



## **Evaluasi Penerimaan Publik Terhadap Kebijakan Labelisasi Stiker Keluarga Miskin di Kabupaten Kepahiang Melalui Analisis Sentimen dan Social Judgement Theory**

**Biyan Mahesa Albianazwa<sup>1</sup>, Ferdian Al Ghifari Ganda Hutama<sup>2</sup>, Holis Ukasyah<sup>3</sup>, Hilma Mutiara Winata<sup>4</sup>**

*<sup>1,2,3,4</sup> UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia*

Received : 13 Desember 2025, Revised : 18 Desember 2025, Published : 27 Desember 2025

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Biyan Mahesa Albianazwa

**E-mail:** [biyanmahesa01@gmail.com](mailto:biyanmahesa01@gmail.com)

### **Abstrak**

Kebijakan labelisasi stiker “Keluarga Miskin” di Kabupaten Kepahiang diterapkan sebagai instrumen verifikasi penerima bantuan sosial agar penyaluran lebih tepat sasaran. Meskipun secara administratif dinilai efektif, kebijakan ini memunculkan fenomena masalah berupa perdebatan publik karena dianggap berpotensi menimbulkan stigma sosial dan merendahkan martabat penerima bantuan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat penerimaan publik terhadap kebijakan labelisasi stiker “Keluarga Miskin” melalui analisis sentimen dan pemetaan sikap menggunakan Social Judgment Theory. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh dari 7.576 komentar pengguna Instagram pada akun @kemensosri, @cretivox, dan @geraldvincent yang dikumpulkan melalui teknik crawling, kemudian dianalisis melalui tahapan pre-processing, klasifikasi sentimen, serta pemetaan ke dalam dimensi latitude of acceptance, latitude of non-commitment, dan latitude of rejection. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentimen negatif mendominasi respons publik dengan persentase lebih dari 50% pada seluruh akun, sementara sentimen positif dan netral berada pada proporsi yang lebih kecil. Pemetaan menggunakan Social Judgment Theory mengungkapkan bahwa mayoritas publik menempatkan kebijakan ini pada latitude of rejection, yang menandakan adanya ketidaksesuaian antara tujuan administratif kebijakan dan nilai sosial masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa penerimaan publik terhadap kebijakan labelisasi stiker “Keluarga Miskin” di Kabupaten Kepahiang masih tergolong rendah, sehingga efektivitas kebijakan tidak hanya bergantung pada keberhasilan verifikasi data, tetapi juga pada sensitivitas sosial dan strategi komunikasi kebijakan yang lebih inklusif dan non-stigmatis.

**Kata kunci** - analisis sentimen, penerimaan publik, social judgment theory, kebijakan labelisasi, kebijakan bantuan sosial

### **Abstract**

The policy of labeling households with “Poor Family” stickers in Kepahiang Regency was implemented as a verification instrument to ensure more accurate targeting of social assistance distribution. Although administratively considered effective, this policy has generated public controversy due to its potential to create social stigma and undermine the dignity of aid recipients. Therefore, this study aims to evaluate the level of public acceptance of the “Poor Family” sticker labeling policy through sentiment analysis and attitude mapping based on Social Judgment Theory. This research employs a quantitative approach using a descriptive method. Data were collected from 7,576 Instagram user comments on the accounts @kemensosri, @cretivox, and @geraldvincent

through crawling techniques. The data were then analyzed through pre-processing, sentiment classification, and mapping into the dimensions of latitude of acceptance, latitude of non-commitment, and latitude of rejection. The results indicate that negative sentiment dominates public responses, accounting for more than 50% across all accounts, while positive and neutral sentiments appear in smaller proportions. Mapping based on Social Judgment Theory reveals that the majority of the public places this policy within the latitude of rejection, indicating a mismatch between the administrative objectives of the policy and prevailing social values. Therefore, this study concludes that public acceptance of the "Poor Family" sticker labeling policy in Kepahiang Regency remains low, suggesting that policy effectiveness depends not only on the success of data verification but also on social sensitivity and more inclusive, non-stigmatizing policy communication strategies.

**Keywords** - sentiment analysis, public acceptance, social judgment theory, labeling policy, social assistance policy

**How to Cite** : Albianazwa, B. M., Hutama, F. A. G. G., Ukasyah, H., & Winata, H. M. (2025). Evaluasi Penerimaan Publik Terhadap Kebijakan Labelisasi Stiker Keluarga Miskin di Kabupaten Kepahiang Melalui Analisis Sentimen dan Social Judgement Theory. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(7), 1283 - 1295. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i7.679>  
**Copyright** ©2025 Biyana Mahesa Albianazwa, Ferdian Al Ghifari Ganda Hutama, Holis Ukasyah, Hilma Mutiara Winata

## PENDAHULUAN

Bantuan sosial atau kerap dikenal sebagai bansos merupakan program pemerintah dalam rangka menyejahterakan rakyat sesuai dengan askah pada Undang-Undang Dasar 1945. Bansos memiliki dasar pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial UU ini mengatur atas kesejahteraan sosial bagi rakyat yang mencakup rehabilitasi sosial, jaminan sosial dan perlindungan sosial (Salsabila, Muna, Pradana, & Nurcahya, 2024). Lebih lanjut Undang-undang tersebut menyatakan bahwa negara memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan dasar warga keterbelakang. Selanjutnya, Bansos kemudian dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin, Undang-undang ini menetapkan penanganan fakir miskin yang mencakup bantuan, jaminan sosial, pemberdayaan dan pelayanan seosial serta tugas dan wewenang pemerintah pusat dan daerah dalam menyalurkan bantuan sosial (Noerkaisar, 2021). Meninjau hal tersebut, penyaluran bantuan sosial diatur melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 77 Tahun 2020 tentang Panduan Teknis Pengelolaan Keuangan Daerah. Peraturan ini mengganti Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 32 Tahun 2011 tentang Pedoman Pemberian Hibah Dan Bantuan Sosial Yang Bersumber Dari Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah. Dalam Permendagri Nomor 77 Tahun 2020 merumuskan tentang tujuan belanja BANSOS, kriteria penerima, tata cara penganganan hingga syarat penyaluran program bantuan sosial yang sebelumnya memiliki perundang-undangan sendiri.

