

# **ANALISIS SENTIMEN & TANGGAPAN PUBLIK DI MEDIA SOSIAL**

**Terhadap Pembatasan Gratis Ongkir Melalui  
Peraturan Menteri Komdigi**

# LATAR BELAKANG



Pemerintah menerbitkan Permen Komdigi No. 8 Tahun 2025 tentang Layanan Pos Komersial yang salah satu poin utamanya adalah Promo gratis ongkir dibatasi maksimal 3 hari per bulan, dengan **tujuan** mencegah perang harga tidak sehat dan melindungi UMKM dan pelaku logistik kecil. Namun, kebijakan ini memicu beragam persepsi masyarakat, khususnya terkait dampaknya pada belanja online.

## MENGAPA TOPIKINI PENTING?

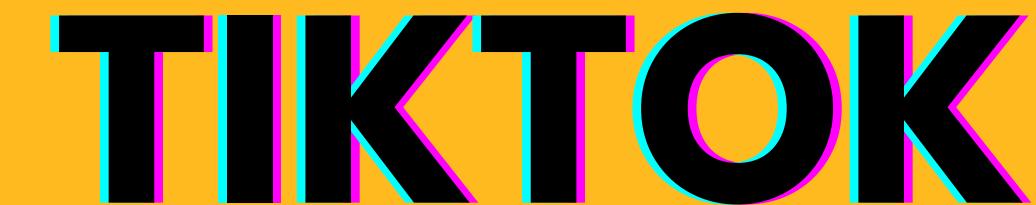
- Kebijakan ini berpotensi memengaruhi perilaku belanja online masyarakat dan ekosistem e-commerce secara luas.
- Analisis sentimen publik penting untuk memahami dampak kebijakan dan memberikan masukan konstruktif.



