

ANALISIS SENTIMEN MEDIA SOSIAL: PENERAPAN E- KATALOG DALAM PENGADAAN BARANG DAN JASA DI INDONESIA

¹Nuryanti Musatari, ²Wahdania Suardi, ³Ulfiah Syukri

¹Universitas Muhammadiyah Makassar

²Universitas Muhammadiyah Makassar

³Universitas Muhammadiyah Makassar

¹nuryantimustari@unismuh.ac.id, ²wahdaniasuardi24@gmail.com, ³ulfiahsyukri1717@gmail.com

Abstrak

Proses pengadaan barang dan jasa berperan penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik, salah satu wujud inovasi pengadaan barang dan jasa adalah program e-katalog (elektronik katalog). E-katalog ini merupakan wujud strategi LKPP dalam menekan korupsi pengadaan barang dan jasa di Indonesia. Namun, penggunaan e-katalog lokal belum menyeluruh digunakan oleh pemerintah daerah. Hal ini salah satunya disebabkan salah satunya karena kurangnya penyebaran informasi. Oleh karena itu, peneliti dalam hal ini menggunakan analisis sentimen media sosial twitter. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data didapatkan dari website netlytic untuk mengumpulkan data percakapan twitter yang akan dikelompokkan pada report/hasil. Gambaran yang diberikan terkait *posters over time*, *top ten posters* dan *top users (based on in-out degree centrality)*. Hasil penelitian yaitu dengan menggunakan analisis sentimen media sosial twitter diperoleh 60 percakapan yang dapat membuktikan bahwa pemerintah dianggap kurang aktif menyebarkan informasi terkait kehadiran e-katalog. Oleh karena itu, pemerintah perlu untuk memilih strategi yang tepat demi keberlanjutan e-katalog kedepannya.

Kata Kunci: Pengadaan barang dan jasa, e-katalog, Analisis media sosial, kualitas pelayanan

Abstract

The process of procurement of goods and services plays an important role in improving the quality of public services, one form of innovation in the procurement of goods and services is the e-catalog program (electronic catalog). This e-catalog is a manifestation of LKPP's strategy in suppressing corruption in the procurement of goods and services in Indonesia. However, the use of local e-catalogs has not been thoroughly used by local governments. One of the reasons for this is the lack of information dissemination. Therefore, the researcher in this case uses twitter social media sentiment analysis. The research method used is qualitative with a descriptive approach. The data collection technique was obtained from the netlytic website to collect twitter conversation data which will be grouped in reports/results. The descriptions given are related to posters over time, top ten posters and top users (based on in-out degree centrality). The results of the study were using Twitter social media sentiment analysis, obtained 60 conversations which could prove that the government was considered less active in disseminating information related to the presence of e-catalogs. Therefore, the government needs to choose the right strategy for the sustainability of e-catalog in the future.

Keywords : Procurement of goods and services, e-catalog, Social media analysis, service quality

A. PENDAHULUAN

Undang-Undang 1945 telah mengamanatkan dengan jelas bahwa negara melalui aparaturnya wajib melayani warga negaranya untuk memenuhi kebutuhan sebagai kerangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah selaku penyelenggara negara harus melaksanakan kepentingan publik sesuai dengan kebutuhan khususnya yang menyangkut hak sipil dan kebutuhan dasar. Oleh karena itu, negara membutuhkan sebuah reformasi yang mengarah pada kebijakan yang tepat dan meningkatkan kualitas pelayanan. Perubahan yang baik adalah yang mengarah pada konsep good governance. Reformasi yang bijak sebagaimana diharapkan oleh masyarakat adalah yang mengarah pada konsep good governance. Good Governance merupakan upaya perbaikan kinerja sektor publik yang dilakukan melalui pengembangan dan penguatan hubungan yang makin harmonis (adanya sinergi) antara kekuatan negara (state), swasta (private) dan masyarakat sipil (civil society) yang didukung oleh penataan kembali keseimbangan kekuasaan dan peran ketiga kekuatan sentral dalam pendayagunaan aneka sumber daya ekonomi dan sosial bagi pembangunan (Wijayanto, 2015).

