

Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Komunikasi Kebijakan Menggunakan Topic Modelling (Kebijakan Protokol Kesehatan Covid-19 Dalam Penggunaan Masker)

Wulan Hilmi Rochmawati¹, Gadang Ramantoko², Eva Nurhazizah³

^{1,2,3}Prodi S1 MBTI, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom

Jl. Terusan Buah Batu, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Bandung, Jawa Barat

¹wulanhilmi@student.telkomuniversity.ac.id, ²gadangramantoko@telkomuniversity.ac.id

³evazizah@telkomuniversity

Abstract

The application of health protocols has become a new habit in the Covid-19 pandemic, one of which is the use of masks. Presidential Instruction Number 6 of 2020 on August 4, 2020, has stipulated the obligation to use masks in Indonesia. This study aims to determine the topics formed on the Twitter network and public perceptions before and before the implementation of the Presidential Instruction. Tweet data with the hashtags "#gunakanmasker" and "#indonesiaterserah" were collected during the period from March 2 to November 30, 2020. The data was processed using the Topic Modeling method with Python software. The results show that the topics formed before the Presidential Instruction were "prevent-protect" and the topics after the Presidential Instruction were "compulsory-mandatory". The Chi-Square test shows that the topics formed before and before the implementation of the Presidential Instruction are independent. The topics that were mined from the tweet data were then checked for compliance with the policy framework consisting of the variables of perceived knowledge, social trust, perceived benefits, and perceived risks.

Keywords: Use of Mask, Covid-19, Topic Model, Perception

Abstrak

Penerapan protokol kesehatan telah menjadi kebiasaan baru dalam Pandemi Covid-19, salah satunya penggunaan masker. Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2020 pada 4 Agustus 2020, telah menetapkan kewajiban penggunaan masker di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui topik yang terbentuk pada jejaring Twitter dan persepsi masyarakat sebelum dan sesudah penerapan Inpres tersebut. Data tweet dengan tagar "#pakaimasker" dan "#indonesiaterserah" dikumpulkan selama periode 2 Maret hingga 30 November 2020. Data diolah menggunakan metode Topic Modelling dengan software Python. Hasil menunjukkan topik yang terbentuk sebelum adanya inpres adalah "cegah-lindung" dan topik setelah adanya Inpres adalah "patuh-wajib". Pengujian Chi Square menunjukkan topik yang terbentuk sebelum dan sesudah penerapan inpres bersifat independen. Topik yang ditambang dari data tweet tersebut kemudian diperiksa kesesuaiannya dengan kerangka kerja kebijakan yang terdiri dari variable-variabel perceived knowledge, social trust, perceived benefit dan perceived risk.

Kata kunci: Pakai Masker, Covid-19, Topic Model, Persepsi

1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah melanda 220 negara di seluruh dunia, dengan jumlah kasus yang telah mencapai 65 Juta kasus pada 29 November 2020 [22]. Di Indonesia, kasus COVID-19 juga telah tersebar ke 34 provinsi. Sejak diumumkan pada 2 Maret 2020 sampai 28 November 2020 dengan jumlah

kasus Covid-19 di Indonesia telah mencapai 534 ribu kasus. Pada Bulan April 2020, WHO telah menyatakan bahwa masker merupakan bagian dari strategi komprehensif dalam pengendalian virus Covid-19. WHO menyimpulkan bahwa penggunaan masker dan jaga jarak dapat mengurangi risiko penularan Covid-19 hingga 85% . Kebijakan WHO tersebut, mendorong pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kesehatan untuk mengeluarkan Surat Edaran Nomor HK.02.02/1/385/2020 pada 9 April 2020 tentang penggunaan masker dan cuci tangan untuk mencegah penularan Covid-19 dan ditindaklanjuti dengan adanya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2020 tentang Peningkatan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan dalam Pencegahan dan Pengendalian Covid-19, salah satunya mengatur kewajiban perlindungan kesehatan individu melalui penggunaan alat pelindung “diri seperti masker dan sanksi atas pelanggaran ketentuan tersebut.

Data Satgas COVID-19 menunjukkan bahwa 90 persen masyarakat sudah menyadari dan memahami bagaimana pentingnya penggunaan masker saat pandemi. Namun, tingkat kepatuhan masyarakat agar selalu menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah masih dibawah 70 persen. Masyarakat memberikan respon dan opininya di berbagai media, salah satunya dari sosial media Twitter yang melaporkan memiliki jumlah pengguna di Indonesia sebanyak 166 Juta akun aktif (Jati,2020). Dalam pandemi Covid-19, *tweet* pengguna membahas berbagai isu dan permasalahan Covid-19, baik dari sisi positif seperti protokol kesehatan dan berbagai jenis masker yang sesuai protokol kesehatan, namun juga terdapat pembahasan dari sisi negatif seperti halnya influencer yang tidak mau menggunakan masker dan hoax tentang razia masker.

