 00:36
sekali _____ #anies #aniesbaswedan #cakimin #aminajadulu #aniestoday #tapera #ukt #jkn #mah...		
	satryadi.com tiktok.com	2024-05-29 07:07
potongan gaji 2,5% \TAPERA\ #tapera #aturan #menteri #dpr #trending [...] potongan gaji 2,5%		
	tirtoid tiktok.com	2024-05-31 02:08
Komisioner BP Tapera Heru Pudyo Nugroho, mengatakan alasan pekerja yang sudah memiliki rumah maupun		
	geraldvincentt tiktok.com	2024-05-28 22:01
Gaji kita DIPOTONG 3% per bulan buat TAPERA? Beneran bisa punya rumah?		
	didilionrich tiktok.com	2024-05-28 21:58
TAPERA ini idenya siapa? Kok makin nyusahin rakyat?! #fyp #foryou #foryoupage #tapera #viral #issues		

Gambar 6. Hasil Analisis Mentions Paling Populer terhadap Program Tapera



Berdasarkan Gambar 6, terlihat bahwa terdapat lima *mentions* terpopuler terkait program Tapera dalam periode 14 Mei sampai 13 Juni 2024. Data ini menunjukkan bahwa unggahan-unggahan terkait Tapera yang paling banyak menarik perhatian berasal dari platform TikTok. Hal ini mencerminkan tingginya minat dan keterlibatan penggunaan media sosial, khususnya TikTok dalam membahas kebijakan Tapera. Melalui platform ini, berbagai pendapat, kritik, dan reaksi masyarakat terhadap program Tapera tersebar luas, sehingga dapat menjadi tolak ukur untuk memahami bagaimana kebijakan ini diterima oleh masyarakat.

Dari analisis Gambar 6 yang berisi unggahan populer terkait kebijakan Program Tapera, terlihat adanya sentimen negatif yang mendominasi di kalangan masyarakat. Banyak pengguna mengekspresikan ketidakpuasan mereka terhadap potongan gaji sebesar 2,5% yang diterapkan untuk program Tapera, hal ini tercermin dari unggahan akun milik @satryadi.com. Selain itu, @tirtoid juga menyoroti pernyataan komisioner BP Tapera yang menyebutkan bahwa kebijakan ini berlaku bagi seluruh pekerja, termasuk masyarakat yang sudah memiliki rumah. Tidak hanya itu, ada juga kritik terhadap tujuan dan ide di balik kebijakan ini. Akun @didiionrich bahkan mempertanyakan motif pembuat kebijakan Tapera dan menyebut bahwa program Tapera justru semakin membebani rakyat. Hal ini mengindikasikan adanya persepsi bahwa kebijakan Tapera kurang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sentimen negatif lainnya muncul dalam unggahan @aniestoday, yang mengaitkan kebijakan Tapera yang tokoh politik Anies Baswedan. Hal ini menunjukkan bahwa program Tapera juga dipolitisasi oleh sebagian masyarakat, yang mungkin memperkuat persepsi negatif jika kebijakan tersebut dianggap kurang adil.

3.6 Analisis Mention and Reach Terhadap Program Tapera

Tabel 2. Jumlah *Mentions and Reach* Program Tapera dengan Skala Mingguan

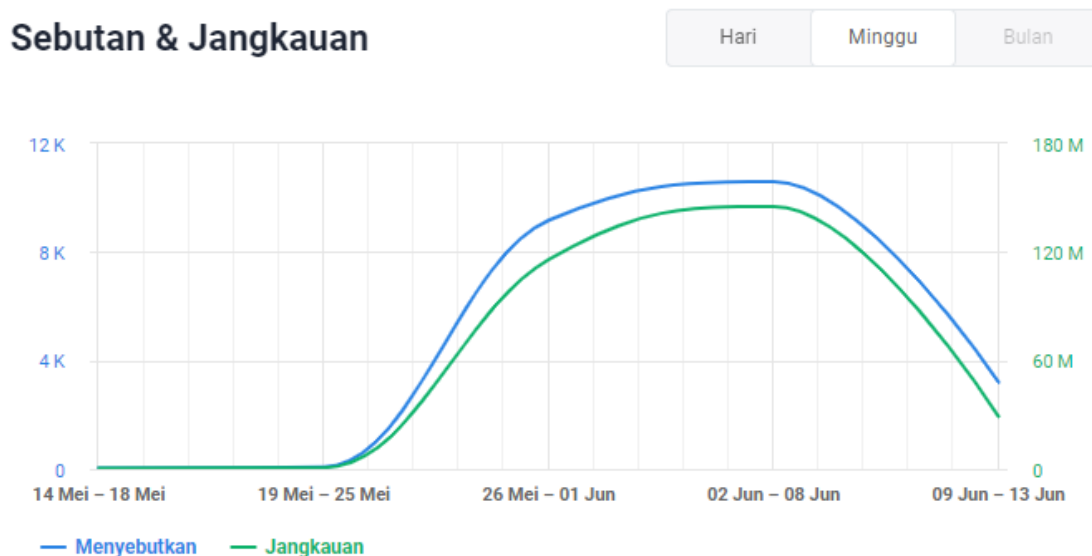
Jenis Data	Periode I (14 Mei-18 Mei 2024)	Periode II (19 Mei-25 Mei 2024)	Periode III (26 Mei-1 Juni 2024)	Periode IV (2 Juni-8 Juni 2024)	Periode V (9 Juni-13 Juni 2024)	Jumlah
<i>Mentions</i>	34	74	9.169	10.590	3.219	23.086
<i>Reach</i>	502.734	745.711	115.835.611	145.150.239	28.963.393	291.197.688