Dalam upaya verifikasi sesesuai dengan yang dirumuskan dalam Permendagri Nomor 77 Tahun 2020, Kementrian Sosial menerapkan aturan untuk pendataan bagi penerima bantuan sosial di Masyarakat melalui Peraturan Menteri Sosial Nomor 3 Tahun 2025 tentang Pemuthakhiran dan Penggunaan Data Tunggal Sosial dan Ekonomi Nasional untuk Program BANSOS dan Kesejahteraan Sosial yang mana akan diterapkan lebih lanjut kepada Dinas Sosial dibawah naungan pemerintah daerah (Kalangi & Pusung, 2023). Salah satu bentuk verifikasi penerima bantuan sosial yang dilakukan oleh Dinas Sosial adalah penerapan "Labelisasi Stiker Keluarga Miskin" bagi penerima bantuan sosial yang mana ini diterapkan di seluruh Dinas Sosial. Hal ini diterapkan guna meninjau para penerima bantuan sosial apakah sudah memenuhi kriteria atau belum serta berguna untuk mencocokkan data yang telah ada sebelumnya.

Salah satu Dinas Sosial yang menerapkan hal ini adalah Dinas Sosial Kabupaten Kepahiang, yang mana telah menerapkan labelisasi stiker keluarga miskin bagi para penerima bantuan sosial di Kabupaten Kepahiang. Dinas Sosial Kabupaten Kepahiang telah memberikan 1000 labelisasi stiker

“Keluarga Miskin” pada penerima program bansos se-kabupaten Kepahiang sebagai verifikasi bagi penerima bantuan. Hasilnya, setelah pemasangan program tersebut, terdapat 764 KPM (Keluarga Penerima Manfaat) yang dicoret, hal ini menandakan bahwa pelaksanaan labelisasi “Keluarga Miskin” bagi penerima bantuan berhasil untuk memverifikasi kelayakan bagi penerima manfaat yang telah terdata pada data sebelumnya (Fitriyani, 2025).

Meskipun ditinjau dari data awal yang menunjukkan hasil positif, pelaksanaan program labelisasi stiker keluarga miskin di Kabupaten Kepahiang membuat respon yang beragam hingga dapat memunculkan ketegangan antara tujuan kebijakan dan penerimaan publik. Adanya ragam persepsi dari negatif yang memicu penolakan dan positif yang mendukung serta netral yang termuat pada platform instagram menunjukkan adanya potensi gap antara persepsi masyarakat dengan tujuan kebijakan pemerintah. Pada unggahan di akun *@cretifox* yang membahas tentang program labelisasi keluarga miskin memperoleh 9045 komentar, kemudian di akun *@geraldvincent* memperoleh 592 komentar serta di *@kemensosri* memperoleh 5067 komentar yang mana pada komentar-komentar tersebut lah termuat berbagai opini yang membahas terkait pelaksanaan program labelisasi stiker "keluarga miskin" di Kabupaten Kepahiang. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan penting: apakah program ini benar-benar efektif dalam perspektif publik, atau justru menimbulkan resistensi sosial yang dapat menghambat pencapaian tujuan kebijakan? Maka hal ini lah yang perlu ditelaah lebih lanjut mengingat opini publik merupakan bagian dalam menentukan efektivitas pada implementasi kebijakan terutama menilai bagaimana tanggapan publik mengenai labelisasi stiker "keluarga miskin" di Kabupaten Kepahiang.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Penelitian ini didasari atas beberapa teori yang menjadikannya panduan serta acuan dalam mengulik pembahasan terkait opini publik serta evaluasi kebijakan. Adapun teori yang dimaksud ialah sebagai berikut:

### **Kebijakan Publik**

Kebijakan publik digunakan dalam penelitian ini karena pembahasannya ini membahas akan kebijakan program labelisasi stiker “keluarga miskin” bagi penerima bantuan sosial. Kebijakan publik sendiri merupakan sebuah langkah yang dilakukan pemerintah atas persoalan yang ada (Anggara, 2014). Lebih lanjut, kebijakan sendiri bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam masyarakat. Penggunaan teori ini selaras dengan apa yang peneliti bahas

### **Efektivitas Kebijakan Publik**

Efektivitas kebijakan publik menggambarkan sejauh mana suatu kebijakan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan pemerintah serta menjabarkan apakah kebijakan tersebut telah memberikan hasil yang nyata bagi masyarakat yang menjadi fokus dari kebijakan tersebut (Suparman, Engkus, Syamsir, Fadjar, & Mubarok, 2019). Pada fokus penelitian ini yaitu program labelisasi stiker "keluarga miskin" bagi penerima bantuan sosial, efektivitas tidak hanya diukur melalui ketetapan verifikasi administratif saja, tetapi juga melalui penerimaan masyarakat terhadap kebijakan tersebut.

Lebih lanjut, Engkus menjelaskan kebijakan bisa dinilai baik apabila penerimaan masyarakat terhadap kebijakan tersebut tinggi (Engkus, 2021). Maka dari itu dalam penelitian ini efektivitas menjadi teori acuan juga dalam menilai bagaimana program labelisasi ini diterapkan dengan menilai respon masyarakat terhadap kebijakan tersebut.