Sebagai bentuk pengaplikasian konsep good governance, maka kinerja pemerintahan memenuhi syarat akuntabel, transparan, predictability dan openness. Permasalahan Indonesia saat ini sangat kompleks terutama dalam pengadaan barang dan jasa. Kegiatan ini menjadi sangat penting dalam rangka menyerap anggaran yang telah ditetapkan pemerintah melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) provinsi, maupun APBN Kabupaten/Kota serta APBDes. Berdasarkan data Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) pada tiga tahun terakhir (2017-2019) kasus korupsi pada sektor pengadaan yang ditangani oleh KPK sebanyak 35 perkara yang menempati urutan pertama dengan jumlah kasus sebanyak 220 perkara (Syamsuddin, 2020). Data ini menunjukkan bahwa sektor pengadaan barang/jasa merupakan area yang rawan terjadinya penyimpangan yang berpotensi menimbulkan tindak pidana korupsi pada setiap tahapan mulai dari perencanaan (identifikasi kebutuhan),

persiapan dan tahap pelaksanaan (sampai pada tahap serah terima pekerjaan).

Aparatur negara harus mengembangkan good governance dengan cara meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam pemerintahan terutama pelayanan pengadaan barang dan jasa. Inovasi berbasis digital saat ini marak digunakan beberapa instansi pemerintahan di Indonesia sekaligus sebagaimana perintah dari bapak Jokowi Dodo agar instansi-instansi pemerintahan di Indonesia diharapkan segera mengadaptasi digitalisasi. Tujuannya agar seluruh pihak di tempat kerja mampu mengembangkan keterampilan yang dapat mempermudah dalam melakukan setiap pekerjaannya. Dengan adanya kemajuan teknologi ini memacu pemerintah kota Semarang untuk melakukan inovasi sebagai upaya memperbaiki sistem kinerja pengadaan barang dan jasa berbasis digital. Kemajuan inovasi Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa (LKPP) dengan dikeluarkannya platform e-katalog lokal. Kehadiran E-Katalog lokal ini merupakan lanjutan dari e-katalog nasional yang telah diterbitkan sebelumnya.

Kehadiran e-katalog dapat menjadi peluang bagi pemerintah kabupaten/kota, desa dan sektor swasta di Indonesia untuk meningkatkan kualitas kinerjanya, hal ini juga sebagaimana yang diharapkan oleh LKPP sebagai pelopor pengadaan e-katalog. E-katalog merupakan sistem informasi elektronik yang menampilkan daftar, jenis, spesifikasi teknis dan harga barang tertentu dari berbagai penyedia barang dan jasa pemerintah (Iqbal, 2020). Melalui platform ini, pemerintah juga dapat lebih transparan dalam mengelola keuangan dan meminimalisir kecurangan serta pembangunan dapat dilakukan secara cepat dan tepat waktu. Meskipun begitu, dalam penerapan platform e-katalog masih menghadapi begitu banyak tantangan salah satunya yaitu keberpihakan publik terhadap kehadiran inovasi tersebut. Keberpihakan publik disebut juga persepsi publik. Hal ini karena tidak semua kebijakan yang dikeluarkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu pemerintah harus mampu mengetahui persepsi publik sebelum dan/atau selama proses implementasi kebijakan berlangsung. Cara ini juga diperlukan sebagai bahan evaluasi pemerintah agar bisa merencanakan

dan mengimplementasikan inovasi yang lebih baik lagi kedepannya.

Pengumpulan persepsi publik dapat dilakukan dengan cara mensurvei atau riset melalui pengambilan data baik berbasis offline maupun online. Media sosial merupakan salah satu media yang digunakan masyarakat untuk menyalurkan respon atau opininya. Hal ini juga sebagai dampak dari arus teknologi yang berkembang seperti sekarang. Ada beberapa jenis media sosial yang hangat dan banyak diminati dikalangan usia seperti Facebook, Twitter, WhatsApp, Youtube dan lainnya. Media sendiri ter (Rachman, 2020)bagi dua, informasi konvensional disebarakan melalui media cetak seperti koran. Sedangkan informasi online media sosial menggunakan jaringan internet. Dengan kata lain, media sosial sebagai media komunikasi memiliki peran penting untuk penggunaanya sebagai bentuk partisipasi aktif melalui kontribusi dan feedback secara terbuka berbasis online (Ratnamuliyani, 2018). Global Digital Statistic dalam risetnya berjudul "digital, social and mobile in 2019" mencata bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia berjumlah lebih dari 150 juta pengguna. Salah satu jenis media sosial yang paling banyak diminati masyarakatIndonesia adalah twitter dengan akumulasi lebih dari 52 persen dari total pengguna media sosial di Indonesia (Rachman, 2020)

