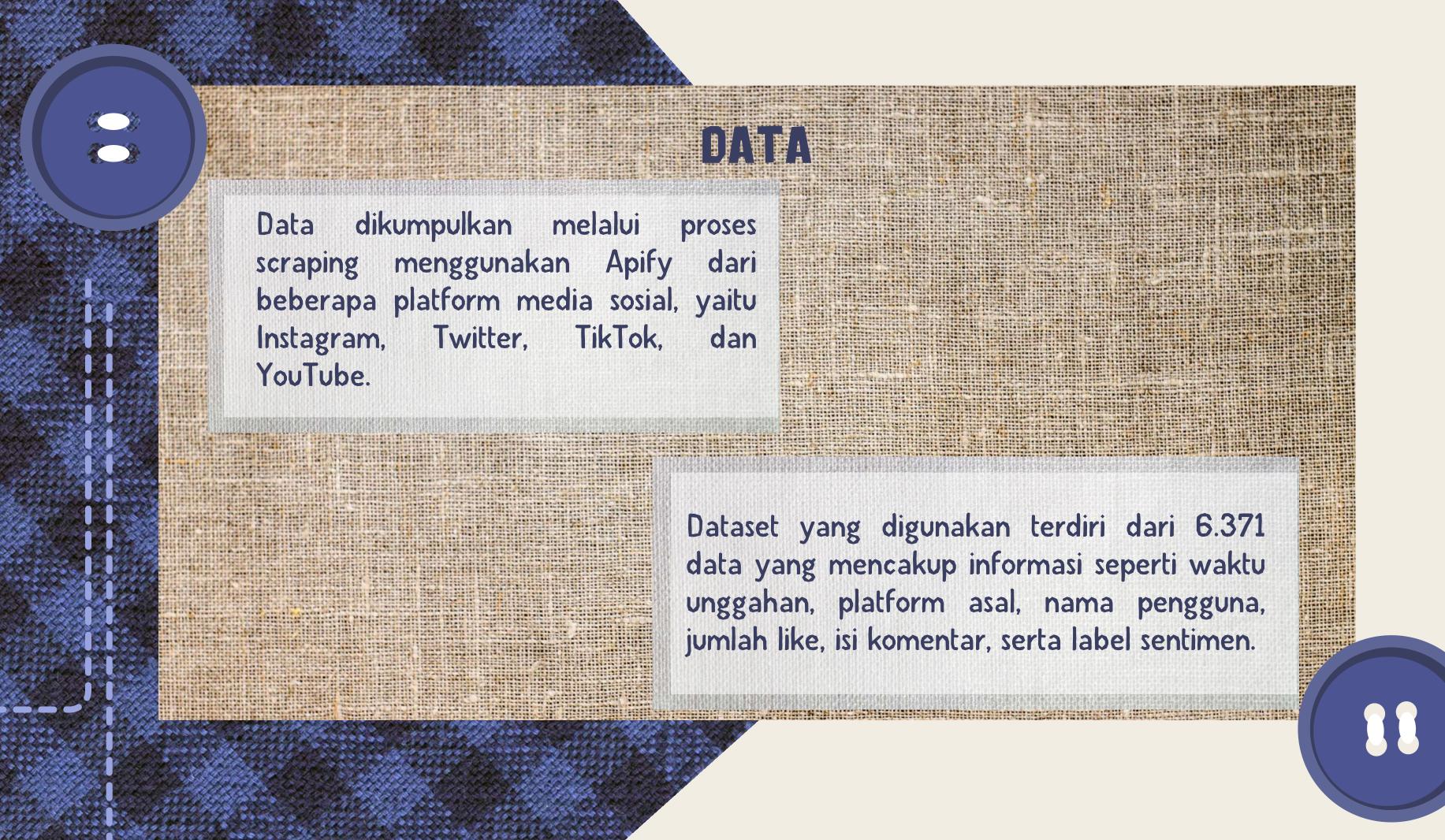
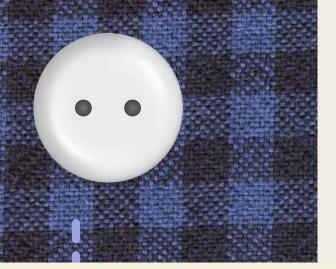
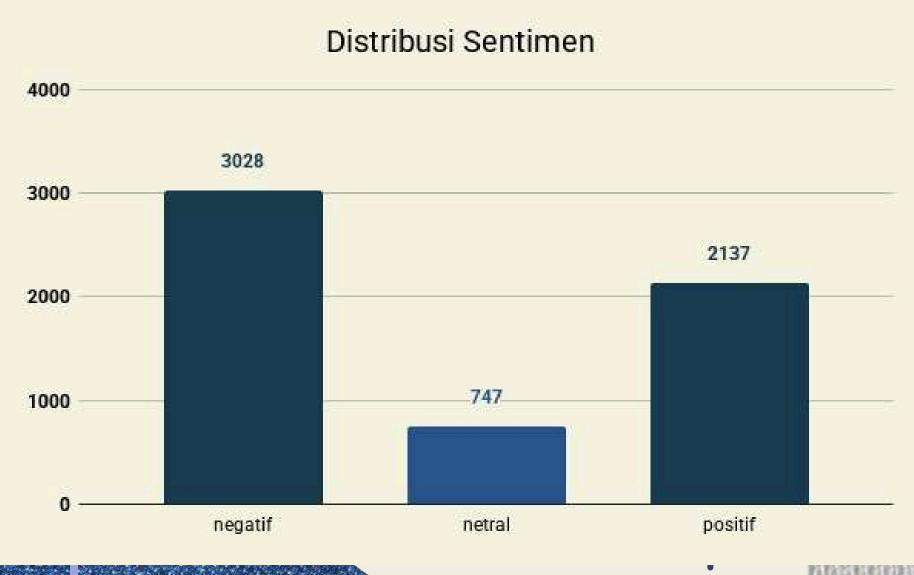