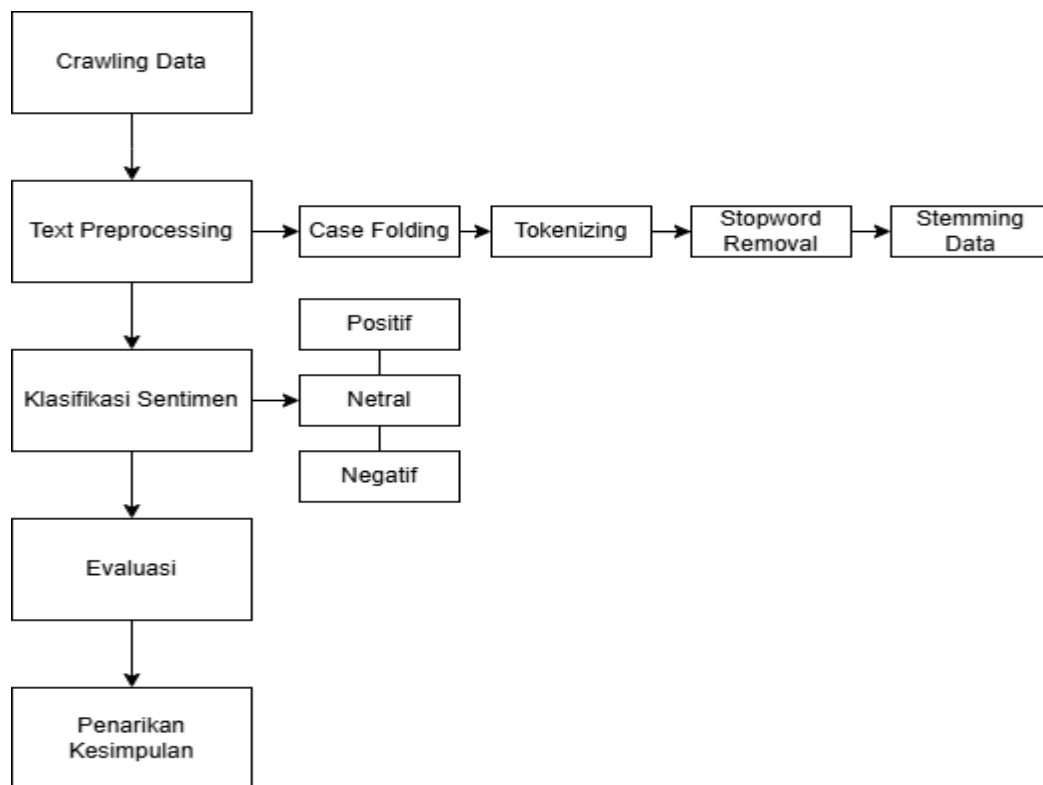
### **Opini Publik & Analisis Sentimen**

Opini publik merupakan pandangan dan sikap masyarakat terhadap suatu isu sosial (Schumann, 2014). Dalam perspektif kebijakan publik, opini publik digunakan sebagai salah indikator efektivitas kebijakan. William N dunn menuturkan bahwa dalam keberhasilan kebijakan, faktor

persepsi publik menjadi indikator untuk menilai bagaimana kebijakan tersebut dijalankan, apakah sesuai dengan tujuan atau sebaliknya (Dunn, 2015).

Dalam era digital, media sosial menjadi ruang utama pembentukan dan penyebaran opini publik. Kemudahan masyarakat dalam menyampaikan pendapat menjadikan respons *online* sebagai gambaran persepsi sosial yang lebih luas terhadap kebijakan. Sejalan dengan itu, analisis sentimen digunakan untuk mengidentifikasi nuansa emosional dalam opini publik, apakah bernada positif, negatif, atau netral sehingga membantu memetakan tingkat dukungan atau penolakan secara lebih terukur (Kustiyana, Prasetyo, Nurfauziah, Azahra, & Nanda, 2024).

Meninjau hal tersebut, analisis sentimen yang merupakan opini publik melalui beberapa tahapan peninjauan yang dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 1.**  
*Flowchart Analisis Sentimen*

### ***Social Judgement Theory***

Social Judgment Theory (SJT) digunakan dalam penelitian ini sebagai pisau analisis untuk membaca reaksi publik terhadap kebijakan. SJT menjelaskan bahwa penerimaan atau penolakan suatu kebijakan tidak hanya berdasarkan isi pesan yang disampaikan pemerintah, tetapi terutama dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap kebijakan tersebut (Doherty & Kurz, 1996). Ketika individu menerima suatu stimulus kebijakan, mereka akan menilainya melalui tiga rentang penilaian: *latitude of acceptance*, *latitude of non-commitment*, dan *latitude of rejection* ((EBSCO, 2020). Kemudian akan ditarik kesimpulan pada tahap *Social judgement* yang mana ini akan memberikan gambaran bagaimana kebijakan publik diterima atau malah mengalami resistensi.

Adapun empat dimensi tersebut dapat dipahami pada tabel berikut:

**Tabel 1.**  
Pengertian Dimensi SJT

<b>Dimensi SJT</b>	<b>Pengertian</b>	<b>Makna dalam penelitian labelisasi stiker “Keluarga Miskin”</b>
<i>Latitude of Acceptance</i>	Rentang sikap di mana suatu pesan/kebijakan dianggap dapat diterima oleh individu atau kelompok.	Komentar publik yang mendukung labelisasi karena dianggap membantu verifikasi penerima bansos yang tepat sasaran.
<i>Latitude of Rejection</i>	Rentang sikap di mana pesan/kebijakan ditolak dan dinilai tidak sesuai dengan nilai atau pandangan individu.	Komentar penolakan karena label dianggap memperlakukan, menstigma, atau merendahkan martabat penerima bansos.
<i>Latitude of Non-Commitment</i>	Rentang sikap di mana individu tidak menerima maupun menolak karena kurang informasi atau belum memiliki sikap kuat terhadap isu.	Komentar netral, ragu-ragu, atau bertanya lebih dulu mengenai tujuan dan mekanisme kebijakan.
<i>Social Judgment</i> (hasil penilaian)	Keputusan akhir individu terhadap stimulus yang diberikan setelah melalui proses pengolahan sikap.	Sentimen publik (positif, negatif, netral) yang muncul di media sosial sebagai hasil penilaian masyarakat terhadap labelisasi.

### Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Adam et al. (2021) mengkaji pembentukan opini publik terhadap program bantuan sosial COVID-19 melalui analisis framing pada akun Instagram @dkijakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pemerintah berupaya membangun citra positif melalui konten visual, opini publik yang berkembang justru didominasi kritik. Persepsi negatif ini banyak dipengaruhi oleh ketidakpuasan masyarakat terkait ketidakmerataan bantuan serta ketidakjelasan implementasi kebijakan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa representasi informasi di media sosial tidak selalu sejalan dengan persepsi publik, sebab penerimaan terhadap kebijakan ditentukan oleh pengalaman langsung dan tingkat kepercayaan Masyarakat.