Guna memastikan penelitian peneliti ini bersifat baru dan menarik, maka perlu untuk membandingkan dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian lain yang mengkaji mengenai adanya aplikasi e-katalog dalam ranah pemerintahan sebagai pertimbangan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Heri Juanda berjudul "Media Sosial sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh" ditemukan bahwa dalam menyebarluaskan informasi kepada khalayak, Humas Pemerintah Aceh telah memanfaatkan media sosial berupa Facebook, Instagram, Twitter dan YouTube untuk menyiarkan informasi-informasi pemerintahan. Informasi yang disiarkan mendapatkan tanggapan dan membentuk citra positif bagi pemerintahan (Juanda, 2017). Selain itu, Aditya Fakhri Choeruman Nadya Safitri dan Nofia Filda Fauziah (2020) berjudul Sistem Informasi Pendukung Pengadaan Barang/Jasa pada Insektorat Provinsi DKI Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan sistem informasi pengadaan e-purchasing melalui e-katalog

menghasilkan dokumen pengadaan lebih terstruktur dan instan dalam mengolah hasil pengadaan dalam bentuk laporan.

Hasil pengembangan ini menciptakan alur kerja yang lebih tertib dan terdokumentasi dengan baik, serta memberikan pengamanan terhadap data pengadaan. Dengan adanya sistem informasi ini, proses pengadaan barang dan jasa pada Inspektorat Provinsi DKI Jakarta menjadi lebih tertib (Choeruman, 2020). Penelitian terdahulu diatas merupakan artile ilmiah yang memiliki topik hampir sama dengan penelitian peneliti, dapat menjadi acuan dalam memperkaya referensi, mengulik nilai kebaruaran atau novelty sekaligus mencari persamaan dan perbedaan penelitian.

Penelitian pertama diatas menggambarkan penggunaan media sosial sebagai penyebarluasan informasi dan penelitian kedua menggambarkan bagaimana e-katalog digunakan dalam ranah pemerintahan. Kedua penelitian diatas tidak ada menjelaskan analisis sentimen media sosial dalam penggunaan e-katalog. Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan peneliti relatif lebih baru dan menarik untuk diteliti. Dasar dari penelitian ini yaitu LKPP melaporkan bahwa saat ini baru 22,4 persen dari seluruh pemerintah daerah yang berjumlah 425 pemda yang menggunakan e-katalog ini. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa penggunaan e-katalog lokal belum masif di Indonesia, entah karena kurangnya informasi atau pemda belum tahu cara mengaplikasikan e-katalog itu sendiri. Hal inilah yang melatarbelakangi penulis meneliti terkait analisis sentimen media sosial untuk penggunaan e-katalog lokal.

Analisis sentimen media sosial sangat diperlukan untuk memahami apa yang dibutuhkan oleh masyarakat tentang e-katalog lokal. Tidak hanya itu, melalui analisis sentimen media sosial, pemerintah dapat mempelajari hal yang menarik/tidak menarik dari program e-katalog. Analisis sentimen media sosial yang digunakan adalah twitter Media ini sangat sering dipakai untuk menunjukkan segi emosional dari pengguna baik untuk mencela maupun mendukung suatu hal. Emosi yang ditampilkan disini, bukan hal negatif sebagaimana sering melekat dalam pikiran orang-orang. Akan tetapi, ada juga segi baik, hal ini untuk menganalisis opini atau sentimen publik. Twitter banyak digunakan untuk menganalisis