Pada Periode I terdapat 34 *mentions* dengan total *reach* sebesar 502.734. Pada Periode II terjadi peningkatan signifikan, jumlah *mentions* naik menjadi 74 dan *reach* juga meningkat menjadi 745.711. Tren kenaikan ini berlanjut di Periode III, yang mencatat peningkatan yang cukup drastis dengan 9.169 *mentions* dan *reach* mencapai 115.835.611. Periode IV menunjukkan tren serupa, dengan jumlah *mentions* meningkat menjadi 10.590 dan *reach* meningkat hingga 145.150.239. Namun, pada Periode V terjadi penurunan yang cukup signifikan, jumlah *mentions* turun menjadi 3.219 dan *reach* menyusut menjadi 28.963.393. Penurunan ini bisa disebabkan oleh faktor seperti berkurangnya minat *audiens* atau pergeseran topik yang mengurangi jumlah interaksi.

Jumlah *mentions* tertinggi tercatat pada Periode IV, mencapai 10.590 dalam rentang waktu 2 Juni hingga 8 Juni 2023. Angka ini menunjukkan adanya peningkatan dalam perhatian masyarakat terhadap program Tapera. Kemudian, Periode I mencatat jumlah *mentions* terendah, yaitu sebanyak 34 yang terjadi pada 14 Mei hingga 18 Mei 2024. Hal ini



menunjukkan bahwa pada tahap awal, kesadaran atau perhatian masyarakat terhadap program Tapera masih cukup rendah.



Gambar 7. Hasil Analisis Mentions & Reach terhadap Program Tapera

Grafik pada Gambar 7 menyajikan visualisasi perkembangan jumlah *mentions* dan *reach* selama satu bulan, yang dipantau dalam skala mingguan untuk menggambarkan tren perhatian masyarakat terhadap program Tapera. Berdasarkan data yang ditampilkan, terlihat bahwa puncak aktivitas terjadi pada Periode IV (2 Juni hingga 8 Juni 2024). Pada Periode IV, jumlah *mentions* mencapai angka tertinggi yaitu 10.590, disertai dengan *reach* sebesar 145.150.239. Puncak ini menunjukkan adanya perhatian yang sangat tinggi dari masyarakat pada minggu tersebut. Namun, setelah mencapai puncak pada Periode IV, grafik menunjukkan adanya penurunan pada Periode V. Pada periode ini jumlah *mentions* turun drastis. Penurunan ini diikuti pula oleh penurunan *reach*.

Melalui grafik hasil analisis *mentions* dan *reach* terhadap program Tapera, dapat terlihat bagaimana dinamika perhatian masyarakat terhadap program Tapera mengalami fluktuasi dari minggu ke minggu. Hal ini memberikan wawasan mengenai kapan perhatian publik terhadap program Tapera berada di puncaknya. Dengan informasi ini, pengelola program Tapera dapat merencanakan strategi komunikasi yang lebih baik di masa mendatang untuk mempertahankan atau meningkatkan keterlibatan dengan masyarakat.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kebijakan Tabungan Perumahan Rakyat (Tapera), yang dirancang untuk membantu masyarakat berpenghasilan rendah dalam memiliki hunian layak, mendapatkan *respons* yang didominasi oleh sentimen negatif dari masyarakat Indonesia. Dengan total 86% sentimen negatif, hasil ini menunjukkan adanya ketidakpuasan masyarakat yang signifikan terhadap penerapan kebijakan ini. Faktor utama yang memicu ketidakpuasan adalah beban potongan gaji sebesar 2,5% yang dikenakan kepada peserta program, yang dinilai memberatkan, khususnya bagi masyarakat berpenghasilan rendah yang menjadi target utama kebijakan ini. Potongan tersebut menambah daftar pengeluaran wajib yang harus ditanggung oleh pekerja, yang sudah terbebani oleh berbagai potongan lain, seperti BPJS Kesehatan dan dana pensiun.