Kami telah mencari dan mengolah  
data sentimen dengan total

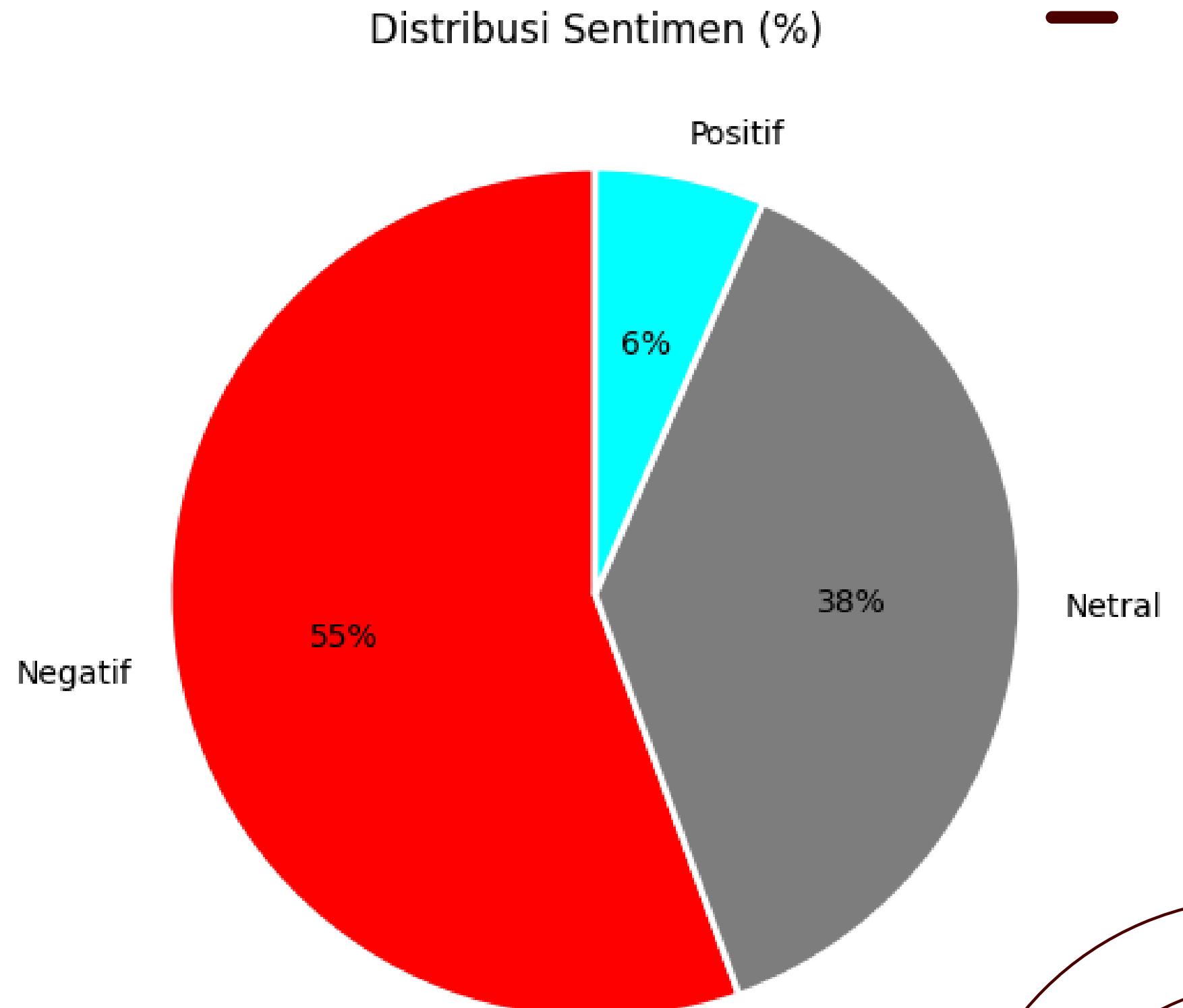
**5967** sentimen

yang bersumber dari platform



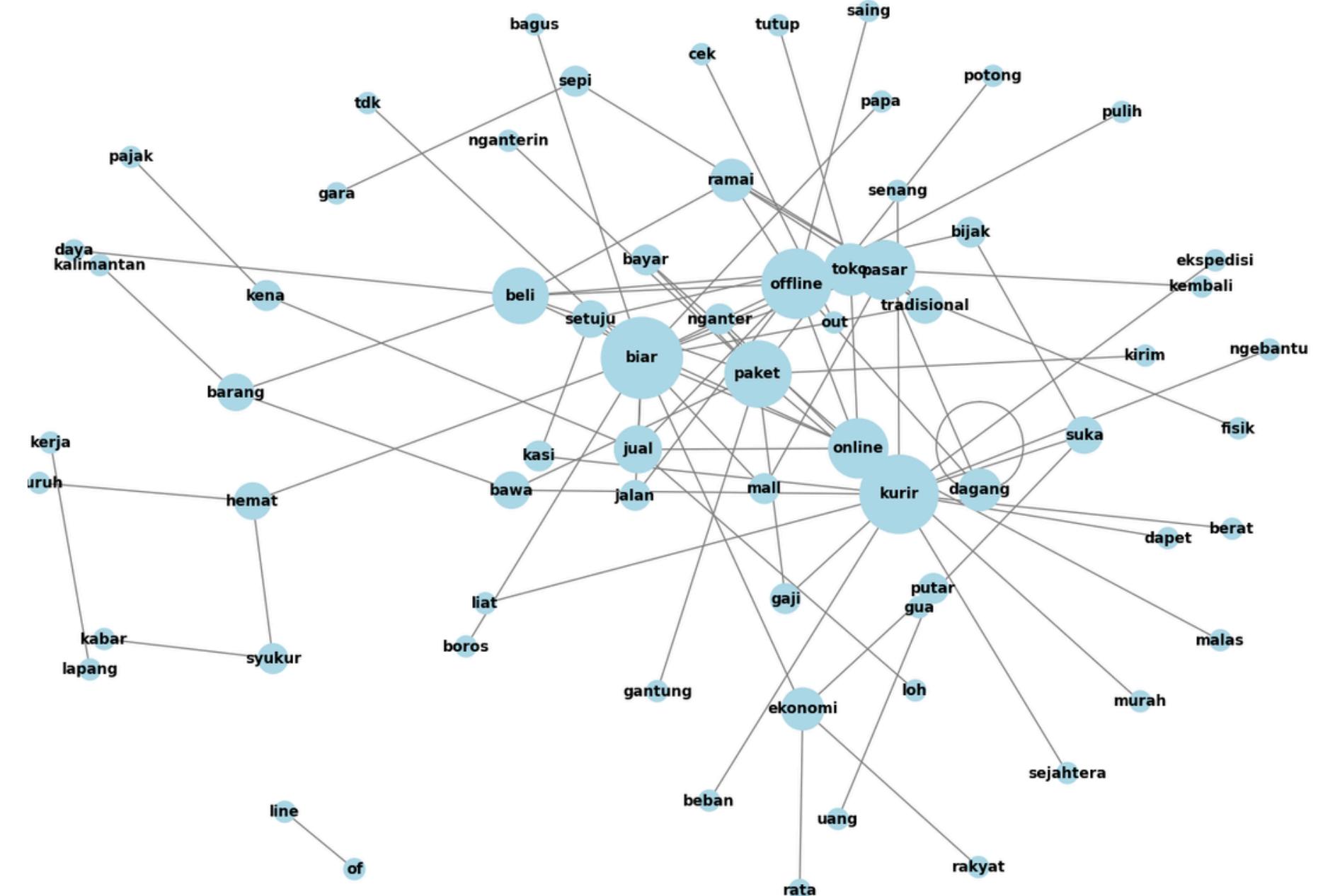
# PROPORSI SENTIMEN

01. **Dominan Negatif (55%):** Publik banyak yang menolak kebijakan ini.
02. **Netral (38%):** Karena bingung atau merasa tak terdampak. Dan banyak yang berpendapat di luar topik.
03. **Positif (6%):** Dari logistik & toko offline.
04. **Solusi Utama:** Perlu sosialisasi bahwa aturan hanya untuk diskon kurir, bukan promo e-commerce, guna meluruskan persepsi.



# WORDLINK POSITIF

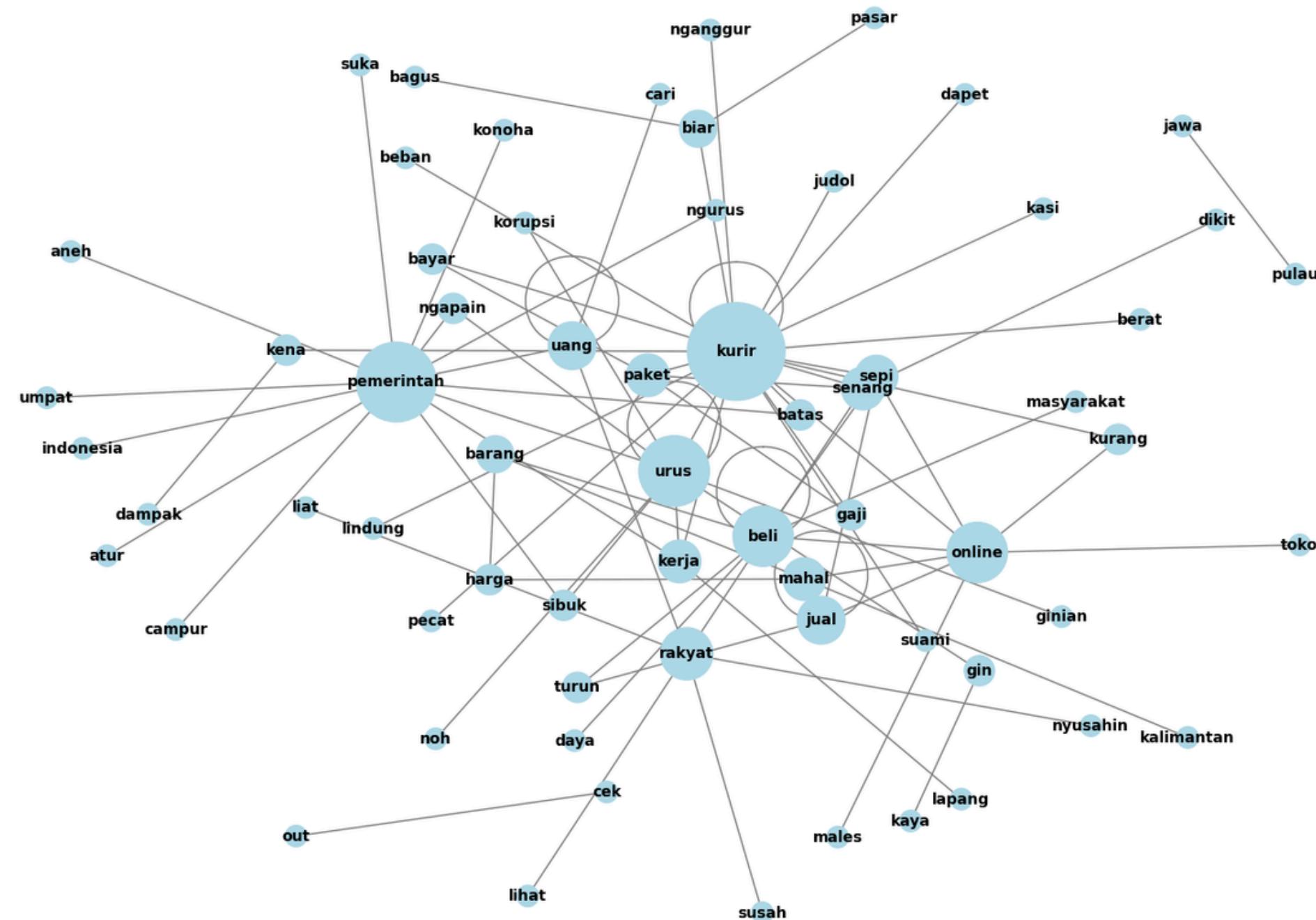
Top 100 Word Link (Bigram Network) dari sentimen positif (Ukuran Node Berdasarkan Derajat)