sentimen media sosial, sebab Indonesia sebagai negara pengguna media sosial twitter harian yang terbilang tinggi. Dengan kata lain, media sosial twitter dapat diterapkan sebagai sarana untuk melakukan analisis sentimen terkait topik e-katalog (Rakhmawati, 2020) (Anggreni, 2019). Berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang Analisis Sentimen Media Sosial: Aktualisasi E-Katalog Lokal dalam Pengadaan Barang dan Jasa di Indonesia. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui responsi masyarakat terkait program E-Katalog lokal yang digalakkan LKPP melalui analisis sentimen media sosial menggunakan data percakapan dan berita dari twitter.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan data berdasarkan fenomena, tindakan dan manusia. Studi ini bertujuan untuk menggambarkan secara umum menggunakan fakta-fakta saat ini untuk mengatasi masalah yang akan disajikan atau dieksplorasi. Objek penelitian pada studi ini adalah percakapan di media sosial twitter terkait penerapan e-katalog lokal di Indonesia. Pengumpulan data oleh peneliti dilakukan pendekatan media sosial yaitu twitter. Analisis sentimen yang digunakan peneliti adalah *Netlytic*. *Netlytic* merupakan sebuah platform software online berbasis cloud yang berperan untuk melakukan analisis teks serta pola jaringan sosial dalam sosial media. Antarmuka Pemrograman Aplikasi (API) dari media sosial digunakan dalam software ini melalui pengumpulan data, menyimpulkan dan menemukan pola komunikasi (Anggreni et al., 2019).

Pengumpulan data dengan menggunakan tools cloud seperti ini diuraikan pada pembahasan dengan cara mereduksi data yaitu memilih data yang sesuai dengan topik yang akan dikaji, setelah itu penyajian data. Penyajian data diperlukan agar data mudah dipahami, data dapat digambarkan dengan bentuk skema, tabel maupun gambar. Peneliti akan menggunakan gambar sebagai objek visualisasi data. Terakhir adalah penarikan kesimpulan atau melakukan verifikasi. Data yang diperoleh akan dianalisis oleh peneliti, proses penarikan kesimpulan awal masih lemah, terbuka dan skeptis. Setelah pengumpulan data selesai, penarikan kesimpulan akan tercapai. Dalam proses

analisis menggunakan software *netlytic* akan dilakukan peneliti dengan beberapa tahapan.

Dimulai dari tahap registrasi atau pendaftaran, tahap editing digunakan untuk membuat project data baru. Pada tahap ini peneliti diminta membuat project baru dengan menggunakan button "*new dataset*" kemudian memasukkan *keyword* pencarian twitter dengan kata "e-katalog". Tahap kedua adalah *preview*, bagian ini *netlytic* menampilkan hasil pencarian peneliti digambarkan dalam bentuk tabel dengan format excel atau csv, file preview dapat didownload. Tahap ketiga adalah *text analysis*, bagian ini peneliti diminta menghapus kata-kata yang tidak diperlukan untuk penelitian terkait e-katalog. Selanjutnya adalah tahap *network analysis*, bagian ini peneliti memvisualisasikan data yang telah dicari. Terakhir, tahap *report*, tahap ini adalah hasil dari analisis peneliti menggunakan *netlytic*. *Netlytic* akan menampilkan beberapa bentuk report mulai dari *top ten posters*, *posts over times* dan lainnya. Report disajikan dalam bentuk gambar sebagai hasil visualisasi sehingga memudahkan peneliti untuk menganalisa hasil analisis sentimen media sosial twitter terkait e-katalog lokal di Indonesia.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN E-Katalog Lokal

E-katalog lokal yang merupakan program lanjutan dari e-katalog nasional dan sektoral, katalog elektronik lokal adalah katalog elektronik yang dikelola oleh Pemerintah Daerah. Penerbitan e-katalog lokal ini sebagaimana diamanatkan dalam PERLKPP No.9 Tahun 2021. Tugas dan kewenangan Menteri/Pimpinan Lembaga dalam pengelolaan katalog elektronik sektoral antara lain menetapkan persyaratan barang/jasa dan penyedia katalog, menyetujui pencantuman barang/jasa, mengenakan dan mencabut sanksi kepada penyedia katalog dan melakukan monitoring dan evaluasi. Tugas dan kewenangan Menteri/Pimpinan lembaga dapat dimandatkan sebagian atau seluruhnya untuk provinsi kepada pimpinan tinggi madya atau kabupaten/kota kepada pimpinan tinggi pratama yang mempunyai kewenangan pengelolaan PBJ dan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Di Indonesia sudah ada sekitar 4 daerah yang berhasil menerapkan e-katalog lokal diantaranya ada Semarang, Gorontalo, Yogyakarta dan Bandung. Pada e-katalog lokal memuat sejumlah informasi yang ditampilkan, adapun informasi yang ditampilkan yaitu jenis, spesifikasi teknis, nilai TKDN, produk dalam negeri, produk SNI, produk ramah lingkungan hidup, negara asal, harga, penyedia, dan informasi lainnya terkait barang atau jasa.

