

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.3 Tujuan Penulisan</b> .....	6
<b>1.4 Manfaat Penulisan</b> .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
<b>2.1 Ruang Publik Digital</b> .....	7
<b>2.1.1 Opini Publik di Media Sosial</b> .....	11
<b>2.2 Penetapan Agenda (<i>agenda-setting</i>)</b> .....	13
<b>2.3 Hubungan Ruang Publik Digital dan Penetapan Agenda (<i>agenda-setting</i>)</b> .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	24
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	24
<b>3.2 Sumber Data</b> .....	26
<b>3.3 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	27
<b>3.4 Teknik Analisis Data</b> .....	28
<b>3.4.1 Online scrapping</b> .....	28
<b>3.4.2 Content Analysis</b> .....	29
<b>BAB IV BIG DATA ANALYSIS (BDA) TERHADAP CUITAN WARGANET</b> .....	32
<b>4.1 Parameter <i>Text Mining</i></b> .....	32
<b>4.2 Word Cloud</b> .....	35
<b>4.3 Sentiment Analysis</b> .....	38
<b>4.4 Topic Modelling</b> .....	45
<b>4.5 Aktor yang terlibat dalam perbincangan publik berdasarkan analisis SNA</b> .....	50
<b>4.7 Konten Analisis</b> .....	54
<b>4. 8 Respon Pemerintah usai muncul penolakan terhadap kebijakan kenaikan PPN 12% di Twitter (X)</b> .....	62
<b>BAB V HUBUNGAN ANTARA OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP PENETAPAN AGENDA (<i>AGENDA-SETTING</i>) DALAM KASUS KEBIJAKAN KENAIKAN PPN 12%</b> .....	70
<b>5.1 Agenda Universe</b> .....	74



<b>5.2 Systemic Agenda</b> .....	78
<b>5.3 Instiusional Agenda</b> .....	85
<b>5.4 Decision Agenda</b> .....	89
<b>5.5 Transmisi Agenda antara Opini Publik Digital dan Pembuat Kebijakan</b> .....	96
<b>BAB VI PENUTUP</b> .....	102
<b>6.1 Kesimpulan</b> .....	102
<b>6.2 Keterbatasan Penelitian</b> .....	103
<b>6.3 Saran</b> .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	106

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Kerangka Konsep Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabel 3. 1 Tahap Pengumpulan dan Analisis Data.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 4. 1 Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4. 2 Contoh Cuitan Publik di Media Sosial terkait Kenaikan PPN 12% Berdasarkan Sentimen .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4. 3 Aktor - aktor sentral yang terlibat dalam percakapan publik di Twitter .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 4 Analisis konten berdasarkan urutan kata yang paling banyak diperbincangkan dari hasil <i>word cloud</i> dan <i>topic modelling</i> .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4. 5 Konten Analisis Berdasarkan Penetapan Agenda (<i>Agenda-Setting</i>).....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 6 Konten analisis berdasarkan aspek kebijakan.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4. 7 <i>Headline</i> media digital pada periode viral kebijakan kenaikan PPN 12% di Twitter (X) .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 8 Runtutan kebijakan kenaikan PPN menjadi 12% periode November 2024 hingga Januari 2025.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 5. 1 <i>Headline</i> berita media digital pada periode viral kebijakan kenaikan PPN 12% di Twitter (X).....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 5. 2 Analisis konten berdasarkan urutan kata yang paling banyak diperbincangkan dari hasil <i>word cloud</i> dan <i>topic modelling</i> .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 5. 3 Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 5. 4 Tahapan <i>Agenda-Setting</i> Kebijakan Kenaikan PPN 12% di Media Sosial Berdasarkan Temuan .....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4. 1 Hasil <i>word cloud</i> periode November 2024 - Januari 2025 .....</b>	<b>36</b>
<b>Gambar 4. 2 Distribusi sentimen publik terhadap isu kenaikan PPN 12% periode November 2024 - Januari 2025 .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 4. 3 Hasil dari <i>topic modelling</i> kebijakan kenaikan PPN 12% .....</b>	<b>46</b>
<b>Gambar 4. 4 Analisis SNA terhadap cuitan di Twitter.....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 4. 5 Fenomena perdebatan publik antara pemerintah dan masyarakat di Twitter (X) .....</b>	<b>67</b>