Penelitian lain oleh Abidin & Herawati (2024) memetakan opini publik terhadap kebijakan Program TAPERA melalui analisis sentimen berbasis pemantauan data digital dengan pendekatan netnografi. Penelitian ini menemukan bahwa respons publik didominasi sentimen negatif yang berkaitan dengan keberatan terhadap pemotongan gaji dan ketidakpastian teknis pelaksanaan program. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa resistensi publik di ruang digital memiliki implikasi langsung terhadap keberhasilan implementasi kebijakan, serta menjadi indikator penting bagi pemerintah dalam memahami tingkat penerimaan Masyarakat.

Selanjutnya, penelitian oleh Dedy Sugiarto et al. (2022) menelaah opini publik tentang kebijakan Bantuan Langsung Tunai (BLT) minyak goreng melalui perbandingan kinerja model klasifikasi sentimen menggunakan Naïve Bayes dan Regresi Logistik dengan dua metode ekstraksi fitur, yakni Bag of Words dan TF-IDF. Penelitian ini menghasilkan 1.335 data tweet yang telah melalui proses pembersihan dan pelabelan manual, dengan proporsi sentimen yang didominasi kategori netral. Model dengan kinerja terbaik diperoleh melalui Regresi Logistik dengan BOW, yang menghasilkan akurasi 0,72. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemilihan metode ekstraksi fitur memiliki pengaruh

signifikan terhadap performa klasifikasi sentimen, dan hasil klasifikasi tersebut dapat digunakan sebagai masukan bagi pemerintah dalam perumusan kebijakan.

Ketiga penelitian terdahulu memberikan kontribusi pada pemahaman mengenai opini publik terhadap kebijakan pemerintah melalui pendekatan deskriptif, *framing*, dan analisis sentimen berbasis machine learning. Namun, terdapat beberapa celah penelitian yang masih terbuka. Penelitian terdahulu belum mengintegrasikan analisis sentimen dengan kerangka teoritis yang secara spesifik menjelaskan dinamika penerimaan dan penolakan publik, seperti *Social Judgment Theory*, yang mampu memetakan rentang sikap publik secara lebih komprehensif. Kemudian penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada identifikasi sentimen atau performa algoritma, tetapi belum mengaitkannya secara langsung dengan evaluasi efektivitas kebijakan. Lebih lanjut, belum ada penelitian yang menelaah opini publik pada konteks kebijakan yang secara sosial sensitif, seperti labelisasi keluarga miskin, melalui pendekatan yang menggabungkan analisis kuantitatif berbasis data digital dan penjelasan teoritis mengenai pembentukan sikap. Kondisi ini menunjukkan perlunya studi yang mampu menjelaskan bagaimana opini digital berfungsi sebagai indikator penerimaan kebijakan, sekaligus menjembatani aspek empiris dan teoretis dalam evaluasi kebijakan publik.

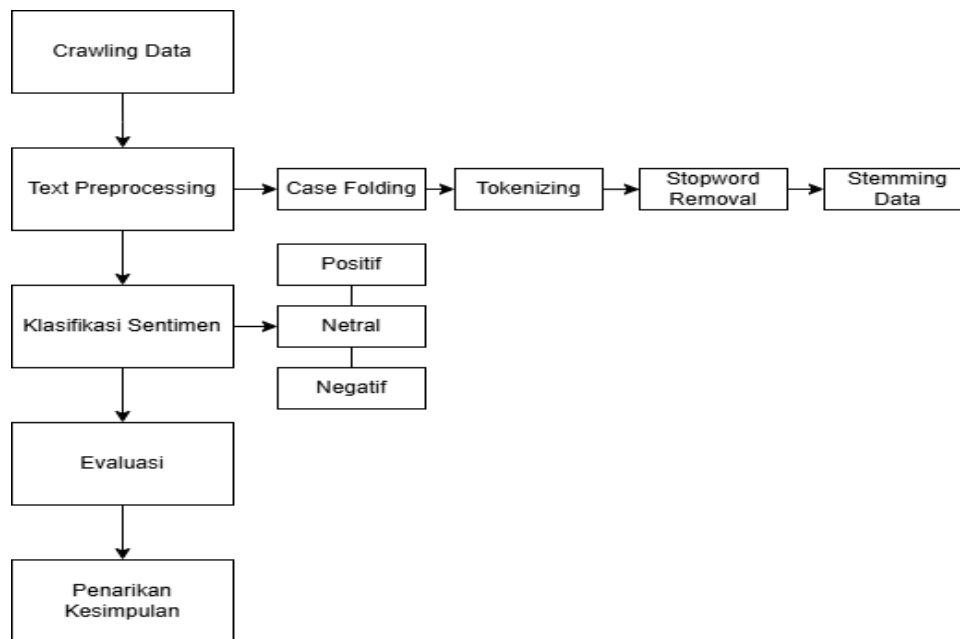
Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan analisis sentimen skala besar dari platform Instagram dengan kerangka teoretis Social Judgment Theory untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan labelisasi stiker “Keluarga Miskin” secara sosial. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan dataset multi-sumber yaitu berupa data sekunder dari tiga akun *instagram* @cretivox, @kemensosri, dan @geraldvincent yang berjumlah 7.576 komentar, kemudian menerjemahkan hasil klasifikasi sentimen menjadi *positive*, *negative*, *neutral* ke dalam tiga dimensi penerimaan SJT yaitu *latitude of acceptance*, *latitude non-commitment*, dan *latitude of rejection*. Secara konseptual, studi ini mengisi celah antara pendekatan kuantitatif otomatis (*sentiment analysis*) dan penjelasan teoretis mengenai pembentukan sikap publik, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana opini digital merefleksikan legitimasi dan dampak sosial kebijakan yang berpotensi menstigma. Implikasi kebaruan ini berguna untuk merumuskan rekomendasi kebijakan yang tidak hanya efektif secara administratif tetapi juga sensitif terhadap nilai dan martabat publik.