Analisis Sentimen Media Sosial E-Katalog

Kebijakan pemerintahan yang lebih baik dapat memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai peluang baru (Furqon et al., 2018). Namun, penggunaan media sosial belum mampu menjawab tantangan perubahan zaman. Hal ini terbukti, aktualisasi e-katalog lokal yang diluncurkan oleh LKPP hanya digunakan sekitar 24 persen dari seluruh pemerintah daerah di Indonesia. Analisis media sosial twitter digunakan untuk melihat sejauh mana penyebaran informasi dan kegunaan e-katalog lokal di masyarakat Indonesia. Pada penelitian ini, peneliti akan membagi dalam beberapa tahapan. Tahap pertama adalah registasi atau pendaftaran akun dengan cara memasukkan akun google/yahoo. Pendaftaran juga dapat dilakukan secara manual yaitu dengan mengisi formulir di website netlytic. Setelah memiliki akun, pengguna diminta untuk menghubungkan akun dengan akun twitter apabila ingin mencari data melalui media sosial twitter. Ada beberapa pilihan media sosial yang bisa dipilih seperti Youtube, google sheets, RRS dan lainnya. Namun, peneliti memilih twitter sebagaimana dijelaskan sebelumnya.

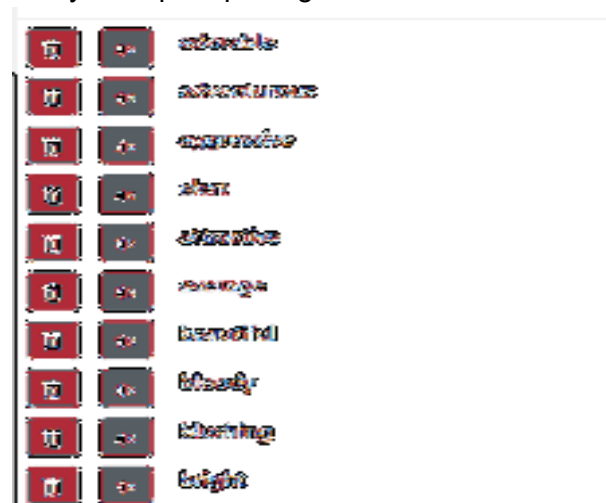
Pastikan akun twitter sudah masuk pada website twitter di browser sendiri. Setelah itu tahapan selanjutnya adalah peneliti membuat data set baru dengan cara mengklik "new dataset" pada buttom bagian atas. Tahap ini dinamakan tahap edit. New dataset akan menampilkan beberapa tampilan menu untuk diisi, mulai dari datasetname, peneliti memasukkan name project yaitu "inovasi pelayanan e-katalog". Setelah itu, ada menu search keyword, pada bagian ini peneliti memasukkan keyword yaitu "e-katalog". Pengguna dapat mengisi 2 kata atau lebih dengan syarat, dipisahkan dengan tanda OR dan/atau AND. Untuk memastikan keyword yang dimasukkan tersedia di twitter, maka peneliti mengklik buttom "test query on twitter".