Melalui media sosial dapat menjadi sumber data dalam memahami persepsi masyarakat tentang kewajiban penggunaan masker, dengan mengetahui topik dan perbincangan utama pengguna Twitter. Pengumpulan data melalui media sosial dinilai dapat memberikan efisiensi mencakup biaya, data secara *real time*, dan menghasilkan data yang mempunyai informasi yang lebih detail untuk menggambarkan opini masyarakat yang sebenarnya[6].

Topik Model menjadi salah satu metode yang banyak digunakan dalam penelitian yang melibatkan clustering data, salah satunya dengan menggunakan *Latent Dirichlet Allocation* (LDA). LDA dapat dimanfaatkan untuk analisis pada dokumen yang sangat besar. LDA mengasumsikan setiap dokumen memiliki topik dan dibentuk dari kata-kata yang berkaitan dengan topik tersebut, sehingga suatu dokumen dapat direpresentasikan sebagai campuran dari topik-topik tersembunyi dengan proporsi yang berbeda [14]. Dengan menggunakan LDA, dapat diketahui topik yang terbentuk dan persepsi masyarakat atas kebijakan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui topik yang terbentuk dalam penyebaran informasi jejaring sosial Twitter mengenai kebijakan penggunaan masker dalam protokol kesehatan Covid-19 dan persepsi

terhadap kebijakan selama periode sebelum dan sesudah penerapan INPRES No. 6 Tahun 2020. Instruksi Presiden adalah salah satu bentuk kebijakan publik [1]. Salah satu definisi kebijakan publik yang paling singkat dan dikenal disampaikan oleh Thomas Dye sebagai *"anything a government choose to do or not to do"* [7]. Dalam implementasi kebijakan dikenal beberapa teori diantaranya Model George C. Edwards III yang menyatakan bahwa di dalam pendekatan studi implementasi kebijakan pertanyaan abstraknya dimulai dari bagaimana prakondisi untuk suksesnya kebijakan publik dan kedua adalah apa hambatan utama dari kesuksesan kebijakan publik [9]. Terdapat empat faktor yang mempengaruhi menurut Edwards III yaitu empat faktor dimaksud yakni komunikasi, sumberdaya, sikap pelaksana, struktur. Kebijakan memiliki dua aspek [20], yaitu :

- a) Kebijakan merupakan praktik sosial bukan event yang tunggal atau terisolir. sehingga, kebijakan merupakan sesuatu yang dihasilkan pemerintah yang dirumuskan berdasarkan segala kejadian yang terjadi di masyarakat. Kejadian tersebut tumbuh dalam kehidupan kemasyarakatan dan bukan merupakan peristiwa yang berdiri sendiri, terisolasi, dan asing bagi masyarakat
- b) Kebijakan adalah suatu respon atas peristiwa yang terjadi, untuk menciptakan harmoni pihak yang berkonflik maupun menciptakan insentif atas tindakan bersama bagi para pihak yang mendapatkan perlakuan yang tidak rasional atas usaha bersama tersebut.

Dari berbagai teori, secara umum kebijakan publik adalah serangkaian kegiatan pemerintah yang terarah dan terukur, dengan melibatkan para pihak yang berkepentingan yang mengarah pada tujuan tertentu. Kebijakan publik dapat dituangkan dalam peraturan-peraturan, perundang-undangan, atau ketentuan tertulis lain yang bersifat mengikat dan harus dipatuhi oleh seluruh anggota masyarakat. Berdasarkan pemahaman tentang kebijakan tersebut di atas, empat faktor berperan dalam analisis ini, pertama Proses sebagaimana dinyatakan dalam INPRES No. 6 Tahun 2020 sebagai kebijakan publik, komunikasi antara Pemerintah sebagai pengelola kebijakan dan masyarakat sebagai obyek kebijakan, media penyampaian berita atau percakapan publik (media sosial), dan persepsi yang terbentuk akibat terjadinya komunikasi Inpres kepada publik atau masyarakat.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan referensi kerangka kerja dalam komunikasi kebijakan pembangunan pembangkit listrik tenaga nuklir dengan judul *"Government communication effectiveness on local acceptance of nuclear power: Evidence from China"* [10].

Proses berpikir dimulai dengan memahami payung besar kebijakan yang berkaitan dengan COVID-19. Payung besar kebijakan tersebut adalah Instruksi Presiden (Inpres) No 6 Tahun 2020 tentang Peningkatan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan dalam Pencegahan dan Pengendalian COVID-19 (PROKES COVID-19). Instruksi ini merupakan penjabaran UU No 6 Tahun 2018 tentang Karantina Kesehatan dan mencakup kewajiban individu dan masyarakat untuk mematuhi protokol



kesehatan, tempat dan fasilitas umum yang dikenakan kewajiban mematuhi protokol kesehatan, dan sanksi atas pelanggaran kewajiban protokol kesehatan Covid-19, salah satunya terkait dengan penggunaan masker dengan baik dan benar. Setelah penerapan kebijakan masyarakat yang tidak menggunakan masker sesuai ketentuan dapat dikenakan sanksi, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan masker sebagai bagian dari pola kebiasaan baru di era pandemi Covid-19.