LATAR BELAKANG Program Makan Bergizi Gratis (MBG) merupakan salah satu janji utama pasangan Prabowo-Gibran dalam Pemilu 2024, dengan tujuan meningkatkan gizi anak sekolah dan ibu hamil serta menurunkan angka stunting. Sejak diumumkannya program ini memicu beragam reaksi dari masyarakat di berbagai platform media sosial, mulai dari dukungan hingga kritik. Media sosial menjadi cerminan opini publik yang dinamis dan cepat berkembang. Oleh karena itu, analisis sentimen publik terhadap program ini penting dilakukan untuk memahami persepsi masyarakat secara objektif dan berbasis data.





LABELLING



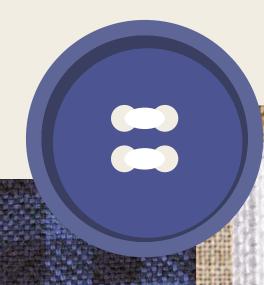
Didapatkan hasil distribusi sentimen

• Negatif: 3.028 (dominasi sentimen)

• Positif: 2.137 (dukungan signifikan)

• Netral: 747 (relatif sedikit)

Sentimen publik cenderung negatif, yang berarti program makan bergizi gratis Prabowo memicu respon pro dan kontra yang kuat, tetapi lebih condong ke respon kontra.