Ada begitu banyak hasil pencairan yang diperoleh dari pencairan keyword e-katalog. Kemudian, pada bagian ujung paling bawah klik import untuk mengetahui jumlah atau banyaknya data yang diperoleh dari twitter. Tahap ketiga adalah tahap preview. Pada tahap ini, netlytic menampilkan hasil pencarian data melalui aplikasi twitter mengenai e-katalog. Gambaran previewnya dapat dilihat dibawah ini:



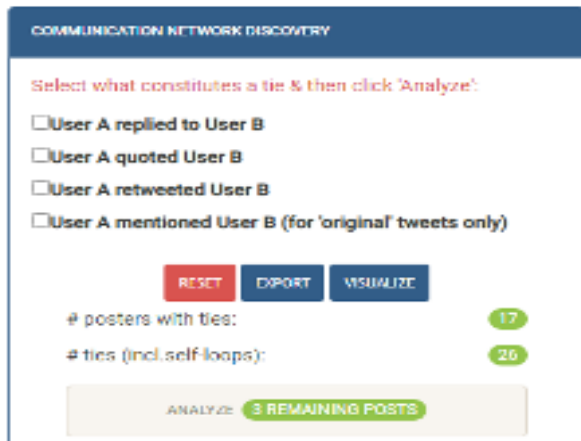
Gambar 1. Data preview (Sumber: Netlytic)

Gambar diatas menampilkan hasil proses preview ditandai dengan adanya beberapa screenshoot bukti percakapan yang diperoleh dari media sosial twitter. Simbil N menunjukkan jumlah data yang ditemukan yaitu sebanyak 63 percakapan mengenai e-katalog dilengkapi dengan nama user atau pengguna dan tanggalnya. Data preview dapat didownload dengan format excel atau CSV, peneliti menggunakan format excel untuk menyimpan akumulasi data mengenai e-katalog. Tahap ketiga adalah tahap text analysis. Pada tahap ini, peneliti dihadapkan dengan pilihan untuk memperbaiki kata-kata yang dianggap tidak penting untuk dimasukkan dalam analysis menggunakan netlytic. Kata-kata tidak dianggap maksudnya adalah yang tidak ada hubungannya dengan e-katalog lokal. Peneliti menggunakan buttom "create/edit dictionaries" dapat dilihat diujung kiri bawah. Adapun hasil pencarian text analysis seperti pada gambar dibawah:



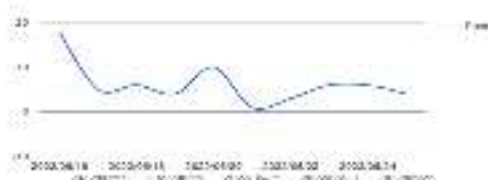
Gambar 2. Data text analysis (Sumber: Netlytic)

Gambar diatas menampilkan beberapa kata-kata yang telah dianalisis melalui tools text analysis. Kata-kata tersebut dapat ditranslate berbahasa Indonesia tergantung keinginan peneliti. Tahap selanjutnya adalah network analysis. Pada bagian ini, peneliti berada pada proses analisis untuk data-data twitter yang telah didapatkan. Untuk tampilannya sebagai berikut:



Gambar 3. Data network analysis (Sumber: Netlytic)

Tools network analysis akan menampilkan beberapa jenis pilihan mulai dari user A replied to user B sampai User A mentioned user B, untuk menghasilkan analisis data yang komprehensif, peneliti mencentang semua pilihan dan kemudian melakukan visualisasi data melalui buttom "visualize". Tahap terakhir adalah report. Pada bagian ini, peneliti mendapatkan hasil dari semua tahap analisis. Data ini yang kemudian nantinya akan diletakkan pada pembahasan penelitian. Hasil report nya dibagi menjadi beberapa bagian/varian data. Pertama adalah data percakapan yang diperoleh. Ada 63 data percakapan twitter yang diperoleh dan 50 percakapan khusus (unik), dikumpulkan dari 7 hari terakhir mulai dari 16 Juni sampai 25 Juni 2022.

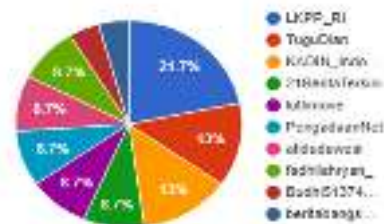


Gambar 4. Data posts over time (Sumber: Netlytic)

Dari percakapan, 18 juni sebanyak 8 percakapan, 19 juni kembali menurun sebanyak 4 percakapan, 20 juni meningkatka 10 percakapan, 21 juni menurun drastis dari sebelumnya yaitu 2 percakapan, 22-23-24 juni sedikit meningkat sebanyak 7 percakapan dan

terakhir pada 25 juni 2022 mengalami penurunan sebanyak 4 percakapan. Sebagaimana data yang digambarkan diatas, dapat disimpulkan bahwa *posts over time* (percakapan) selama 7 hari terakhir tidak berjalan stabil., kadang mengalami kenaikan dan/atau penurunan.