01. **Belanja Offline Diharapkan Populer**
  02. **Persetujuan Masyarakat**
  03. **Penghematan Biaya**
  04. **Kesejahteraan Kurir**

# **WORDLINK NEGATIF**

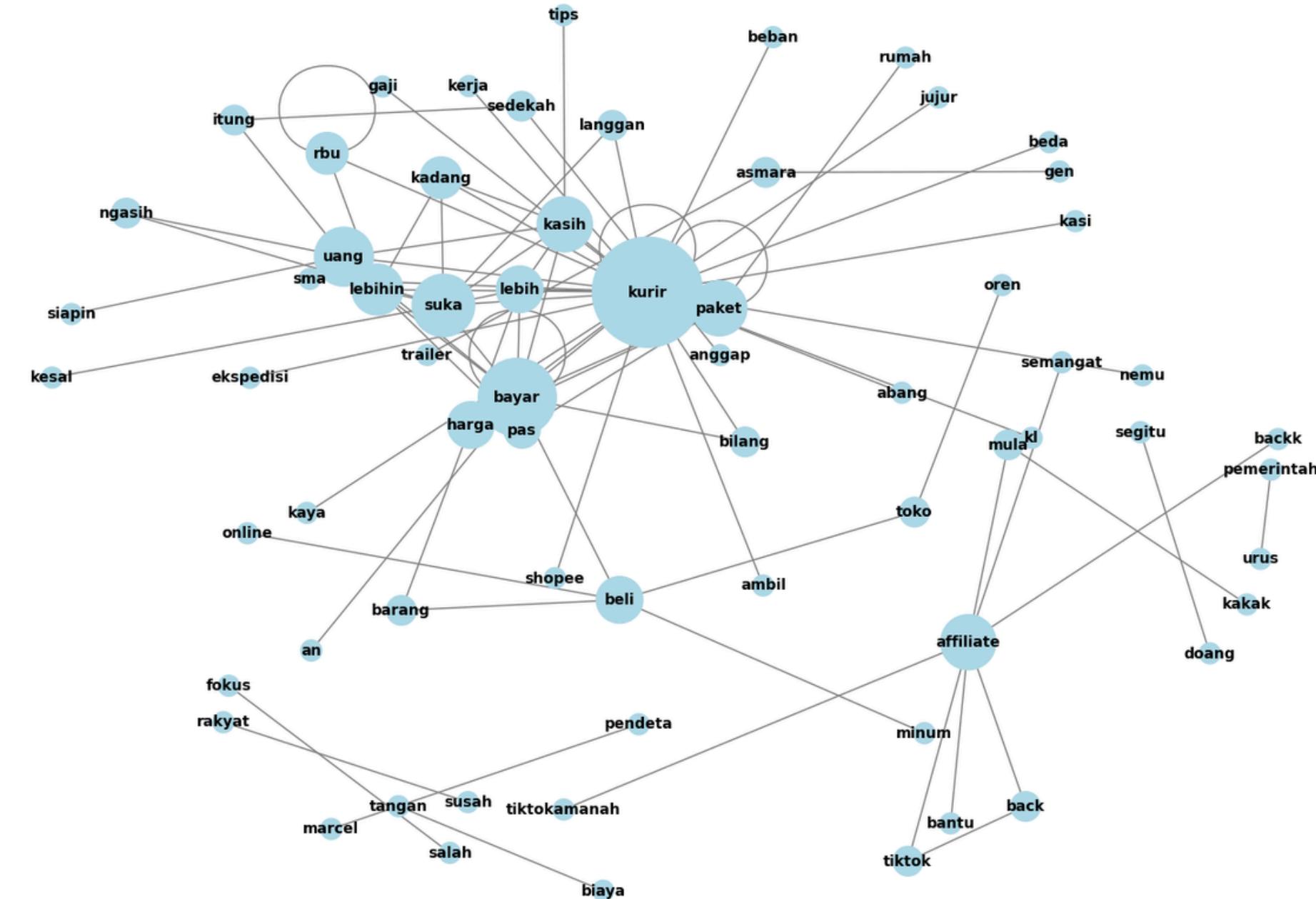
Top 100 Word Link (Bigram Network) dari sentimen negatif (Ukuran Node Berdasarkan Derajat)



01. **Empati terhadap Kurir**
  02. **Biaya Membebani Konsumen**
  03. **Kritik terhadap Kebijakan**
  04. **Penurunan Belanja Online**