DISTRIBUSI MEDIA SOSIAL

Youtube



Twitter

Tiktok

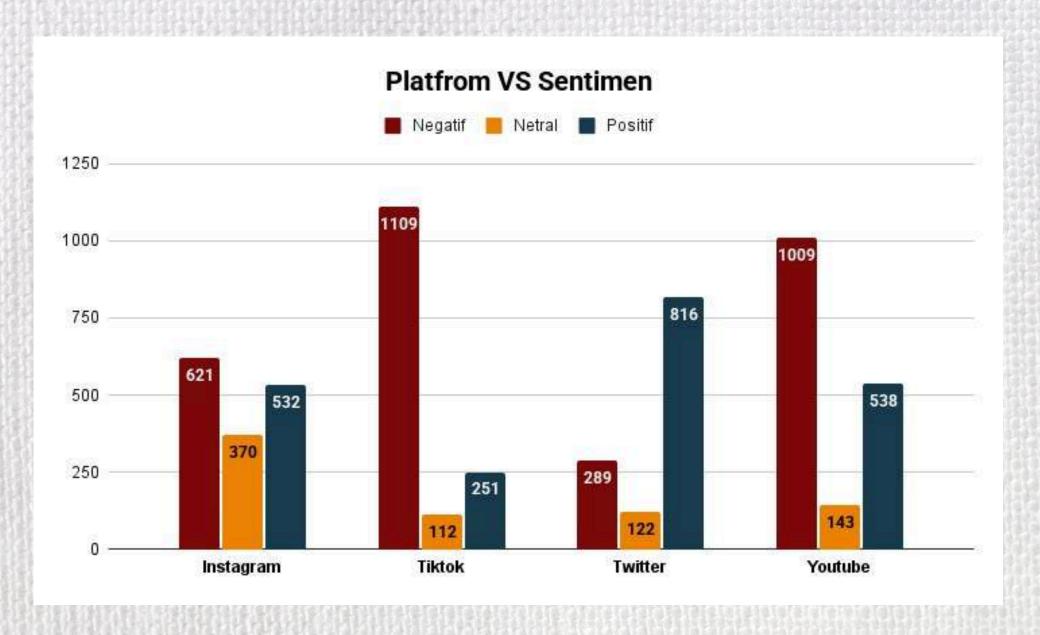
Instagram

Percakapan publik mengenai program MBG tersebar di berbagai platform.

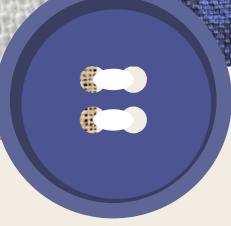
YouTube menjadi kanal paling aktif sedangkan Twitter relatif lebih sedikit digunakan.

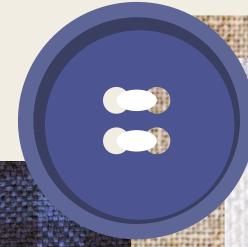


PLATFORM VS SENTIMEN

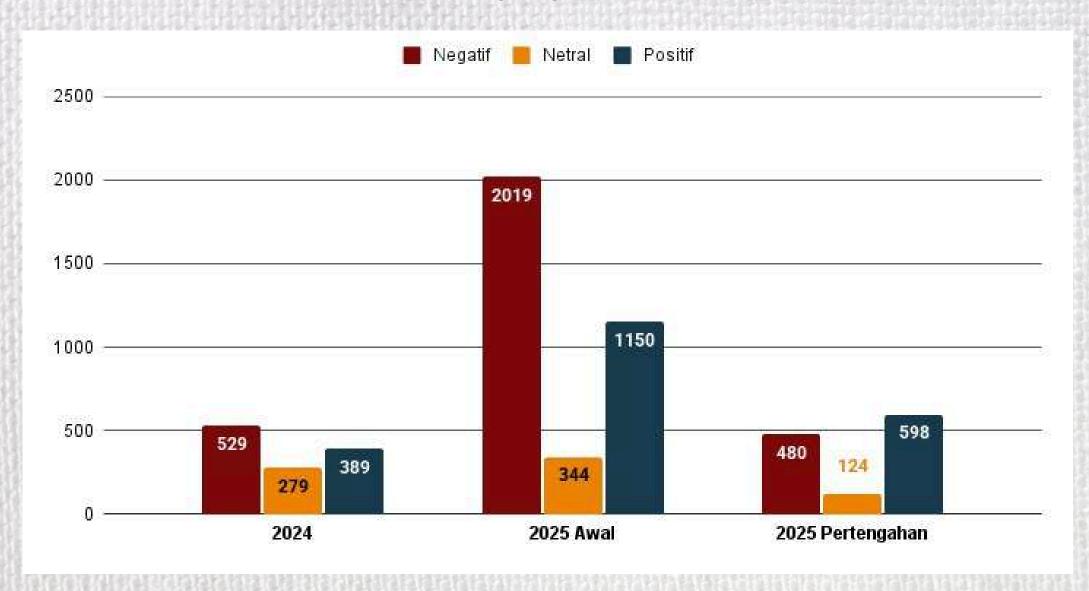


Grafik menunjukkan sentimen negatif dominan di TikTok dan YouTube, sentimen positif dominan di Twitter dan seimbang di Instagram.