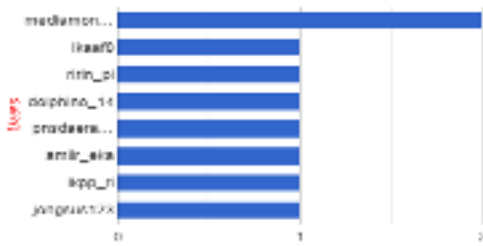
Varian kedua adalah hasil analisis terkait data percakapan yang tersedia selama 7 hari terakhir. *Top 10 posters* atau media yang paling banyak mengupload berita e-katalog lokal adalah LKPP sebagai pelopor program, diikuti media TuguDian. Dapat digambarkan seperti berikut:



Gambar 5. Top Ten Posters (Sumber: Netlytic)

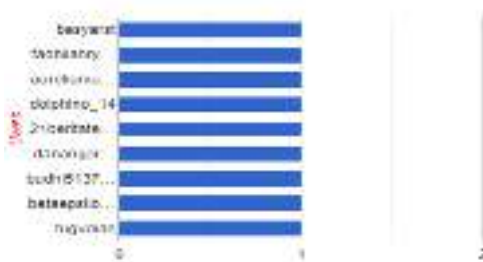
Gambar diatas, dapat dilihat bahwa LKPP sebagai media yang paling banyak membicarakan mengenai e-katalog lokal dengan akumulasi 21,7 persen. Sudah jelas LKPP harus interaktif terkait pemberian informasi karena LKPP sebagai pelopor wacana sampai aktualisasi e-katalog loka. Setelah LKPP, ada tugu Dian (Dian Tugu) individu lokal yang memposting e-katalog lokal ditwitter dengan akumulasi sebanyak 13 persen bersama dengan Kadin Indonesia alias Kamar Dagang dan Industri Indonesia. Sementara media/individu twitter lainnya mendapat poin yang sama yaitu 8,7 persen. Hal ini berarti bahwa LKPP secara aktif sudah menyebarluaskan informasi e-katalog lokal khusus analisis media sosial twitter. Setelah mengetahui perolehan data percakapan dan top ten media/individu yang membicarakan e-katalog. Varian ketiga yaitu kajian *top users (based on in-degree centrality)* dengan uraian seperti gambaran berikut:

memanfaatkan media sosial seperti twitter untuk proses komunikasi yang lebih baik.



Gambar 6. Top ten users (based on in-degree centrality)
(Sumber: Netlytic)

gambar diatas, peneliti dapat menguraikan bahwa LKPP RI dalam hal ini mendapat tingkatan 1 derajat untuk *top users* sebagai institusi yang memiliki otoritas dalam pelaksanaan e-katalog itu sendiri, bersama dengan media lainnya seperti jongsus, amir_eka, ririn_pi dan lainnya. Sementara, mediamonitor 21 mendapat tingkatan lebih tinggi sebanyak 2 degree (2 derajat) sebagai *top users*. Hal ini berbeda dengan penilaian *top users (based on out-degree centrality)* digambarkan sebagai berikut:



Gambar 7. Top ten users (based in out centrality)
(Sumber: Netlytic)

Pada *top ten users (based on out degree centrality)* ditemukan bahwa semua individu diakumulasikan dengan jumlah yang sama yaitu 1 degree (1 derajat). Degree Centrality dapat diartikan sebagai jumlah jaringan atau interaksi yang dimiliki suatu node Ramadhan, 2020). Dari semua proses analisis yang telah dijelaskan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa persepsi publik terhadap kehadiran e-katalog masih kurang. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah analisis diatas terutama data perolehan twitter yang masih memperoleh 63 data twitter. Dengan kata lain, juga bahwa komunikasi pemerintah kepada masyarakat melalui media sosial tentang e-katalog masih perlu ditingkatkan lagi. Pemerintah dalam hal ini LKPP bekerja sama dengan pemerintah daerah juga harus

