

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Komunikasi Krisis Pemerintah dalam Situasi Bencana

Komunikasi krisis merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh organisasi atau pemerintah dalam menghadapi situasi krisis yang dapat mengancam keselamatan publik, reputasi institusi, maupun stabilitas sosial. Dalam situasi darurat, komunikasi krisis berperan penting untuk mengurangi ketidakpastian publik, membangun kepercayaan, serta menjaga legitimasi institusi melalui penyampaian informasi yang jelas dan terarah. Kazanskaia (2025) menjelaskan bahwa komunikasi krisis menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi publik, memberikan panduan yang akurat, serta meminimalkan dampak negatif selama krisis berlangsung.

Selain itu, komunikasi krisis juga bertujuan untuk memastikan publik memperoleh informasi yang tepat waktu, akurat, dan transparan sehingga dapat mengurangi kepanikan serta mencegah berkembangnya misinformasi di masyarakat. Widyastuti et al. (2024) menegaskan bahwa transparansi, kejujuran, dan kecepatan penyampaian pesan merupakan elemen utama dalam menjaga kepercayaan publik terhadap organisasi selama situasi krisis. Sejalan dengan hal tersebut, Wajahat (2024) menyatakan bahwa komunikasi yang efektif menjadi kunci dalam manajemen krisis karena mampu membantu organisasi mengelola persepsi publik, menjaga kredibilitas, serta memperkuat koordinasi respons selama keadaan darurat. Dengan demikian, komunikasi yang cepat, akurat, dan Prinsip transparansi merupakan faktor penting dalam administrasi krisis yang efektif, secara bersamaan menjaga keseimbangan interaksi antara institusi dan masyarakat yang lebih luas.

Di ranah bencana alam, entitas pemerintah mengambil peran penting sebagai penyebar informasi, arsitek kebijakan, dan koordinator utama dalam bidang manajemen krisis. Negara memikul kewajiban mengirimkan informasi mengenai kondisi situasional, tindakan prosedural, dan protokol darurat kepada penduduk, sehingga memfasilitasi penahanan krisis yang efektif. Dalam bidang manajemen

bencana, penduduk menilai tidak hanya kemampuan teknis pemerintah dalam mengurangi dampak bencana tetapi juga meneliti efektivitas komunikasi pemerintah mengenai kebijakan dan keputusan. Selain itu, ini mencakup evolusi keadaan dalam cepat dan jelas kepada publik. Ortíz Palafox et al. (2023) menjelaskan bahwa komunikasi pemerintah memiliki peran penting dalam mengurangi ketidakpastian masyarakat selama bencana, karena ketiadaan atau buruknya komunikasi dapat meningkatkan kepanikan, ketidakpercayaan, bahkan memicu protes sosial terhadap pemerintah.

Selain itu, komunikasi pemerintah yang efektif mampu memberikan arahan kepada masyarakat mengenai tindakan yang harus dilakukan selama masa darurat sehingga dapat membantu mengurangi dampak krisis. Penelitian lain juga menegaskan bahwa transparansi dan penyebaran informasi yang tepat waktu menjadi faktor penting dalam manajemen bencana karena dapat membantu masyarakat memperoleh rasa aman dan meningkatkan ketahanan sosial selama situasi darurat berlangsung.

Komunikasi yang jelas dan konsisten melalui berbagai saluran informasi juga diperlukan agar masyarakat memperoleh informasi yang akurat dan terhindar dari misinformasi. Di sisi lain, empati dalam penyampaian pesan menjadi elemen penting untuk menunjukkan kepedulian pemerintah terhadap kondisi masyarakat terdampak, sehingga dapat menjaga dan memperkuat kepercayaan publik selama masa krisis. Yılmaz dan Akbulut (2025) menambahkan bahwa kegagalan komunikasi dalam situasi bencana dapat memperburuk krisis, sehingga pemerintah perlu mengintegrasikan strategi komunikasi yang terbuka, konsisten, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat dalam setiap proses penanganan bencana.