Sebagai konsekuensi dari Inpres tersebut, maka timbul bermacam tanggapan dari masyarakat. Peran komunikasi publik menjadi penting. Sebagaimana diketahui, Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media [18]. Ciri utama yang membedakan komunikasi publik dan komunikasi pada umumnya adalah satu pihak cenderung lebih pasif, interaksi antara sumber dan penerima terbatas, dan umpan balik yang diberikan terbatas. Sikap pasif dari satu pihak ini, yang dikhawatirkan adalah pihak masyarakat, berbahaya bagi kesejahteraan masyarakat pada umumnya mengingat pandemi yang cepat penularannya.

Dalam mengkomunikasikan perkembangan kasus COVID-19 kepada masyarakat, gugus tugas menyusun protokol komunikasi publik. Penyusunan protokol komunikasi publik sangat penting dalam buku *The heart of the enlightened: a book of story meditations*, pernah mengingatkan bahwa jumlah korban bisa menjadi lima kali lipat, kalau terjadi ketakutan di saat terjadi wabah penyakit dalam hal penanganan wabah atau pandemi. Seribu orang menjadi korban karena sakit, sedangkan empat ribu orang menjadi korban karena panik [16]. Komunikasi menjadi salah satu bagian penting dalam menangani pandemi, karena kepercayaan publik sangat perlu dijaga agar tidak terjadi kepanikan dalam masyarakat sehingga penanganan wabah dapat dilaksanakan dengan aman dan lancar.

Berdasarkan definisi komunikasi yaitu mekanisme dimana relasi manusia ada dan berkembang melalui sebuah simbol pikiran, maka konsekuensi logik setelah komunikasi adalah pemilihan media bersama atau alat untuk menyalurkan melalui ruang dan mempertahankannya sepanjang waktu. Media Sosial adalah platform media yang digunakan untuk bersosial secara online atau seperangkat alat online yang mendukung interaksi sosial antar pengguna. Sosial media merujuk pada sebuah aplikasi yang berbasis web 2.0 sebagai aspek teknologi yang mendasarinya [23]. Media sosial memiliki potensi untuk secara fundamental mengubah karakter kehidupan sosial, keduanya pada tingkat interpersonal dan komunitas [2]. Media sosial menjadi cara baru komunikasi kebijakan publik dan politik (Median, 2017). Media sosial memiliki manfaat besar dalam penyebaran konten edukasi yang cepat di era COVID-19 [4]. Komunikasi pada media sosial juga memberikan pengaruh atau efek bagi khalayak. Terdapat dua bagian dasar yaitu efek primer dan efek sekunder. Efek Primer meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman dan Efek Sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif

(perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih).

Sebuah studi terbaru mengevaluasi 100 video yang paling banyak ditonton di YouTube dengan kata "coronavirus", telah lebih dari 165 juta penayangan pada 5 Maret 2020. Dari jumlah tersebut, 85% di antaranya berasal dari saluran berita dengan kurang dari 33% video menyebutkan tindakan preventif, kurang dari setengahnya menyebutkan gejala yang paling sering terjadi, namun hampir 90% mengomentari kematian, kecemasan, dan status karantina [3]. Studi ini menunjukkan hilangnya peluang penyebaran informasi berkualitas tentang pencegahan penularan dan gejala COVID-19 di platform sosial media. Selain itu juga menunjukkan dampak negatif seperti penyebaran berita hoax, kurang valid dan informasi pesimis yang menyebabkan kecemasan, depresi dan keresahan [17]. Sebuah studi di Cina, melakukan survei online dengan 1.210 responden, menemukan bahwa 53,8% responden menganggap dampak psikologis epidemi sebagai sedang atau parah [21].

Berdasarkan data yang dikoleksi dari media sosial, maka persepsi umum dapat dipelajari. Persepsi adalah sebuah proses dimana seseorang memilih, mengatur, mengidentifikasi dan menafsirkan informasi sensorik yang dia terima untuk memahami lingkungannya [12]. Persepsi adalah dapat dikatakan sebagai penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat atau menilai dalam mengartikan sesuatu [5]. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi antara lain perhatian, kesiapan mental, kebutuhan, sistem nilai, dan tipe kepribadian [19]. Analisis persepsi dapat digunakan untuk mengevaluasi kebijakan dengan menggunakan analisis asosiasi kata untuk mengevaluasi kebijakan penurunan batas atas tiket pesawat dengan mengetahui persepsi pengguna media sosial pada sebelum, ketika, dan setelah penerapan kebijakan [18].

Untuk memahami perilaku masyarakat berdasarkan persepsi dapat dilakukan menggunakan pendekatan *Health Belief Model* (HBM). HBM mempunyai enam komponen yaitu *Perceived Susceptibility*, *Perceived Severity*, *Perceived Benefits*, *Perceived Barriers*, *Self Efficacy*, dan *Cues to Action* [10].