## METODE

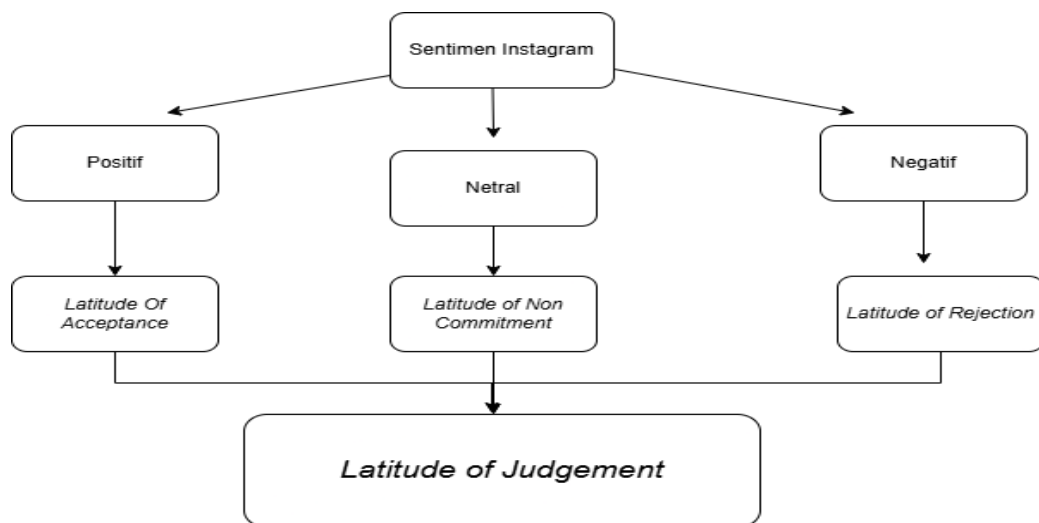
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini memanfaatkan data dalam bentuk teks yang dikonversi menjadi nilai numerik untuk dianalisis secara statistik. Menurut Waruwu et al. (2025), metode penelitian kuantitatif berperan penting dalam menghasilkan data yang objektif dan terukur sehingga temuan penelitian dapat diuji secara sistematis.

Sumber data dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari media sosial Instagram pada unggahan akun @cretivox, @geraldvincent, @kemensosri. Akun @cretivox dipilih karena menampilkan data jangkauan terbanyak pada Instagram dengan 209 ribu *likes* serta 8 ribu komentar pada akun pertama dan 4 juta tayangan reel pada akun @geraldvincent. Sedangkan akun ke 3 dipilih karena menyediakan informasi terpercaya yaitu data postingan dari akun resmi Kementerian Sosial Republik Indonesia.

Pada penelitian ini, teknik analisis menggunakan 2 tahap yaitu olah data sentimen serta klasifikasi data sentimen ke 3 dimensi *social judgment theory* (EBSCO, 2020; Pang & Lee, 2004; Zhao, Liu, & Xu, 2016). Adapun tahapan sentiment dan proses klasifikasi dimensi SJT dapat dilihat pada gambar di bawah:



Gambar 2. Proses Olah Sentimen



Gambar 3. Proses Klasifikasi SJT

## PEMBAHASAN

Pada Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dari postingan Instagram pada akun @kemensosri, @geraldvincent, @cretivox. Proses pengambilan data awal menggunakan teknik *crawling data* dengan ekstensi *instan-data scraper* yang mengambil data komentar dari tiap-tiap akun yang dijadikan data sekunder oleh peneliti (Tribuana, Usman, & Dayanti, 2025). Pada proses *crawling data* yang dilakukan peneliti pada 3 November 2025, peneliti mendapat 7576 komentar atas keseluruhan akun dengan rincian sebagai berikut : akun @kemensosri sebanyak 1.932 komentar, akun @cretivox sebanyak 5.339 komentar, dan akun @geraldvincent sebanyak 305 komentar. Seluruh komentar yang telah

terkumpul selanjutnya diekspor ke dalam format CSV untuk dilakukan proses *cleaning* dan *pre-processing* sebelum masuk pada tahap analisis sentimen (Kustyana et al., 2024).

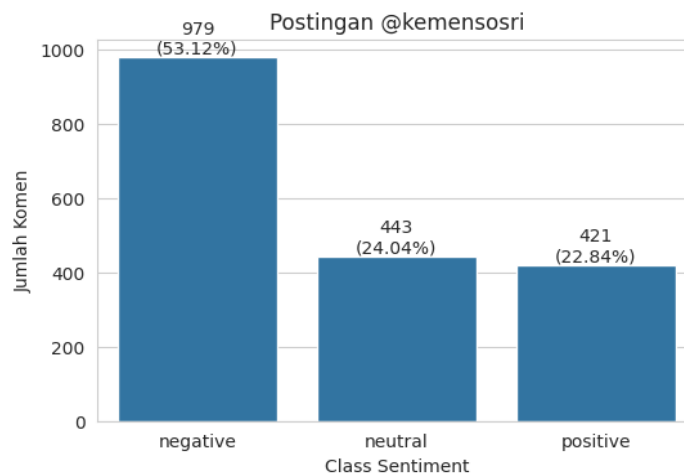
Data yang telah diperoleh kemudian masuk kepada tahap pembersihan atau kerap dikenal sebagai tahap *cleaning and pre-processing*. Pada tahap ini, data mentah akan diolah untuk menghilangkan komentar yang bias ataupun komentar tanpa konteks. Berikut merupakan hasil data setelah melalui proses *preprocessing and cleaning* :