2.2 Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) merupakan teori komunikasi krisis yang dikembangkan oleh W. Timothy Coombs untuk menjelaskan bagaimana publik membentuk persepsi dan melakukan atribusi tanggung jawab terhadap organisasi atau pemerintah dalam situasi krisis. Secara konseptual, SCCT menekankan bahwa respons publik terhadap krisis sangat

dipengaruhi oleh sejauh mana mereka menganggap suatu institusi bertanggung jawab atas terjadinya atau buruknya penanganan krisis tersebut. Rahmawati, Pratiwi, dan Yusa (2024) menjelaskan bahwa SCCT digunakan untuk memahami bagaimana organisasi memilih strategi komunikasi berdasarkan tingkat tanggung jawab yang dipersepsikan publik terhadap krisis yang terjadi.

Dalam konteks penelitian ini, SCCT tidak digunakan untuk mengevaluasi strategi komunikasi pemerintah secara langsung, melainkan sebagai kerangka analitis untuk membaca bagaimana publik di media sosial melakukan atribusi tanggung jawab terhadap pemerintah dalam penanganan banjir Sumatera 2025. Perspektif ini relevan karena SCCT mengandung konsep *attribution of responsibility* yang menjelaskan mekanisme psikologis dan komunikatif yang terjadi pada sisi publik ketika menilai suatu krisis. Dengan kata lain, komentar-komentar netizen di Instagram dapat dibaca sebagai ekspresi atribusi tanggung jawab publik yang berkembang secara kolektif dalam ruang digital.

Dalam SCCT, persepsi publik terhadap tanggung jawab krisis menjadi faktor utama yang menentukan bagaimana masyarakat menilai kredibilitas dan reputasi organisasi selama masa krisis berlangsung. Chunxia, Fei, dan Wei (2022) menyatakan bahwa atribusi tanggung jawab publik memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi organisasi, terutama ketika organisasi gagal memberikan respons krisis yang tepat dan meyakinkan. SCCT juga menekankan pentingnya kesesuaian antara jenis krisis dengan strategi respons yang digunakan organisasi, karena strategi komunikasi yang tidak sesuai dapat memperburuk persepsi negatif publik terhadap institusi. Sejalan dengan hal tersebut, Choi et al. (2025) menjelaskan bahwa organisasi dapat mengurangi kerusakan reputasi dan membangun kembali kepercayaan publik apabila strategi respons krisis disesuaikan dengan tingkat tanggung jawab yang dipersepsikan oleh masyarakat.

Konsep *attribution of responsibility* dalam SCCT merujuk pada bagaimana publik menilai sejauh mana organisasi atau pemerintah dianggap bertanggung jawab terhadap terjadinya krisis maupun kegagalan dalam penanganannya. Penilaian tersebut muncul berdasarkan persepsi masyarakat mengenai kemampuan pemerintah dalam mengendalikan situasi, mencegah krisis, serta memberikan

respons yang tepat terhadap peristiwa yang terjadi. Fornerod et al. (2025) menjelaskan bahwa publik cenderung memberikan atribusi tanggung jawab kepada institusi publik ketika pemerintah dianggap memiliki kontrol situasional dan tanggung jawab kausal terhadap krisis, meskipun krisis tersebut melibatkan banyak aktor.

Dalam konteks ini, komentar publik di media sosial menjadi medium yang merepresentasikan proses atribusi tanggung jawab tersebut secara langsung dan real-time. Ketika respons pemerintah dianggap tidak sesuai dengan ekspektasi masyarakat, maka dapat muncul sentimen negatif, kritik, kemarahan, hingga penurunan tingkat kepercayaan publik yang terekspresikan melalui komentar digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi publik terhadap krisis tidak hanya dipengaruhi oleh peristiwa krisis itu sendiri, tetapi juga oleh bagaimana pemerintah merespons dan mengomunikasikan situasi krisis kepada masyarakat. Penelitian Shadrina, Priyatna, dan Yustikasari (2025) juga menunjukkan bahwa respons yang dinilai lambat atau tidak transparan dapat memperburuk krisis kepercayaan publik dan memunculkan persepsi negatif terhadap institusi.