Terdapat empat faktor dalam memahami respon dan persepsi masyarakat terhadap suatu kebijakan yaitu *perceived knowledge*, *perceived risk*, *perceived benefit* dan *social trust*. Beberapa penelitian empiris telah menemukan bahwa *perceived knowledge* akan mempengaruhi persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap suatu kebijakan [13]. *Perceived knowledge* yang berhubungan dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang akan mempengaruhi penilaian subyek terhadap pentingnya informasi lama dan baru. *Perceived Risk* mengacu pada ketidakpastian yang dihadapi oleh masyarakat atas penggunaan masker dalam penanganan covid-19. Ketidakpastian tersebut menimbulkan perdebatan mengenai perlu atau tidaknya dan efektif atau tidaknya penggunaan masker [11]. *Perceived benefit* merupakan kepercayaan seseorang terhadap keuntungan yang didapatkan

terkait kebijakan yang diterapkan [10]. *Social trust* berkaitan dengan kejujuran, integritas dan kehandalan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa *tweet* pengguna media sosial Twitter dengan kata kunci 'Pakai Masker' dan 'Indonesia Terserah'. Periode data *tweet* pada rentang Maret hingga November 2020, yang kemudian dikategorikan menjadi periode sebelum adanya kebijakan (2 Maret - 4 Agustus 2020) dengan total data 57.649 dan periode setelah adanya kebijakan (5 Agustus -30 November 2020) dengan total data 83.008. Data yang diperoleh kemudian melalui proses *pre-processing* untuk menghapus *tweet* yang tidak relevan dengan topik bahasan. Setelah melalui tahap ini, data *tweet* yang akan dianalisis lebih lanjut, sebagai data periode sebelum adanya kebijakan 1.468 data dan untuk periode setelah adanya kebijakan 3.403 data.

2.2. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dalam dua tahap sebagai berikut:

Tahap 1: Data *Pre-processing*

Data *Pre-Processing* dibutuhkan untuk menghasilkan *clustering* yang tepat. Tahapan ini bertujuan untuk menstrukturkan, merapikan dan memposisikan data agar siap dianalisis. *Preprocessing* akan menyaring dan membersihkan data sehingga menghasilkan data yang lebih relevan terhadap penelitian dan memberikan kemudahan dalam analisis data. Tahapan *pre-processing* data dalam penelitian ini dilakukan dalam lima tahap. Tahapan tersebut diantaranya *tokenizing*, *stopword*, *lemmatization*, *stemming*, dan pembuatan *document term matrix* (DTM).

Tahap 2: *Topic Modelling*

Topic modeling atau pemodelan topik merupakan metode *clustering* yang termasuk dalam *unsupervised learning*, sehingga tidak melibatkan *labelling* terhadap suatu obyek. Pemodelan topik termasuk dalam *soft/fuzzy clustering* yang pada setiap objek dapat dimiliki lebih dari satu cluster dengan tingkat tertentu [8]. Terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam pemodelan topik salah satunya *Latent Dirichlet Allocation* (LDA).

LDA merupakan pendekatan yang populer untuk mengungkap topik laten dengan distribusi probabilitas multinomial dan menghasilkan pengelompokan kata berdasar relevansi dokumen. LDA digunakan untuk melakukan analisis pada dokumen yang sangat besar, juga digunakan untuk meringkas, melakukan, pengelompokan, menghubungkan serta memproses data. Dalam *topic modelling*, peneliti mengambil topik yang relevan untuk kemudian dilakukan analisis karena LDA menghasilkan beberapa topik yang relevan namun memiliki masalah yang cukup menonjol yaitu adanya topik

sampah yang terdiri dari pengelompokan istilah yang tidak koheren atau tidak signifikan.

Analisis *topic modeling* pada penelitian ini menggunakan software Python untuk mengetahui topik apa saja yang terbentuk dan sering dibicarakan pada pengguna Twitter di Indonesia mengenai kewajiban penggunaan masker oleh masyarakat Indonesia dalam pencegahan dan protokol kesehatan COVID-19.

2.3. Pengujian chi square

Setelah topik terbentuk menggunakan teknik LDA lalu dilakukan Pengujian Chi-Square. Pengujian tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan pada topik sebelum dan sesudah penerapan kebijakan, dilakukan pengujian dengan Chi-Square test. Chi-Square (χ^2) mengukur bagaimana *expected value* E dan *observed value* O, menyimpang satu sama lain. Pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi R Studio.

Ketika dua topik independen, *observed value* mendekati *expected value*, sehingga nilai Chi-Square lebih kecil. Sedangkan nilai Chi-Square yang tinggi menunjukkan bahwa hipotesis independensi tidak benar. Hipotesis pengujian adalah sebagai berikut:

$$\chi_c^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \quad (1)$$

H_0 : Dua variabel (Topik sebelum dan sesudah) independen

H_1 : Dua variabel (Topik sebelum dan sesudah) tidak independen

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Topik Dihadirkan

Berdasarkan hasil pengolahan data *tweet* pengguna Twitter dengan kata kunci 'Pakai Masker' dan 'Indonesia Terserah' pada 2 Maret hingga 30 November 2020, didapatkan Topik-topik sebelum terbitnya INPRES No 6 tahun 2020 sebagai berikut :