Media sosial memainkan peran dominan dalam penyebaran informasi dan pembentukan persepsi publik terhadap Tapera. Platform seperti YouTube memiliki pengaruh



besar, tidak hanya berfungsi sebagai penyebar informasi tetapi juga sebagai wadah bagi publik untuk mengekspresikan opini mereka. Metro TV tercatat sebagai salah satu media yang paling aktif dalam membahas kebijakan Tapera melalui YouTube-nya, berkontribusi pada tingginya volume diskusi publik. Puncak aktivitas terkait Tapera tercatat pada periode 2-8 Juni 2024, ketika jumlah sebutan (*mentions*) mencapai 10.590 dan jangkauan (*reach*) menyentuh angka 145.150.239 yang menandakan perhatian publik yang tinggi pada kebijakan ini.

Tingginya dominasi sentimen negatif mengindikasikan adanya persepsi bahwa kebijakan Tapera kurang sesuai dengan kebutuhan atau kondisi masyarakat sasaran. Hal ini menekankan pentingnya pemerintah untuk mempertimbangkan kembali aspek-aspek kebijakan yang menimbulkan reaksi negatif, terutama mekanisme pemotongan gaji yang dirasa membebani. Di samping itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih efektif dan pendekatan yang lebih transparan dari pihak pemerintah dan lembaga terkait, guna meningkatkan pemahaman, kepercayaan, serta dukungan masyarakat terhadap program Tapera. Dengan strategi yang tepat, pemerintah dapat menjembatani kesenjangan antara tujuan kebijakan dan ekspektasi masyarakat, sehingga program ini dapat lebih diterima dan berfungsi efektif sebagai solusi jangka panjang untuk masalah kepemilikan rumah bagi masyarakat berpenghasilan rendah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Asril, A. A., Rifai, A., & Shebubakar, A. N. (2022). Penyelenggaraan Tabungan Perumahan Menurut Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2016 Ditinjau Dari Perspektif Perlindungan Hukum. *Jurnal Hukum Dan Kesejahteraan Universitas Al Azhar Indonesia*, 7(1), 1–24.
- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan Metode Entografir Dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Global Strategis*, 11(2), 15–26.
- De, Y. M. (2024). Analisis Kritis Program Tapera “Tabungan Perumahan Rakyat” Bagi Kehidupan Umat Di Paroki Riam Batang Kalimantan Tengah. *Jurnal Pendidikan Agama Dan Teologi*, 2(3), 57–73.
- Fairruzy, A. J. (2020). UU Tapera: Sejahtera Atau Sengsara? *Jurnal Fhundip*, 2(1), 12.
- Haviazzahra, N., & Sebyar, M. H. (2024). Analisis Hukum Kepesertaan Pekerja Mandiri Dalam Pelaksanaan Program Penyelenggaraan Tabungan Perumahan Rakyat. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(5), 102–120. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i5.386>
- Heriyanti, Pakpahan, E. F., Tanjaya, W., & Siregar, N. M. H. (2024). Antinomy Between Legal Certainty and Justice in the Public Housing Savings Program (Tapera). *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam*, 14(1), 138–162. <https://doi.org/10.15642/ad.2024.14.1.138-162>
- Ihsan, M., Rofiq, A., & Khusnudin. (2024). Polemik Tabungan Perumahan Rakyat (Tapera): Sebuah Kajian dengan Pendekatan Interdisipliner. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 9(1), 72–86. <https://doi.org/10.25273/gulawentah.v9i1.20497>
- Putra, H. G., Fahmi, E., & Taruc, K. (2019). Tabungan Perumahan Rakyat (Tapera) Di DKI JAKARTA. *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran, Dan Ilmu Kesehatan*, 3(2), 321–332.
- Putri, B. A., & Prijadi, R. (2023). Public Fund Optimization for Housing Finance (Case Study: Tabungan Perumahan Rakyat, Indonesia). *European Alliance for Innovation (EAI)*, 4. <https://doi.org/10.4108/eai.9-8-2022.2338624>
- Ramadhanianto, R. W., & Ubadillah, L. (2024). Analisis Yuridis Besaran Simpanan Peserta Tapera Berdasarkan Peraturan Pemerintah Tentang Penyelenggaraan Tabungan Perumahan Rakyat. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 3(1), 16–28. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v3i1.1014>
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 1–13.



- Sihombing, E., Dar, M. H., & Nasution, F. A. (2024). Comparison Of Machine Learning Algorithms In Public Sentiment Analysis Of TAPERA Policy. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(5), 1089–1098.
- Soeprapto, D. D. (2021). Determining the key success factors in the organization of BP Tapera. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 10(6), 42–55. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i6.1270>
- Syafnidawaty. (2020). *Data Sekunder*. Universitas Raharja.
- Tania, N., Novienco, J., & Sanjaya, D. (2021). Kajian Teori Hukum Progresif Terhadap Implementasi Produk Tabungan Perumahan Rakyat. *Perspektif*, 26(2), 73–87.