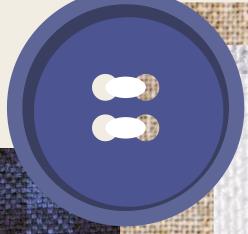




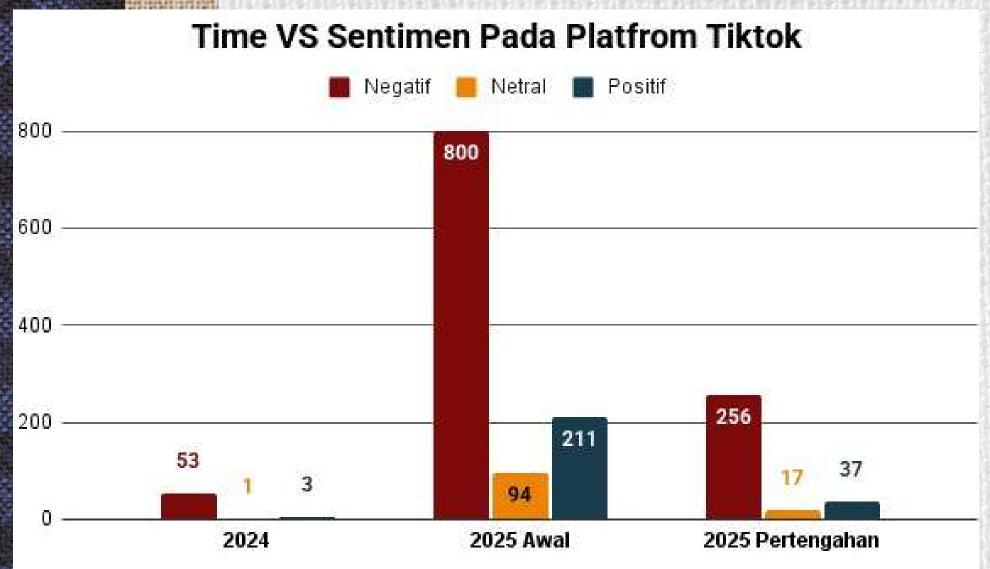
TIME VS SENTIMEN



Pada awal 2025, sentimen negatif terhadap program memuncak, namun sentimen positif juga meningkat tajam. Memasuki pertengahan 2025, kritik menurun dan respons positif tetap tinggi, menunjukkan perbaikan persepsi publik.