Topik 1: Cegah Sebar

Hal ini membuktikan bahwa penggunaan masker untuk mencegah penyebaran covid-19 sudah menjadi pembicaraan hangat sebelum kebijakan penggunaan masker dirilis. Topik 1 mewakili sekitar 23,6% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

Topik 2: Protokol Sehat

Hal ini menunjukkan topik pentingnya penerapan protokol Kesehatan Covid-19 sudah menjadi pembahasan hangat oleh pengguna twitter sebelum penetapan kebijakan. Selain itu, juga terdapat pembahasan "new_normal" yang merupakan pembahasan mengenai penerapan pola kebiasaan baru ditengah pandemi Covid-19. Topik 2 mewakili sekitar 21,9% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

Topik 3: Masker Lindung

Topik ketiga didominasi oleh “protokol_sehat”, “pakai_masker”, “masker_lindung” dan “cegah covid”. Hal ini menunjukkan bahwa pada periode sebelum adanya kebijakan, topik terkait penggunaan masker dalam melindungi diri dan mencegah Covid-19 sudah menjadi topik hangat di tengah pengguna twitter. Topik 3 mewakili sekitar 18,4% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

Topik 4: Pakai Masker

Topik keempat menunjuk pada penggunaan masker untuk mencegah penyebaran Covid. Pembahasan lain yang hangat diperbincangkan “paksa_rumah” karena masih rendahnya kesadaran masyarakat untuk tetap tinggal dirumah dan “tenaga medis” muncul sebagai bentuk apresiasi masyarakat atas peran tenaga medis selama pandemic Covid-19. Topik 4 mewakili sekitar 18,1% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

Topik 5: Adaptasi Baru (New Normal)

Topik kelima didominasi oleh penerapan protokol Kesehatan Covid-19 sebagai bagian dari adaptasi kebiasaan baru (new normal). Termasuk kata “masker_kain” yang muncul karena kelangkaan masker medis yang mengakibatkan kenaikan harga yang tidak wajar, sehingga masker kain dipilih menjadi alternatif penyediaan masker. Topik 5 mewakili sekitar 18% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

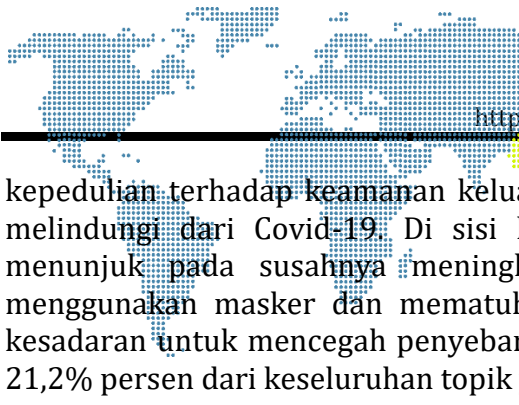
Topik-topik yang muncul setelah terbitnya INPRES No 6 Tahun 2020 sebagai berikut :

Topik 1: Patuh Protokol

Topik pertama yaitu Patuh Protokol yang muncul pasca penerapan kebijakan penggunaan masker adalah topik yang cukup positif, yang menunjuk kepada perbincangan terkait penggunaan masker dan penerapan protokol Kesehatan Covid-19. Perbincangan lain adalah “sehat” yang merupakan pembahasan mengenai penerapan protokol Kesehatan serta menjalankan pola hidup sehat, “suka” yang mewakili pendapat warga Twitter yang suka menggunakan masker dengan berbagai alasan dan pendapatnya, kata “keren” yang merupakan ungkapan bahwa menggunakan masker tetap keren, kata “hemat” yang merupakan pembahasan warga twitter bahwa menggunakan masker dapat menghemat biaya *make up* bagi para wanita. Dan pembahasan lain yang juga menjadi perbincangan hangat adalah kata “sadar” yang menunjuk pada kesadaran terhadap manfaat masker dan himbauan warga twitter untuk terus meningkatkan kesadaran terhadap penerapan protokol Kesehatan dan penggunaan masker. Topik 1 mewakili sekitar 22,5% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

Topik 2: Peduli Aman

Topik kedua pasca penerapan kebijakan merujuk pada impresi pengguna twitter bahwa penggunaan masker diasosiasikan sebagai bentuk



kepedulian terhadap keamanan keluarga, teman dan orang disekitar dalam melindungi dari Covid-19. Di sisi lain juga terdapat kata “susah” yang menunjuk pada susahnya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan masker dan mematuhi protokol Kesehatan sebagai bentuk kesadaran untuk mencegah penyebaran covid-19. Topik 2 mewakili sekitar 21,2% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

Topik 3: Efektif Cegah

Topik ketiga yang muncul pasca penerapan kebijakan adalah topik yang positif terhadap penerapan kebijakan merujuk pada social distancing dan penggunaan masker yang efektif untuk mencegah dan menghindari virus Covid-19. Selain itu “terap_protokol” dan “wajib” memperlihatkan mengenai pemahaman masyarakat terhadap kewajiban menerapkan protokol Kesehatan termasuk penggunaan masker mengingat terdapat sanksi dan denda yang akan dikenakan atas pelanggaran kewajiban tersebut. Topik 3 mewakili sekitar 20,2% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