**Tabel 2.**  
Hasil *Pre-processing and Cleaning*

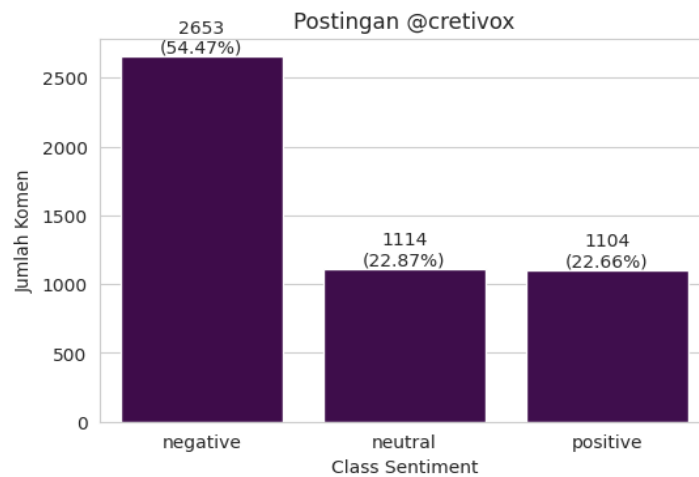
No	Nama Akun / Objek Penelitian	Jumlah Komentar Awal	Jumlah Komentar Layak (Setelah <i>Pre-processing</i> )	Teknik <i>Pre-processing</i> yang Digunakan	Pengurangan Data
1	@kemensosri	1.932	1.843	<i>Cleaning, filtering, noise removal</i>	89
2	@cretivox	5.339	4.874	<i>Cleaning, filtering, noise removal</i>	465
3	@geraldvincent	305	290	<i>Cleaning, filtering, noise removal</i>	15

Sumber: Hasil olah data peneliti

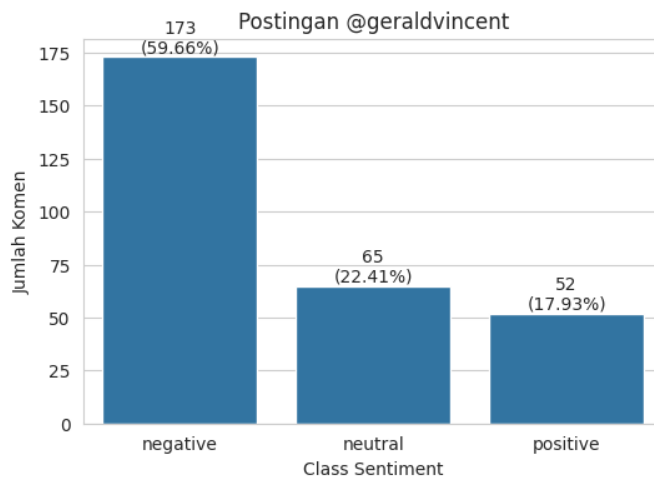
Data yang telah diperoleh kemudian diproses pada Tahap analisis sentimen untuk mengidentifikasi kecenderungan opini publik terhadap kebijakan penempelan stiker “*keluarga miskin*” pada penerima bantuan sosial berdasarkan komentar pengguna Instagram pada tiga akun yang menjadi fokus penelitian. Klasifikasi sentimen kemudian dibagi menjadi 3 bagian yaitu positif, negatif dan netral (Jayadianti et al., 2022). Adapun hasil dari klasifikasi sentimen dapat di lihat pada gambar berikut:



**Gambar 4.**  
Klasifikasi Sentimen Akun @kemensosri



**Gambar 5.**  
Klasifikasi Sentimen Akun @cretivox



**Gambar 6.**  
Klasifikasi Sentimen Akun @geraldvincent

Analisis sentimen pada ketiga akun menunjukkan pola yang konsisten, di mana sentimen negatif secara dominan mewarnai respons warganet. Pada akun @kemensosri, komentar negatif mencapai 979 atau 53,12% dari keseluruhan data, disusul sentimen netral sebanyak 443 komentar (24,04%) dan sentimen positif 421 komentar (22,84%). Dominasi serupa terlihat pada akun @cretivox, dengan 2.653 komentar negatif (54,47%), sementara sentimen netral dan positif muncul dalam proporsi yang hampir setara, masing-masing 1.114 komentar (22,87%) dan 1.104 komentar (22,66%). Bahkan pada akun @geraldvincent, pola ini tetap berulang, di mana sentimen negatif tercatat sebanyak 173 komentar (59,66%), jauh mengungguli sentimen netral yang berjumlah 65 komentar (22,41%) dan sentimen positif yang hanya mencapai 52 komentar (17,93%). Keseluruhan temuan ini menunjukkan bahwa isu yang diangkat ketiga akun tersebut cenderung memicu respons yang lebih kritis dan bernada negatif dari publik, dibandingkan tanggapan netral (Zhao et al., 2016).

### Analisis Social Judgement Theory

#### 1. Dimensi Latitude of Acceptance

*Latitude of Acceptance* merupakan dimensi yang menilai rentang sikap ketika publik

menilai suatu kebijakan dapat diterima karena dianggap sesuai dengan nilai yang mereka anggap benar (Doherty & Kurz, 1996; EBSCO, 2020). Dalam *social judgement theory*, dimensi ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat yang dalam hal ini merupakan kebijakan program labelisasi stiker "Keluarga Miskin" dianggap baik atau tidak bertentangan dengan nilai publik sehingga publik dapat menerima kebijakan tersebut (EBSCO, 2020).

Berdasarkan data yang telah diperoleh dalam sentimen positif dari ketiga akun instagram, respon publik menunjukkan angka yang cukup rendah dari total data yang ada. Hasil olah data dapat diketahui sebagai berikut : Akun @kemensosri mendapatkan 421 komentar positif atau 22,84% dari total komentar. Akun @cretivox mendapat 1104 komentar positif atau 22,66% dari total komentar. Akun @geraldvincent mendapat 52 komentar positif atau 17,93% dari total komentar yang ada. Secara keseluruhan, dimensi ini memperlihatkan bahwa terdapat kelompok publik yang menempatkan kebijakan dalam rentang penerimaan, meskipun proporsinya cenderung rendah dibanding yang lainnya.