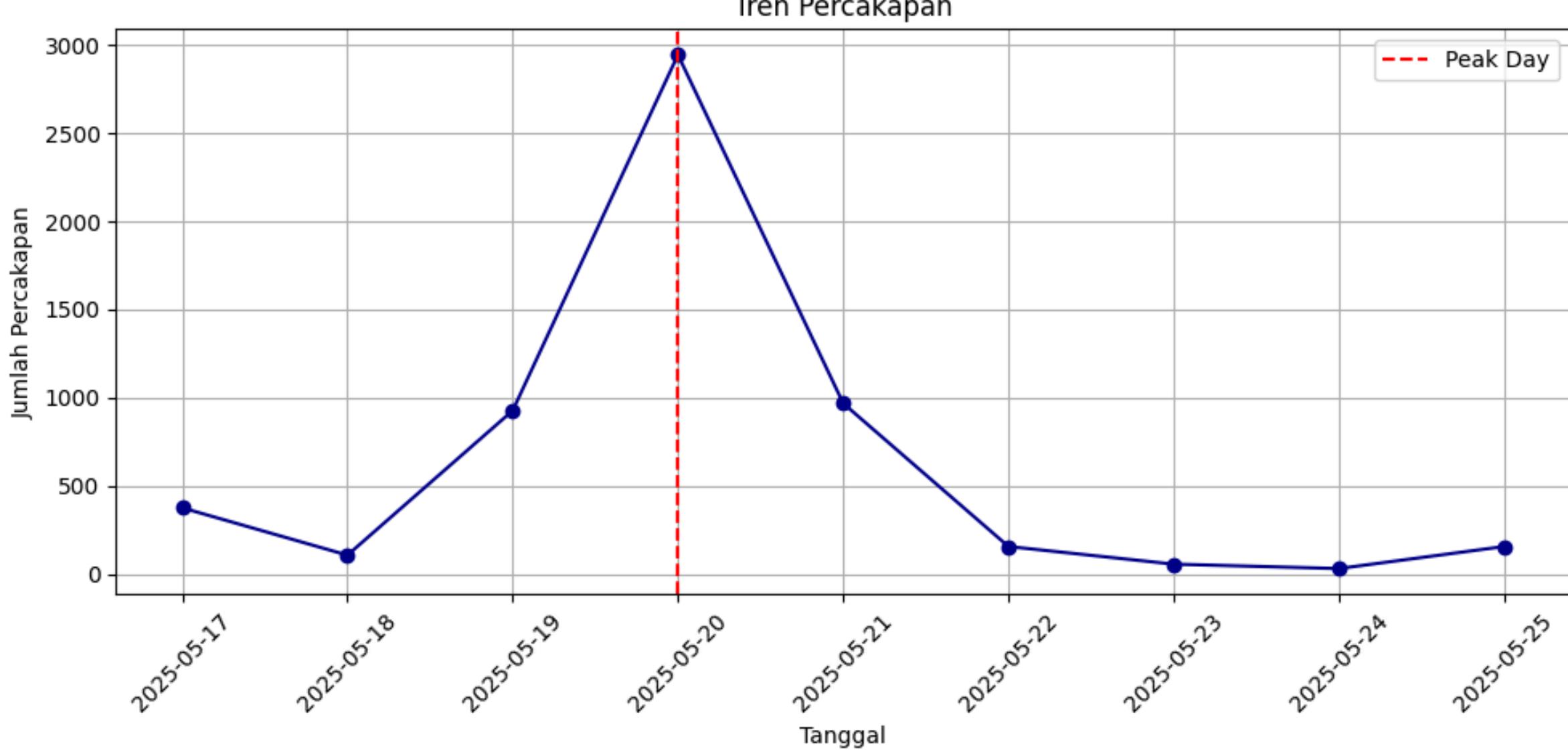
# WORDLINK NETRAL

Top 100 Word Link (Bigram Network) dari sentimen netral (Ukuran Node Berdasarkan Derajat)



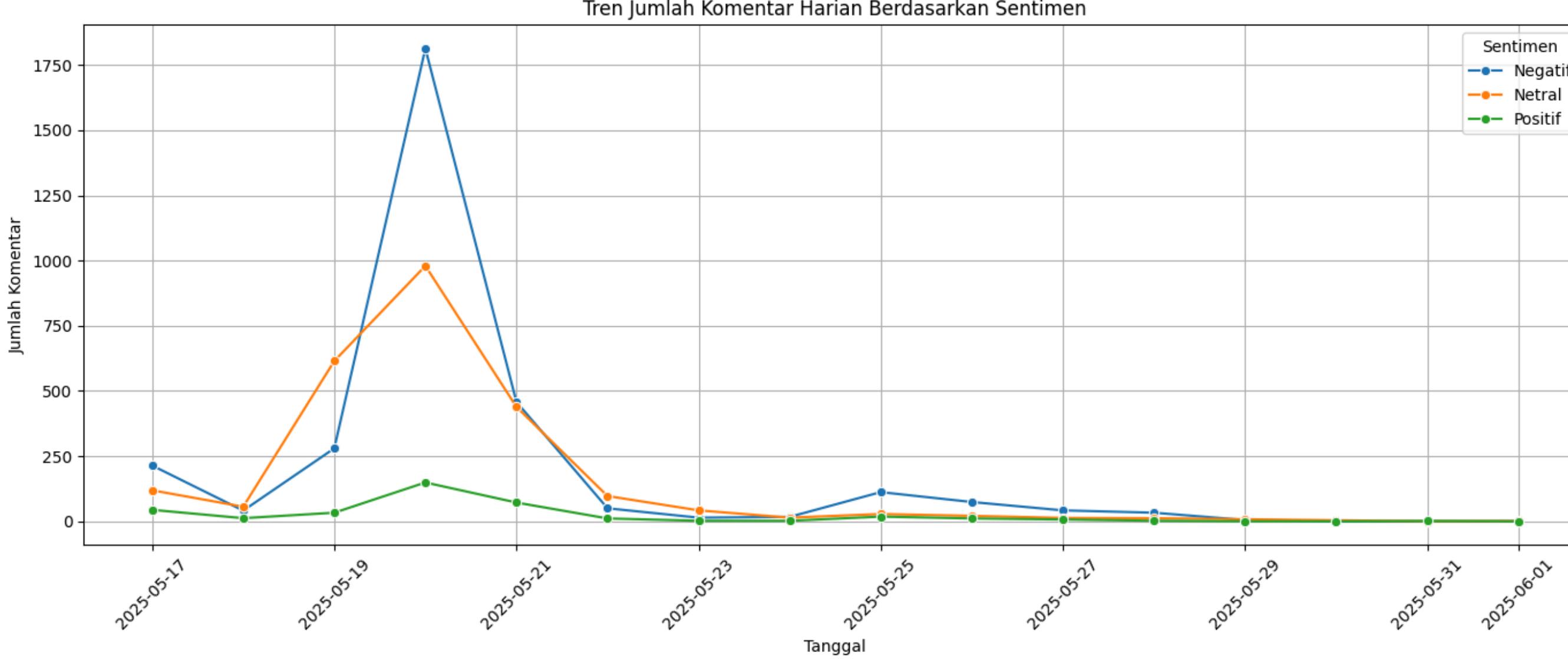
- 01** **Fokus Netral:** Pembicaraan soal belanja online ("paket", "beli") dan interaksi dengan kurir terkait pembayaran.
  - 02.** **Isu Kurir:** Diskusi tentang pembayaran ke kurir, tip, dan keluhan bayaran ekstra.
  - 03.** **Data Terganggu Noise:** Komentar tidak relevan ("asmara", "tiktok") mengganggu data.
  - 04.** **Makna Sikap Netral:** Publik kemungkinan objektif atau belum paham detail aturan Komdigi; isu terkait kurir perlu diantisipasi agar tidak menjadi negatif.