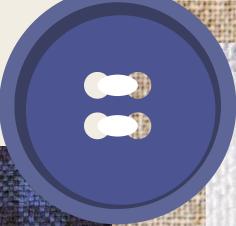


TIME VS SENTIMEN PADA PLATFORM TIKTOK

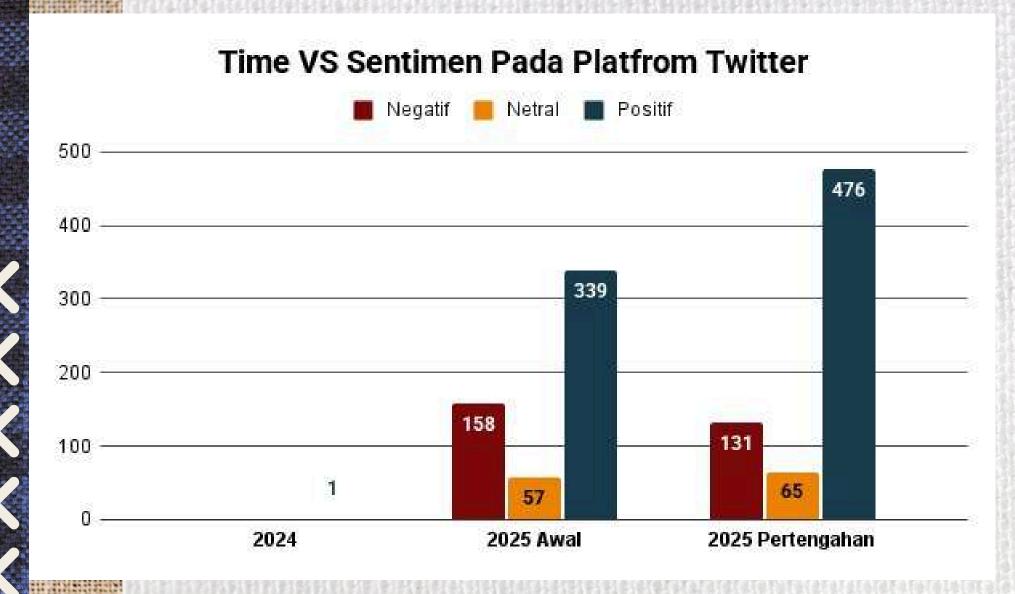


Awal 2025, terjadi lonjakan besar dengan dominasi sentimen negatif.

Memasuki pertengahan 2025, volume percakapan menurun drastis, namun sentimen negatif tetap mendominasi, yang berarti meskipun pembahasan mulai mereda, persepsi negatif masih cukup kuat di kalangan pengguna TikTok.

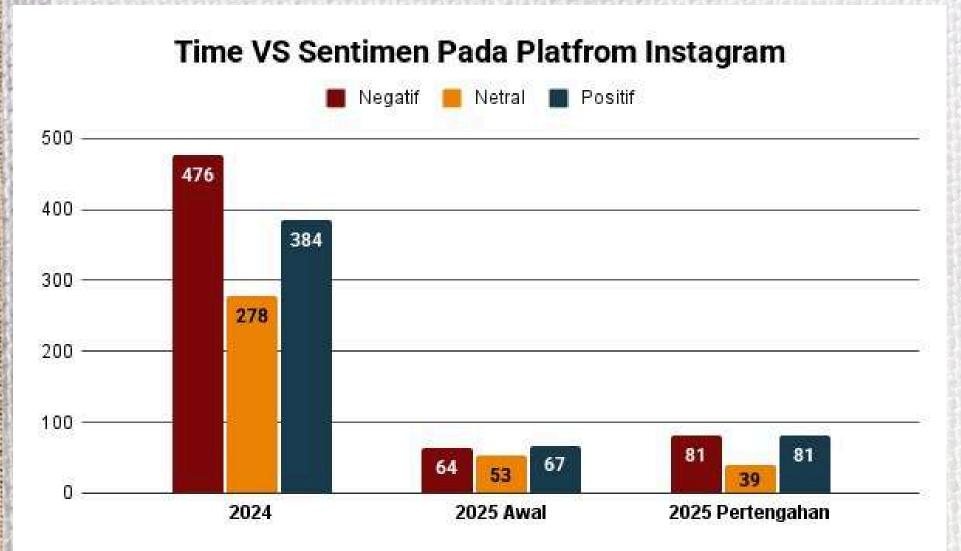


TIME VS SENTIMEN PADA PLATFORM TWITTER

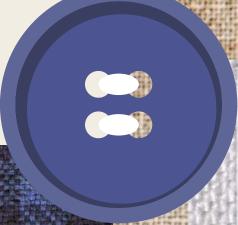


Respon publik di Twitter terhadap program ini cenderung semakin positif seiring berjalannya waktu, menunjukkan adanya penerimaan dan persepsi yang membaik terhadap program tersebut.