**Tabel 3.**  
Ulasan *Positive*

No.	Ulasan	Sentimen	Tanggal Komentar	Akun
1.	"tujuan nya bagus juga sih agar tidak salah sasaran tempel sticker kalo rasa mampu pasti malu dan tidak mau".	<i>Positive</i>	01-11-2025	@cretivox
2.	"ide yang bagus tuan"	<i>Positive</i>	01-11-2025	@cretivox
3.	"gaskannnn karna di kampung saya rata rata terima bansos dan pkh rumah mewah biar ada dikit gitu <i>accessorisnya</i> "	<i>Positive</i>	01-11-2025	@cretivox

Sumber: Hasil olah sentimen peneliti

## 2. Dimensi *Latitude of Non-Commitment*

*Latitude of Non-Commitment* merupakan respon publik yang belum menentukan posisi yang jelas, baik menerima maupun menolak suatu kebijakan (Sarihati, Si, Luthfie, Kurniadi, & Si, 2022). Dalam *social judgement theory*, dimensi ini menjelaskan persepsi individu ketika merasa informasi yang dimiliki belum cukup atau ketika isu ada tidak terlalu bersinggung dengan nilai penerimaan tetapi masih belum cukup untuk diterima begitu pun juga untuk ditolak (EBSCO, 2020). Dimensi ini juga menjelaskan atas sikap individu yang masih ragu-ragu terhadap kebijakan yang ada dan memilih untuk tidak berpihak.

Dalam penelitian ini, dimensi *latitude of non-commitment* tercermin melalui sentimen netral pada komentar di tiga akun instagram yang telah diolah peneliti. Berdasarkan temuan data, komentar yang memiliki sentimen netral sebagai berikut : Akun @kemensosri mendapat 443 komentar netral atau 24,04% dari total komentar yang ada. Akun @cretivox mendapat 1114 komentar netral atau 22,87% dari total komentar. Akun @geraldvincent mendapat 65 komentar netral atau 22,41% dari total komentar yang ada. Secara keseluruhan, dimensi ini menunjukkan adanya kelompok publik yang masih berada dalam posisi menunggu dan belum memiliki sikap determinan terhadap efektivitas maupun dampak kebijakan.

**Tabel 4.**  
Ulasan Neutral

No.	Ulasan	Sentimen	Tanggal Komentar	Akun
1.	"trik kurangi jumlah terima bansos"	Neutral	01-11-2025	@kemensosri
2.	"Di blora jawa tengah yang punya sawah hektar2an punya sapi banyak dapet bansos"	Neutral	01-11-2025	@kemensosri
3.	"bu kalo ngerasa gak miskin kenapa mau juga di bantu"	Neutral	02-11-2025	@geraldvincent

Sumber: Hasil olah sentimen peneliti

### 3. Dimensi *Latitude of Rejection*

*Latitude of rejection* merupakan persepsi publik ketika menolak suatu kebijakan karena dianggap bertentangan dengan nilai atau sikap yang mereka anggap benar (EBSCO, 2020; Sarihati et al., 2022). Dalam *social judgment theory*, dimensi ini muncul ketika kebijakan yang ada atau dalam hal ini merupakan program labelisasi stiker "Keluarga Miskin" dianggap bertentangan dengan nilai yang ada pada respon publik. Maka hal ini menyebabkan penolakan, kritik terhadap kebijakan tersebut (EBSCO, 2020).

Dalam penelitian ini, dimensi *latitude of rejectiton* atau penolakan menjadi yang paling dominan diantara dimensi yang lain berdasarkan data yang telah diolah peneliti melalui sentimen negatif pada ketiga akun yang telah dianalisis. Hasil dari sentimen negatif yang ada pada tiga akun tersebut ialah sebagai berikut : Akun @kemensosri mendapat 979 komentar negatif atau 53,12% dari total komentar sentimen yang ada. Akun @cretivox mendapatkan 2653 komentar negatif atau 54,47% dari total komentar sentimen yang ada. Akun @geraldvincent mendapat 173 komentar negatif atau 59,66% dari total komentar sentimen yang ada. Tingginya proporsi sentimen negatif tersebut menunjukkan bahwa kelompok penolak menempatkan kebijakan ini secara tegas di luar rentang nilai yang dapat mereka terima (Snedegar, 2021). Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa dimensi penolakan merupakan respons yang paling kuat dari publik terhadap kebijakan labelisasi.

**Tabel 5.**  
Ulasan Negative

No.	Ulasan	Sentimen	Tanggal Komentar	Akun
1.	"begitu rendah masyarakat miskin".	Negative	2-10-2025	@cretivox
2.	"ada bahasa masyarakat kurang mampu kan"	Negative	2-10-2025	@geraldvincent
3.	"masalah etika mas, ketika mau bantu ya yang baik2 ajah tidak usah ada tulis keluarga miskin yang ada liat hina"	Negative	1-10-2025	@kemensosri

Sumber: Hasil olah sentimen peneliti

### 4. Dimensi *Social Judgement*

*Social Judgment* merupakan tahapan akhir dalam kerangka *Social Judgment Theory* yang menggambarkan bagaimana publik membentuk posisi sikap final setelah mereka menilai suatu kebijakan melalui tiga rentang sebelumnya: *acceptance*, *non-commitment*, dan *rejection* (EBSCO, 2020). Pada tahap ini, publik tidak lagi berada pada proses mempertimbangkan, tetapi sudah menyimpulkan apakah kebijakan tersebut selaras atau bertentangan dengan nilai yang mereka

anggap penting (EBSCO, 2020; Snedegar, 2021). Dengan demikian, *social judgment* berfungsi sebagai indikator agregat mengenai bagaimana sebuah kebijakan diterima pada level sosial.

Dalam penelitian ini, kesimpulan sikap publik dibentuk melalui pola distribusi sentimen yang konsisten pada tiga akun yang dianalisis. Data menunjukkan bahwa proporsi sentimen negatif merupakan kategori dengan persentase tertinggi pada seluruh akun: 979 komentar negatif pada akun @kemensosri (53,12%), 2.653 komentar negatif pada akun @cretivox (54,47%), dan 173 komentar negatif pada akun @geraldvincent (59,66%). Dominasi ini jauh melampaui persentase sentimen positif maupun netral, sehingga menggambarkan bahwa mayoritas publik menempatkan kebijakan labelisasi stiker “Keluarga Miskin” pada rentang penolakan. Dengan demikian, *social judgment* yang terbentuk menunjukkan bahwa posisi sikap publik secara kolektif condong pada penolakan terhadap kebijakan labelisasi, mengingat proporsi penolakan menjadi representasi sikap akhir yang paling dominan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis sentimen dan pemetaan sikap publik melalui *Social Judgment Theory*, penelitian ini menyimpulkan bahwa penerimaan publik terhadap kebijakan labelisasi stiker “Keluarga Miskin” di Kabupaten Kepahiang cenderung rendah. Temuan pada tiga sumber data menunjukkan bahwa sentimen negatif menjadi respons paling dominan, sehingga kebijakan ini lebih banyak ditempatkan masyarakat dalam *latitude of rejection*. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kebijakan dianggap bertentangan dengan nilai sosial publik, terutama karena dipersepsikan berpotensi menimbulkan stigma, rasa malu, serta kerentanan sosial bagi penerima bantuan.