D. KESIMPULAN

E-katalog yang diterbitkan oleh LKPP merupakan salah satu solusi yang diberikan pemerintah untuk meningkatkan kualitas kinerja pemerintahan. Tidak hanya itu, e-katalog lokal ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam hal ini pelaku UMKM untuk mengalihkan strategi penjualan barang pemerintahan berbasis elektronik sehingga pembeli yang dijangkau lebih luas. Pemerintah tidak ingin menyulitkan berbagai pihak dengan kehadiran e-katalog lokal ini, sehingga mulai dari pendaftaran sampai proses negoisasi serta kesepakatan didesain lebih simpel sehingga tidak akan menyulitkan pengguna baik itu pemerintah, penjual maupun pembeli. Konsep dari e-katalog lokal hampir sama dengan online shop pada umumnya, akan tetapi bedanya e-katalog lokal menampilkan barang sesuai kebutuhan pemerintahan.

Setelah melalui 3 tahapan analisis yaitu dengan menggambarkan data percakapan twitter selama 7 hari terakhir, kemudian top posters sampai pada top users (based on in-out degree centrality). Diperoleh bahwa melalui analisis data sentimen twitter, pemerintah dalam hal ini LKPP sebagai penanggungjawab program belum terlalu masif menyebarkan informasi terkait program e-katalog lokal. Hal inilah yang mungkin mempengaruhi hasil laporan ditemukan hanya 24 persen daerah yang menggunakan e-katalog lokal dari seluruh Indonesia.

E. REFERENSI

- Anggreni, L. S. (2019). Penggunaan Kata Umpatan di Twitter berdasarkan Gender di Pilkada Sumatera Utara . *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 125–126.
<https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.1844>
7.
- Choeruman, A. F. (2020). Sistem Informasi Pendukung Pengadaan Barang Dan Jasa Pada Inspektorat Provinsi DKI Jakarta. . *Bina Insani Ict Journal*, , 7(2), 198–207.

<https://doi.org/10.51211/biict.v7i2.1429>.

<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i2.13965>.

- Furqon, M. A. (2018). Analisis Jenis Posting Media Sosial Pemerintah Daerah di Indonesia Berdasarkan Like dan Analisis Sentimental Masyarakat. . *Jurnal Sositologi*, , 17(2), 177.
- Iqbal, M. (2020). Pengaruh Pelaksanaan E Katalog dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Terhadap Umkm. *Jurnal Usm Law Review*, 3(1), 80.
<https://doi.org/10.26623/julr.v3i1.2204>.
- Juanda, H. (2017). Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh. *Jurnal Peurawi*, 1(1), 1–22.
<http://dx.doi.org/10.22373/jp.v1i1.1988>
- Rachman, F. F. (2020). Analisis Sentimen Pro dan Kontra Masyarakat Indonesia tentang Vaksin COVID-19 pada Media Sosial Twitter. . *Health Information Management Journal*, 8(2), 101.
<https://inohim.esaunggul.ac.id/index.php/INO/article/view/223/>.
- Rakhmawati, N. A. (2020). Analisis Klasifikasi Sentimen Pengguna Media Sosial Twitter terhadap Pengadaan Vaksin COVID-19. . *Journal of Information Engineering and Educational Technology*, 4(2), 90–91.
- Ramadhan, F. (2020). Pemanfaatan Analisis Jaringan Sosial dalam Penentuan Centrality dalam Pengembangan Web Berita Online. *Journal of Computer and Information Systems Ampera*, 1(3), 157–173.
<http://journal-computing.org/index.php/journal-cisa/article/view/>.
- Ratnamuliyani, I. A. (2018). Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar di Kabupaten Bogor. . *Sosiohumaniora-Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, , 20(2), 154–155.
- Syamsuddin, A. R. (2020). Pembuktian Penyalahgunaan Wewenang Dalam Perkara Tindak Pidana Korupsi Pengadaan Barang dan Jasa. . *JALREV: Jambura Law Review*, , 2(02), 164.
<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jalrev/JALREV>.
- Wijayanto, H. (2015). Transparansi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Melalui Penerapan E-Budgeting (Dalam Perspektif Teori Good Governance). *IJPA-The Indonesian Journal Of Public Administration*, 1(1), 76.
<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index>.