Topik 4: Stay Safe

Topik keempat yang muncul pasca penerapan kebijakan adalah topik yang positif terhadap penerapan kebijakan yang menunjuk kepada perbincangan terkait penerapan protokol kesehatan dan penggunaan masker agar tetap aman. Selain itu “masker”, “tutup”, dan “hidung_mulut” terkait penggunaan masker dengan benar dengan menutup hidung dan mulut serta menutup hidung dan mulut ketika batuk dan bersin. Kata “sayang keluarga” dan “safe” juga impresi positif, yang mengasosiasikan penggunaan masker sebagai bentuk rasa sayang dan perlindungan terhadap diri sendiri dan keluarga. Topik 4 mewakili sekitar 18,3% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

Topik 5: Wajib Pakai

Topik kelima pasca penerapan kebijakan padahal topik yang positif terhadap penerapan kebijakan, yang menunjuk kepada perbincangan terkait kewajiban penggunaan masker dalam mencegah penyebaran virus Covid-19. Selain itu “suka” dan “sederhana” memperlihatkan impresi positif terhadap penggunaan masker, “lindung” dan “hindar” sebagai pembahasan positif masyarakat pengguna twitter untuk tidak lupa menggunakan masker dan mematuhi protokol kesehatan untuk melindungi diri sendiri, keluarga dan orang sekitar serta menghindarkan dari virus covid-19. Sedangkan “setuju” menunjukkan impresi positif bahwa mereka setuju penggunaan masker akan melindungi penggunanya. Topik 5 mewakili sekitar 17,8% persen dari keseluruhan topik yang terbentuk.

3.2. Pengujian Chi Square

Untuk mengetahui hubungan antar topik sebelum dan sesudah kebijakan, maka dilakukan uji chi-square pada Topik 1. Pengujian pertama

dilakukan dengan menggunakan 10 kata dalam topik sebelum dan sesudah kebijakan, dan nilai chi square yang diperoleh sebesar 0,2313. Karena hasil pengujian $> 0,05$, maka penelitian ini menerima H_0 yang artinya penelitian ini tidak memiliki cukup bukti untuk menyatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel sebelum dan sesudah kebijakan sehingga kedua variabel (sebelum dan sesudah) bersifat independen.

Untuk lebih meyakinkan hasil pengujian, maka dilakukan pengujian lebih lanjut dengan menggunakan 50 kata dalam topik, nilai chi square diperoleh sebesar 0,07037, sehingga disimpulkan bahwa topik sebelum dan sesudah kebijakan bersifat independen.

3.3. Pembahasan

Mengikuti kerangka pemikiran, topik-topik yang dihasilkan kemudian disandingkan dengan kerangka kerja (framework kebijakan) untuk melihat apakah label yang dihasilkan melalui topik modelling cocok dengan kerangka kebijakan. Kesesuaian atau kecocokan merupakan konfirmasi terhadap apa yang terjadi di masyarakat yang bisa menjelaskan mengapa dinamika tersebut berkembang. Pemerintah bisa memperbaiki strategi komunikasinya berdasarkan hasil-hasil yang didapat dari penelitian ini sebagai berikut:

a) *Perceived Knowledge*

Variabel *perceived knowledge*, menunjukkan pengetahuan dan pemahaman pengguna twitter atas penggunaan masker. Sebelum penerapan kebijakan, variabel ini ditunjukkan oleh kata “pakai masker” yang menunjukkan bahwa pengguna twitter memahami pentingnya penggunaan masker, didukung dengan kata dominan seperti “protokol_sehat”, “cegah_covid”, “cegah_tular”, dan “cegah sebar”. Pemahaman lain ditunjukkan oleh pembahasan mengenai “masker kain” yang menunjukkan pemahaman tentang jenis masker.

Setelah penerapan kebijakan, variabel *perceived knowledge* menunjukkan penguatan ditunjukkan oleh kata “pakai masker” yang mendominasi dalam penelitian ini. Selain itu diperkuat dengan “wajib” dan “penting” yang menunjukkan pemahaman atas pentingnya kewajiban penggunaan masker, “hidung mulut” yang merupakan pemahaman penggunaan masker hendaknya menutupi hidung dan mulut, dan “batuk bersin” untuk menggunakan masker apabila mengalami gejala covid-19. Kata “kontak langsung” juga menunjukkan pemahaman terhadap kriteria dalam kontak dengan orang yang terkonfirmasi positif dan “minum air” menjelaskan pemahaman pentingnya menjaga tubuh tetap terhidrasi untuk menjaga Kesehatan dan mencegah infeksi virus. Secara umum menunjukkan pada periode setelah kebijakan terdapat peningkatan pemahaman terhadap penggunaan masker.

b) *Social Trust*

Variabel *Social Trust* terkait dengan kejujuran, integritas dan kehandalan orang lain yang didefinisikan bahwa mengenakan masker

mengirimkan pengingat visual kepada orang lain untuk menjaga jarak, hal ini terjadi karena memakai masker meningkatkan kesadaran dan juga memberikan peringatan kepada orang lain bahwa terdapat risiko dan bahaya yang mengancam, dan mereka yang menggunakan masker sebagai orang yang lebih dapat dipercaya dan bertanggung jawab sehingga lebih disukai secara sosial [15]. Hal ini belum tampak periode sebelum penerapan kebijakan.