Meskipun terdapat sebagian kecil komentar yang menunjukkan dukungan (*latitude of acceptance*) dan kelompok yang masih ragu atau menunggu informasi (*latitude of non-commitment*), proporsi tersebut tidak cukup kuat untuk menandingi penolakan yang muncul secara konsisten. Hal ini menandakan bahwa tujuan administratif kebijakan yakni verifikasi ketepatan data penerima bantuan tidak sepenuhnya sejalan dengan persepsi dan sensitivitas sosial masyarakat, sehingga menciptakan jurang antara niat kebijakan dan realitas penerimaan publik.

Dengan demikian, efektivitas kebijakan labelisasi tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan verifikasi data, tetapi juga sangat bergantung pada bagaimana kebijakan tersebut diterima secara sosial. Temuan ini mengindikasikan perlunya strategi komunikasi publik yang lebih empatik, pendekatan kebijakan yang mengurangi potensi stigmatisasi, serta mekanisme verifikasi alternatif yang lebih sesuai dengan nilai sosial masyarakat agar implementasi kebijakan dapat berjalan secara lebih legitim dan diterima publik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, R., & Herawati, A. (2024). Analisis Sentimen Publik Terhadap Kebijakan Program Tabungan Perumahan Rakyat (Tapera). *Journal of Information System and Computer*, 4(1), 13–19. <https://doi.org/10.34001/jister.v4i1.1002>
- Adam, S., Noviyanto, I., & Prasetyo, A. (2021). Pembentukan Opini Publik Program Bantuan Sosial COVID-19 Pemprov DKI Jakarta Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Framing pada Akun Instagram @dkijakarta). *Jurnal Health Sains*, 2(1), 145–161. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i1.173>
- Anggara, S. (2014). *Kebijakan publik*. CV Pustaka Setia.
- Dedy Sugiarto, Ema Utami, & Ainul Yaqin. (2022). Perbandingan Kinerja Model TF-IDF dan BOW untuk Klasifikasi Opini Publik Tentang Kebijakan BLT Minyak Goreng. *Jurnal Teknik Industri*, 12(3), 272–277. <https://doi.org/10.25105/jti.v12i3.15669>
- Doherty, M. E., & Kurz, E. M. (1996). Social judgement theory. *Thinking & Reasoning*, 2(2–3), 109–140.
- Dunn, W. N. (2015). *Public policy analysis*. routledge.
- EBSCO. (2020). *Social Judgment Theory*.

- Engkus, E. (2021). Public organizational performance: Policy implementation in environmental management in Bandung City. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 34(4), 380–384.
- Fitriyani, R. (2025). 764 Data KPM Bansos di Kepahiang Diusulkan Dicoret, Dampak Pemasangan Stiker! *Radar Kepahiang*.
- Jayadianti, H., Kaswidjanti, W., Utomo, A. T., Saifullah, S., Dwiyanto, F. A., & Drezewski, R. (2022). Sentiment analysis of Indonesian reviews using fine-tuning IndoBERT and R-CNN. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 14(3), 348–354.
- Kalangi, L., & Pusung, R. (2023). Evaluasi Pertanggungjawaban Pelaksanaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah Berdasarkan Permendagri No 77 Tahun 2020 Terhadap Laporan Keuangan Pada UPTD Balai Perbenihan Dan Persuteraan Alam Dinas Kehutanan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 6(2), 1223–1230.
- Kustyana, E., Prasetyo, E., Nurfauziah, S., Azahra, W. A., & Nanda, Z. (2024). Sentiment Analysis of MyPertamina on Google Play Store Using Naïve Bayes for Sustainable Policies. *Jurnal Dialektika: Jurnal Ilmu Sosial*, 22(3), 297–311.
- Noerkaisar, N. (2021). Efektivitas penyaluran bantuan sosial pemerintah untuk mengatasi dampak Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Manajemen Perbendaharaan*, 2(1), 83–104.
- Pang, B., & Lee, L. (2004). A sentimental education: Sentiment analysis using subjectivity summarization based on minimum cuts. *ArXiv Preprint Cs/0409058*.
- Salsabila, N., Muna, N., Pradana, V. H., & Nurcahya, W. F. (2024). Analisis efektivitas bantuan sosial (bansos) dalam mengatasi kemiskinan di Indonesia. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(4), 1–13.
- Sarihati, T., Si, M., Luthfie, H. M., Kurniadi, B., & Si, M. (2022). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Schumann, D. (2014). Public acceptance. In *Carbon Capture, Storage and Use: Technical, Economic, Environmental and Societal Perspectives* (pp. 221–251). Springer.
- Snedegar, J. (2021). Reasons, competition, and latitude. *Oxford Studies in Metaethics*, 6, 134–156.
- Suparman, N., Engkus, E., Syamsir, S., Fadjar, F., & Mubarok, M. (2019). Implementasi kebijakan pemungutan pajak hotel atas rumah kos di Kota Bandung. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 5(3), 304–318.
- Tribuana, D., Usman, U., & Dayanti, D. (2025). Penerapan Natural Language Processing Untuk Analisis Sentimen Terhadap Layanan Publik Di Media Sosial Twitter. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis Cerdas*, 1(1), 28–37.
- Waruwu, M., Puat, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode penelitian kuantitatif: Konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932.
- Zhao, J., Liu, K., & Xu, L. (2016). *Sentiment analysis: Mining opinions, sentiments, and emotions*. MIT Press One Rogers Street, Cambridge, MA 02142-1209, USA journals-info ....