# TREN PERCAKAPAN



- **Puncak Perhatian Publik:**
  - Mencapai puncak pada 20 Mei 2025. Adanya peristiwa signifikan, seperti pengumuman peraturan.
- **Peningkatan Bertahap Sebelum Puncak:**
  - Percakapan meningkat secara bertahap dari 17 hingga 19 Mei. Menunjukkan publik mulai menemukan hal yang menarik perhatian.
- **Penurunan Cepat Pasca-Puncak:**
  - Setelah puncak, jumlah perbincangan menurun drastis dan terus menurun hingga stabil. Menunjukkan minat publik mereda dengan cepat,

# TREN JUMLAH KOMENTAR BERDASARKAN SENTIMEN

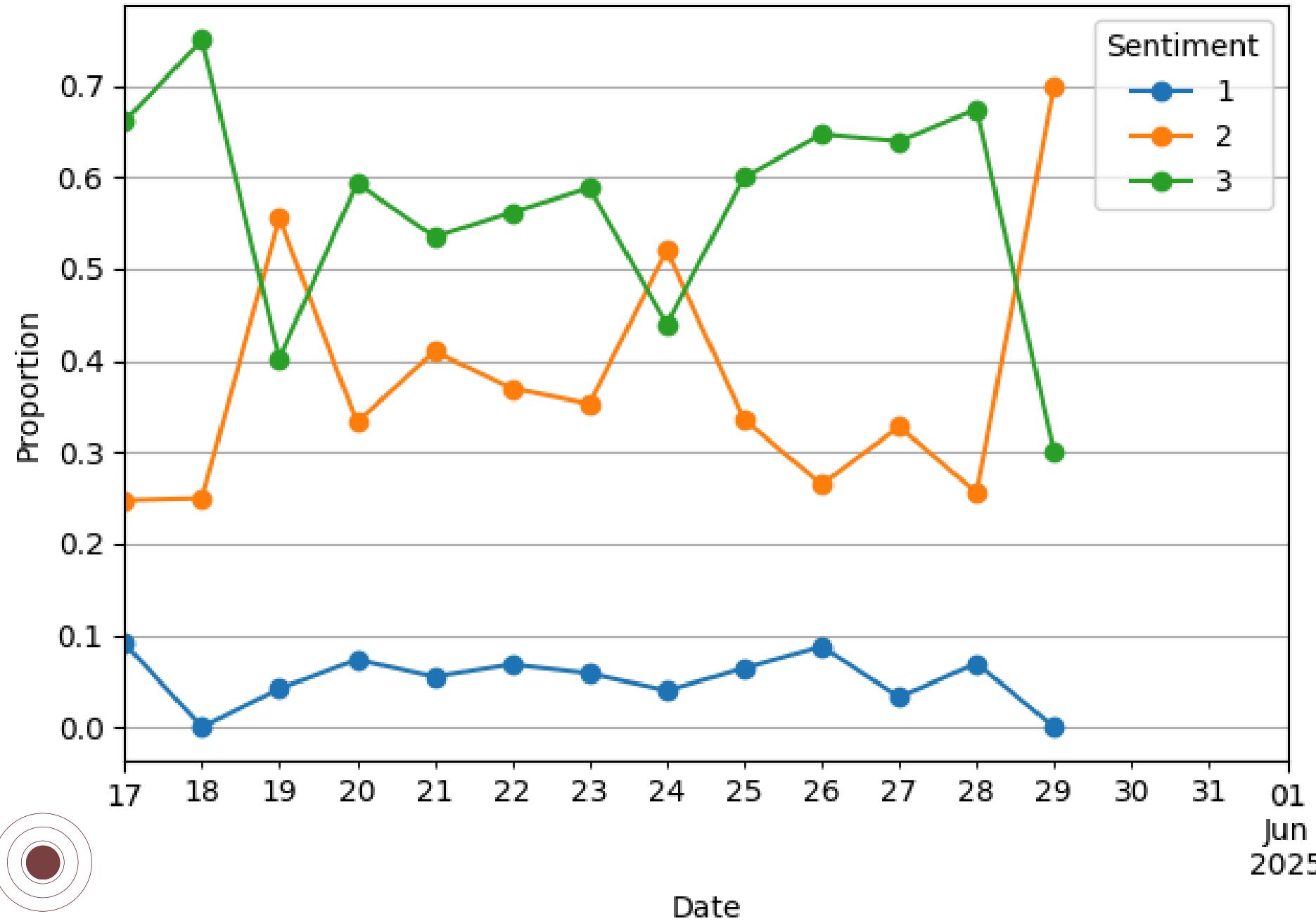


- **Lonjakan Sentimen Negatif pada Puncak:** Sentimen negatif mendominasi dengan **puncak 1750 komentar** pada 21 Mei 2025 : **penolakan publik yang kuat.**
- **Keterlibatan Sentimen Netral:** Sentimen netral juga tinggi (**1000 komentar**) pada puncak : diskusi publik yang tidak memihak.
- **Minimnya Sentimen Positif:** Sentimen positif hanya mencapai **250 komentar** : dukungan terbatas terhadap peraturan.
- **Penurunan Minat Publik:** Semua sentimen **menurun drastis dan stabil di bawah 100 komentar** hingga 1 Juni 2025.
- **Sentimen Negatif Tetap Relevan:** Meski perbincangan mereda, **sentimen negatif tetap sedikit lebih dominan** dibandingkan lainnya.

# SENTIMEN BERDASARKAN WAKTU



Sentiment Shift Over Time (Daily)



## Sentimen Positif (Label 1 – Biru) Rendah dan stabil.

- Cenderung stabil tanpa lonjakan.
- komentar bersifat positif sangat sedikit, selalu dibawah 10% : stabil tanpa lonjakan.