Setelah penerapan kebijakan terdapat pembahasan yang merujuk pada variabel *social trust* yaitu “sayang” dan “sayang keluarga” yang mengasosiasikan penggunaan masker dan kepatuhan penggunaan masker terhadap rasa sayang kepada diri sendiri, keluarga dan orang disekitar. Selain itu juga terdapat “keren” yang menunjukkan pengguna twitter menganggap orang yang menggunakan masker sebagai orang yang keren karena patuh terhadap protokol dan peduli kepada orang disekitar. Sehingga penerapan kebijakan menciptakan *social trust* masyarakat pengguna twitter terhadap penggunaan masker dan protokol Kesehatan.

c) Perceived Benefit

Perceived benefit atau manfaat yang diyakini dari kepatuhan terhadap protokol kesehatan dan penggunaan masker ditunjukkan oleh “cegah_sebar”, “cegah_tular”, “lindung” dan “masker-lindung”. sehingga dapat disimpulkan bahwa pada periode ini, *perceived benefit* yang diyakini secara tegas oleh pengguna twitter dari penggunaan masker adalah sebagai bentuk pencegahan dan perlindungan.

Pada periode setelah penerapan kebijakan, terdapat penguatan yang ditunjukkan oleh “sehat”, “putus rantai”, “aman”, “hindar virus”, dan “selamat” yang menunjukkan manfaat yang diyakini oleh warga pengguna Twitter atas penggunaan masker dan penerapan protokol Kesehatan, selain sebagai bentuk pencegahan dan perlindungan yang sudah ada sejak sebelum penetapan kebijakan. Selain manfaat dari sisi kesehatan, terdapat juga “hemat” dan “lipstick” yang merujuk pada penghematan bagi wanita karena tidak perlu menggunakan lipstick saat menggunakan masker. Manfaat lain yang diyakini oleh pengguna masker menunjuk pada “polusi_udara” yang mengacu pada penggunaan masker juga dapat digunakan untuk mengurangi menghirup polusi udara ketika berkendara atau beraktifitas diluar rumah. Sehingga masyarakat semakin memiliki pemahaman atas manfaat yang dapat diperoleh atas penggunaan masker dan protokol Kesehatan setelah penerapan kebijakan.

d) Perceived Risk

Perceived Risk mengacu pada ketidakpastian yang dihadapi oleh masyarakat atas penggunaan masker dalam penanganan covid-19. Ketidakpastian tersebut menimbulkan perdebatan mengenai perlu atau tidaknya dan efektif atau tidaknya penggunaan masker. Hal ini diwakili oleh “beli” yang merujuk pada pembahasan masyarakat pengguna twitter

mengenai pembelian masker yang benar dan murah, karena meluasnya masker palsu pada awal masa pandemi dan dengan harga yang meroket. Selain itu terdapat “anjur perintah” yang merujuk pada anjuran pemerintah untuk menggunakan masker saat beraktifitas diluar rumah, namun masih banyak masyarakat yang enggan mengikuti karena belum meyakini efektifitas dari penggunaan masker.

Setelah penerapan kebijakan, variabel *perceived risk* diwakili oleh “susah” yang merujuk pada susahnya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mematuhi protokol Kesehatan dan menggunakan masker terutama terkait dengan kebijakan untuk menggunakan masker saat berkendara yang masih menjadi perdebatan. Selain itu juga terdapat kata “anak-anak” yang mengacu pada penggunaan masker pada anak-anak yang masih sering abai dilakukan para orang tua. *Perceived risk* lain ditunjukkan oleh “vaksin_temu” yang mengacu pada penemuan virus Covid-19 yang masih belum teruji sehingga masih menjadi perdebatan apabila negara mewajibkan pelaksanaan vaksin. “Kena_razia” juga menjadi perbincangan hangat karena masyarakat masih meragukan efektifitas dan fungsi razia penggunaan masker terhadap peningkatan kesadaran penggunaan masker dan manfaat yang diterima masyarakat.

Sebelum penerapan kebijakan, *perceived risk* masyarakat terfokus pada ketersediaan masker dan kepatuhan mengikuti anjuran pemerintah untuk menggunakan masker, sedangkan setelah penerapan kebijakan *perceived risk* masyarakat bergeser pada kesadaran dan vaksinasi Covid-19.