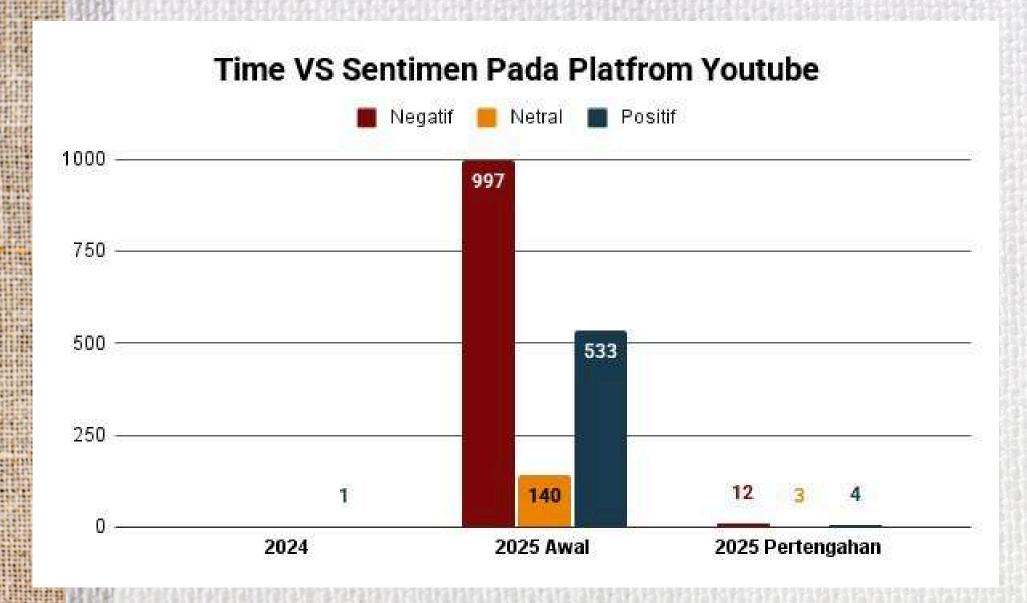
TIME VS SENTIMEN PADA PLATFORM INSTAGRAM



Di Instagram, sentimen negatif mendominasi di tahun 2024, tetapi pada awal dan pertengahan tahun 2025, ketiga sentimen makin seimbang dari waktu ke waktu.



TIME VS SENTIMEN PADA PLATFORM YOUTUBE



Di YouTube, sentimen negatif dan positif memuncak di awal 2025, lalu anjlok drastis di pertengahan tahun.

WORDCLOUD POSITIF

Wordcloud Sentimen Positif sehat indones1a



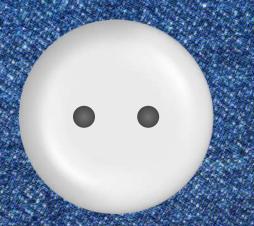


Wordcloud menunjukkan sentimen positif publik menyoroti tujuan baik program, dukungan terhadap UMKM, dan dampak bagi rakyat. Kata seperti "tuju", "rakyat", "umkm", dan "kasih" mencerminkan apresiasi terhadap manfaat sosial dan ekonomi program.

WORDCLOUD NEGATIF

Wordcloud Sentimen Negatif





Wordcloud menunjukkan sentimen negatif publik didominasi oleh isu korupsi, keuntungan pribadi, dan kualitas makanan. Kata-kata seperti "korupsi", "untung", dan "basi" mencerminkan ketidakpercayaan publik terhadap pelaksanaan program MBG.

KESIMPULAN

- Sentimen publik cenderung negatif, yang berarti program MBG Prabowo memicu respon pro dan kontra yang kuat, tetapi lebih condong ke respon kontra.
- Sentimen publik paling banyak terdapat di platform Youtube dan paling sedikit di platform Twitter, menunjukkan bahwa platform visual lebih dominan dalam pembahasan program ini.
- Sentimen negatif mendominasi di Youtube dan Tiktok, sedangkan sentimen positif mendominasi di Twitter.
- Persepsi publik mendominasi di awal tahun 2025 di beberapa platform media sosial.
- Sentimen publik terhadap program MBG bersifat kontras. Di satu sisi, banyak yang mengapresiasi tujuan program dan dampaknya bagi UMKM serta rakyat. Namun, di sisi lain, muncul kekhawatiran terkait korupsi, kepentingan pribadi, dan kualitas makanan, yang mencerminkan ketidakpercayaan terhadap implementasi program.