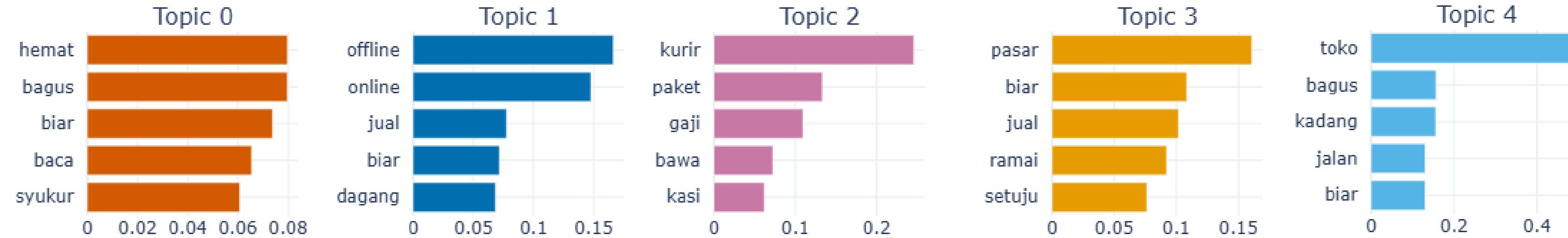
## Sentimen Netral (Label 2 – Oranye) Fluktuatif.

- Berkisar antara 25–55% : fluktuasi yang lebih besar dibanding sentimen lain.
- Hari seperti 19 dan 24 Mei, proporsinya melonjak : **topik netral** menjadi lebih banyak dibicarakan.

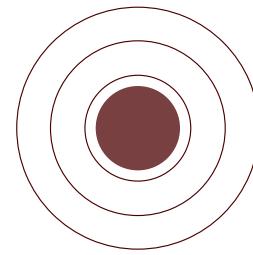
## Sentimen Negatif (Label 3 – Hijau) Dominan.

- Konsisten mendominasi sepanjang periode, proporsi : 50–70% hampir setiap hari.
- Mayoritas komentar cenderung negatif selama periode ini.

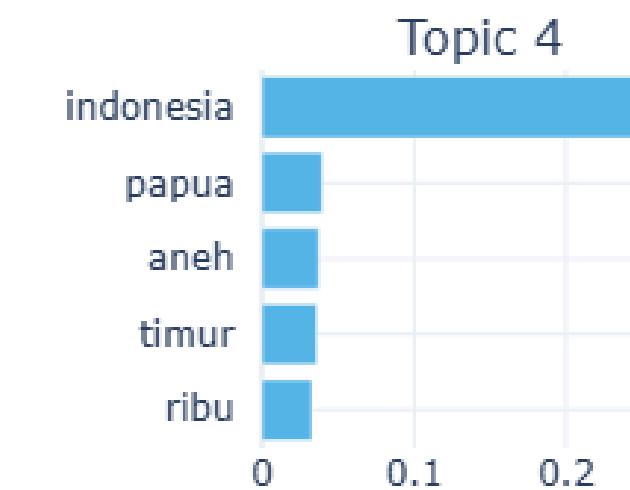
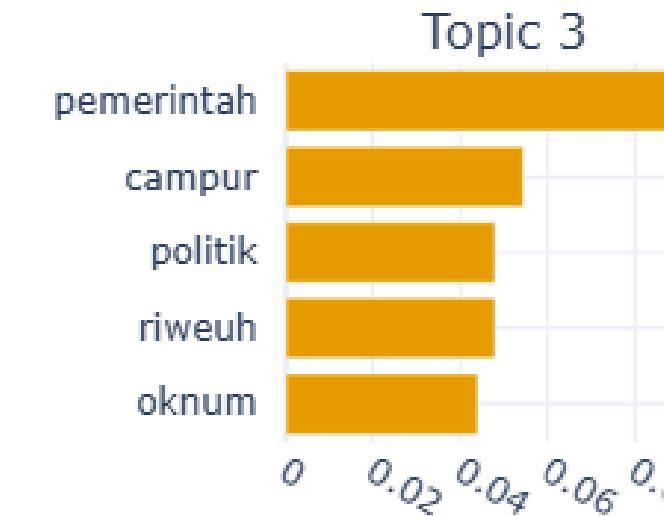
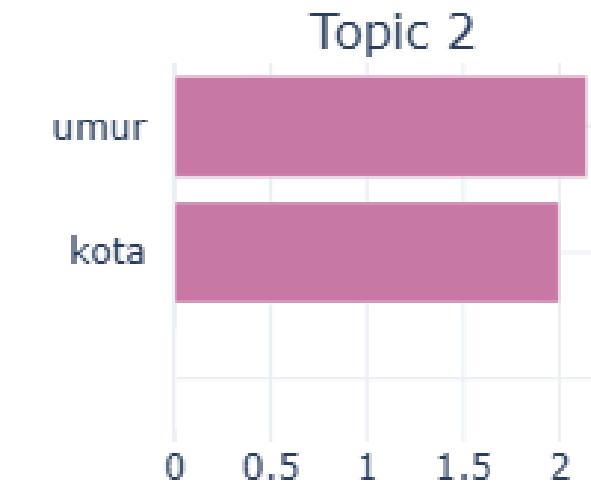
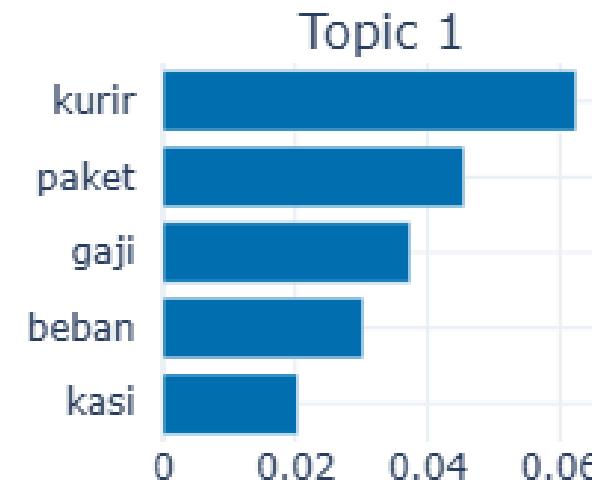
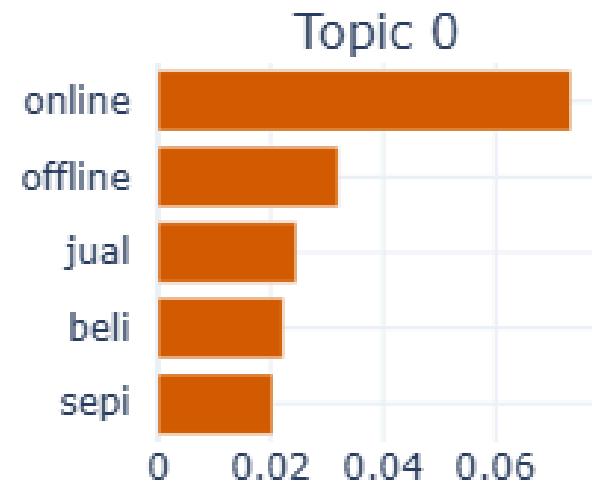
# TOPIC MODELING POSITIF