4. SIMPULAN

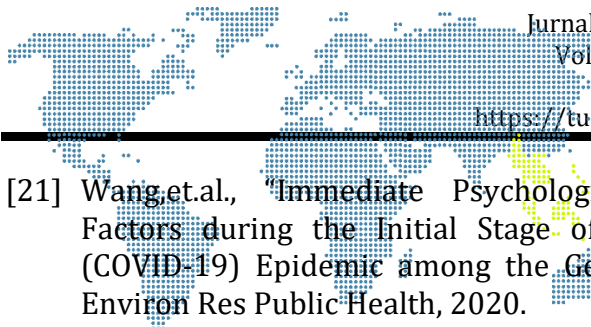
Hasil penelitian menunjukkan, topik yang terbentuk sebelum adanya kebijakan adalah “cegah dan lindung”, sedangkan topik yang terbentuk setelah penerapan kebijakan adalah “patuh” dan “wajib”. Persepsi sebelum Penetapan Kebijakan menunjukkan Variabel *perceived knowledge* ditunjukkan kata “pakai masker” dan “cegah”. Variabel *Social Trust* belum tampak pada periode ini. Variabel *perceived benefit* yang diyakini adalah pencegahan dan perlindungan. Variabel *Perceived Risk* ditunjukkan kata “beli” dan “anjur perintah”. Persepsi setelah kebijakan menunjukkan semakin positif. Variabel *Perceived knowledge* ditunjukkan kata “wajib” dan “penting”, juga pengetahuan lain seperti “hidung mulut” dan “kontak langsung”. Variabel *Social Trust* melalui kata “sayang” dan “keren”. Penguatan Variabel *perceived benefit* ditunjukkan oleh kata “sehat”, “putus rantai”, “cegah infeksi”, “lindung keluarga”, “selamat”, dan “hemat”. Sedangkan variabel *perceived risk* diwakili oleh kata “susah”, “vaksin_temu” dan “kena_razia”.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Astawa, I.G.P., Na'a, Suprin., “Memahami Ilmu Negara dan Teori Negara”, PT Refika Aditama, Bandung, 2009.



- [2] Baruah, T.D., "Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study", *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol.2, Issue 5, 2012.
- [3] Basch, et.al., "Preventive Behaviors Conveyed on YouTube to Mitigate Transmission of COVID-19: Cross-Sectional Study", *JMIR Publication*, 2020.
- [4] Chan, AK, et.al., "Social media for rapid knowledge dissemination: early experience from the COVID-19 pandemic", *Anaesthesia*. 2020.
- [5] Cielen, et.al., "Introducing Data Science", *Manning Publications Co.*
- [6] Collins, C., Hasan, S., and Ukkusuri, S.V., "A novel transit rider satisfaction metric: Rider sentiments measured from online social media data", *Journal of Public Transportation*, University of South Florida, 2013.
- [7] Dye, T.R., "Understanding Public Policy", Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1972.
- [8] Doig, C., "Introduction to topic modeling in python". 2015.
- [9] Edward III, G.C., "Implementing Public Policy", Washington DC: Congressional Quarterly Press, 1980.
- [10] Guo, Y., WEI, Y., "Government communication effectiveness on local acceptance of nuclear power: Evidence from China". *Journal of Cleaner Production*, 2019.
- [11] Hausmann, R., "Flattening the COVID-19 Curve in Developing Countries", *Project Syndicate*, 2020.
- [12] Kenyon, G. N., Sen, K. C., "The Perception of Quality Mapping Product and Service Quality to Consumer Perceptions", *Springer*, 2015
- [13] Kim, Y., Kim, W., and Kim, M., "An international comparative analysis of public acceptance of nuclear energy", *Energy Policy*, 2014.
- [14] Mazarura, J and WAAL, A., "A comparison of the performance of latent Dirichlet allocation and the Dirichlet multinomial mixture model on short text", *PRASA-RobMech International Conference*, 2016.
- [15] Medina, et.al., "Social Media: A New Way of Public and Political Communication in Digital Media", *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 2017.
- [16] Molle, A. D., "The heart of the enlightened: a book of story meditations. *Doubleday*", 1987.
- [17] Padilla, D.A.G and Tortolero, B.L., "Social media influence in the COVID-19 Pandemic", *Int. brazil Jurolog.* vol.46, 2020.
- [18] Risyad, M.A., & Ramantoko, G., "Analisis Asosiasi Kata Untuk Mengetahui Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Penurunan Batas Atas Tiket Pesawat". *e-Proceeding of Management*, Vol.7, 2020.
- [19] Sarwono, W S., "Pengantar Psikologi Umum", *Rajawali Pers*, Jakarta, 2010.
- [20] Thoha, M., "Dimensi-dimensi Prima Ilmu Administrasi Negara", *Raja Grafindo Persada*, Jakarta, 2012.



- [21] Wang, et.al., "Immediate Psychological Responses and Associated Factors during the Initial Stage of the 2019 Coronavirus Disease (COVID-19) Epidemic among the General Population in China", *Int J Environ Res Public Health*, 2020.
- [22] Worldometers., "Coronavirus Update (Live): 67,499,770 Cases and 1,543,747 Deaths from COVID-19 Virus Pandemic", 2020.
- [23] Wyrwoll, C., "Social Media: Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content", Elsevier, 2014.