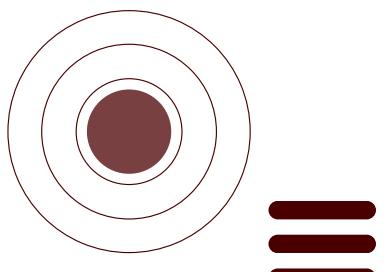
- **Penghematan Jadi Prioritas:** Sebagian publik melihat pembatasan ongkir sebagai peluang untuk lebih hemat, dengan sikap positif terhadap pengelolaan biaya.
- **Perbandingan Online dan Offline:** Diskusi tentang pilihan belanja online vs. offline, dengan fokus pada aktivitas jual-beli dan strategi hemat.
- **Kekhawatiran terhadap Kurir:** Menegaskan adanya empati terhadap kurir, dengan publik khawatir pendapatan mereka akan terdampak akibat penurunan belanja online.
- **Pasar Tradisional sebagai Solusi:** Pasar tradisional dipandang sebagai alternatif yang didukung, dengan potensi meningkatkan aktivitas ekonomi lokal.
- **Dukungan terhadap Toko Offline:** Toko offline dilihat sebagai opsi positif, dan juga diharapkan bisa ramai pembeli seperti dulu lagi.



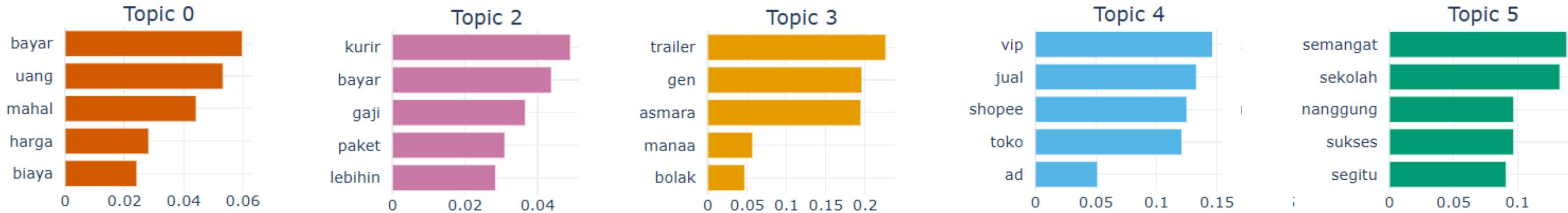
# TOPIC MODELING NEGATIF



- **Penurunan Aktivitas Belanja:** Pembatasan ongkir dianggap mengurangi aktivitas jual-beli online dan offline, dengan kekhawatiran pasar menjadi sepi.
- **Dampak pada Kurir:** Kekhawatiran publik bahwa kurir terbebani, baik dari segi pendapatan (gaji) maupun beban kerja, akibat penurunan belanja online.
- **Beban Ekonomi di Berbagai Kelompok:** Kelompok usia atau wilayah tertentu (kota) merasa terbebani oleh kebijakan ini, memperluas dampak negatifnya.
- **Kritik terhadap Pemerintah:** Ketidakpuasan terhadap pemerintah dan dugaan politisasi atau korupsi terkait peraturan ini.
- **Konteks Nasional yang Bermasalah:** Kebijakan ini dianggap aneh, karena gratis ongkir dari awal tidak mencangkup daerah indonesia yang lainnya (seperti di daerah luar pulau jawa).



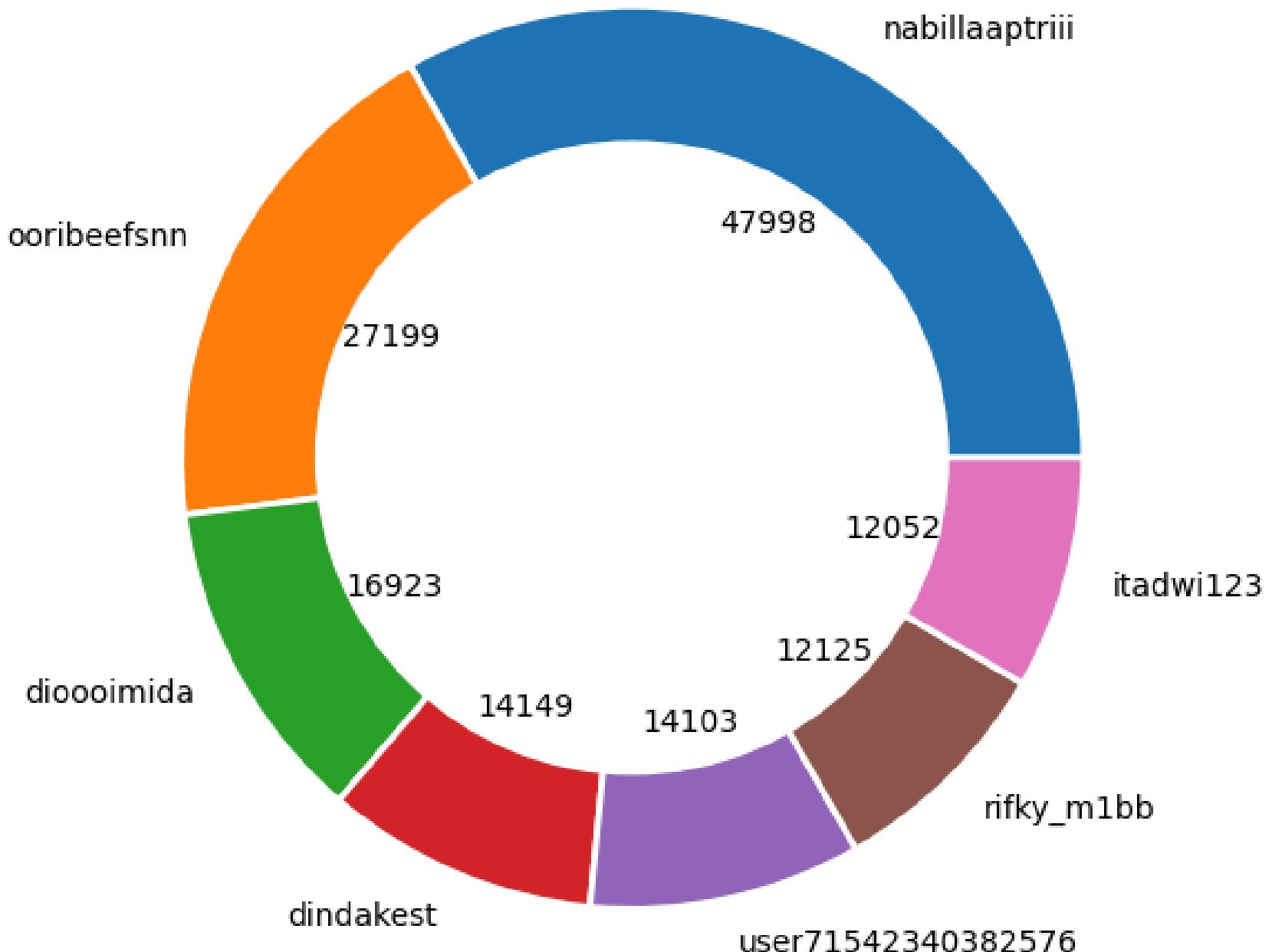
# TOPIC MODELING NETRAL



- **Fokus Netral pada Biaya:** Diskusi tentang biaya (bayar, mahal) tetap ada, tetapi dalam nada netral, mungkin sebagai pertimbangan tanpa keputusan tegas.
- **Perhatian pada Kurir dan Logistik:** Perhatian netral terhadap kurir dan paket, mungkin membahas dampak tanpa mengambil sikap kuat.
- **Pergeseran ke Hiburan:** Banyak diskusi netral beralih ke topik hiburan seperti sinetron Gen Z, menunjukkan perhatian publik yang terpecah.
- **Solusi E-commerce VIP:** Terdapat ide netral untuk membeli paket VIP di e-commerce (seperti Shopee) sebagai solusi gratis ongkir, menawarkan opsi praktis.
- **Topik Motivasi Terpisah:** Sentimen netral juga mencakup pembahasan motivasi atau kehidupan sehari-hari, tidak terkait ongkir.



Jumlah Engagement dari Masing-Masing Pemengaruuh

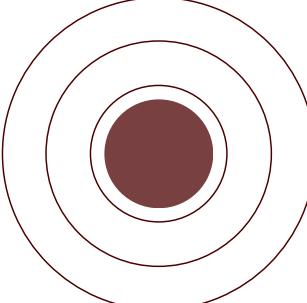


# ENGAGEMENT PEMENGGARUH

7 **akun pemengaruuh** yang kontra dengan dikeluarkannya Permen Komdigi No. 8 Tahun 2025 dengan engagement terbesar, yaitu:

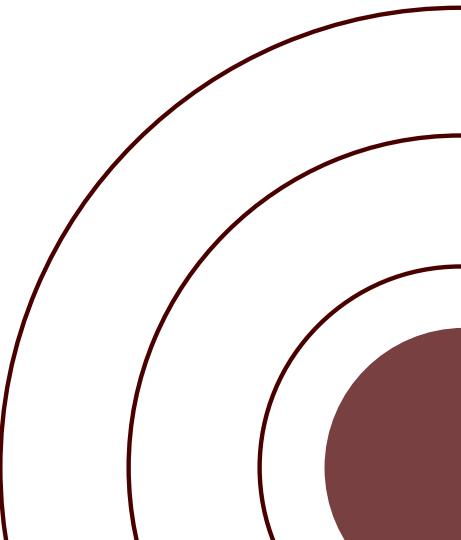
- |     |                      |     |                           |
|-----|----------------------|-----|---------------------------|
| 01. | <b>nabillaaptrii</b> | 05. | <b>user71542340382576</b> |
| 02. | <b>ooribeefsnn</b>   | 06. | <b>rifky_m1bb</b>         |
| 03. | <b>dioooimida</b>    | 07. | <b>itadwi123</b>          |
| 04. | <b>dindakest</b>     |     |                           |

# KESIMPULAN



Kebijakan pengaturan diskon ongkir melalui Permen Komdigi No. 8 Tahun 2025 memicu reaksi publik yang **majoritas negatif (55%)**, karena adanya kekhawatiran bahwa biaya belanja online akan naik dan pendapatan kurir terdampak. Puncak perbincangan terjadi pada 20 Mei 2025, menunjukkan tingginya atensi publik dalam waktu singkat.

Meskipun sebagian kecil mendukung kebijakan ini sebagai **peluang untuk toko offline** kembali berjaya, sentimen negatif yang mendominasi dan kritik terhadap pemerintah mengindikasikan adanya kesenjangan antara tujuan kebijakan dan pemahaman masyarakat.



# REKOMENDASI



- **Perjelas Tujuan Kebijakan:** Sampaikan alasan pembatasan dengan bahasa yang sederhana untuk kurangi penolakan publik.
- **Lindungi Pekerja Logistik:** Sediakan insentif atau bantuan untuk kurangi dampak ekonomi pada kurir/logistik.
- **Dukung Ekonomi Lokal:** Dorong belanja di pasar tradisional dan UMKM sebagai alternatif.
- **Berikan Opsi Alternatif:** Kerja sama dengan e-commerce untuk tetap hadirkan layanan pengiriman terjangkau.
- **Bangun Dialog Publik:** Libatkan masyarakat dalam diskusi terbuka untuk tingkatkan kepercayaan.
- **Pantau Dampak Secara Berkala:** Evaluasi kebijakan secara rutin agar tetap responsif terhadap kebutuhan publik.



**SEKIAN**  
**TERIMA KASIH**