Terdapat beberapa strategi respons krisis yang dapat digunakan organisasi atau pemerintah dalam menghadapi krisis, yaitu *deny*, *diminish*, *rebuild*, dan *bolstering*. Strategi *deny* dilakukan dengan menyangkal keterlibatan atau tanggung jawab terhadap krisis, sedangkan *diminish* digunakan untuk mengurangi persepsi publik mengenai tingkat kesalahan atau dampak krisis. Strategi *rebuild* berfokus pada upaya memulihkan kepercayaan publik melalui permintaan maaf, kompensasi, atau tindakan perbaikan, sementara *bolstering* dilakukan dengan memperkuat citra positif organisasi melalui pengingat atas kontribusi atau reputasi baik yang pernah dimiliki sebelumnya (Nurulhuda, Wulandari, & Prasetyo, 2022). Dalam penelitian ini, keempat strategi tersebut tidak dianalisis secara langsung dari sisi pemerintah, melainkan digunakan sebagai acuan untuk memahami bagaimana publik merespons dan mengevaluasi komunikasi pemerintah di media sosial. Ketika publik menilai pemerintah tidak menggunakan strategi yang tepat, maka respons negatif dalam bentuk komentar, kritik, dan tuntutan pertanggungjawaban akan berkembang secara kolektif di ruang digital.

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) memiliki relevansi yang kuat dengan penelitian ini bukan sebagai panduan strategi komunikasi pemerintah, melainkan sebagai kerangka untuk memahami bagaimana publik membentuk dan mengekspresikan atribusi tanggung jawab melalui komentar Instagram. Dalam konteks banjir Sumatera 2025, komentar netizen pada unggahan media pemberitaan merepresentasikan proses atribusi publik yang berkembang secara real-time, di mana masyarakat secara aktif menilai, mengevaluasi, dan mengekspresikan persepsi mereka terhadap efektivitas komunikasi dan penanganan krisis oleh pemerintah. Dengan demikian, SCCT dalam penelitian ini berfungsi sebagai lensa analitis untuk membaca dinamika opini publik digital sebagai cerminan dari proses atribusi tanggung jawab kolektif masyarakat terhadap institusi pemerintah selama situasi bencana berlangsung.

2.3 Instagram sebagai Ruang Diskursus Publik

Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan tingkat penggunaan dan interaksi yang tinggi di era digital. Pada awal kemunculannya, Instagram lebih banyak digunakan sebagai media berbagi foto dan video dalam kehidupan sehari-hari. Namun, perkembangan teknologi digital dan meningkatnya aktivitas pengguna media sosial telah mendorong Instagram berkembang menjadi ruang komunikasi publik yang memiliki pengaruh besar dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini masyarakat. Dianti, Hermawan, dan Ondy (2025) menjelaskan bahwa Instagram kini dimanfaatkan tidak hanya sebagai saluran informasi satu arah, tetapi juga sebagai ruang digital yang interaktif dan partisipatif yang memungkinkan terjadinya komunikasi publik secara lebih luas.

Selain itu, perkembangan fitur interaktif seperti komentar, reels, live, dan story turut meningkatkan keterlibatan pengguna dalam berbagai isu yang berkembang di masyarakat. Boulianne dan Hoffmann (2022) menjelaskan bahwa Instagram memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan dan menjadi salah satu platform yang digunakan masyarakat untuk memperoleh informasi politik maupun sosial secara informal melalui interaksi antar pengguna. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi ruang pertukaran informasi dan pembentukan opini publik di era

digital. Sejalan dengan hal tersebut, Indrawan, Barzah, dan Simanihuruk (2023) menyatakan bahwa Instagram telah berkembang menjadi media komunikasi publik yang banyak dimanfaatkan generasi muda untuk mendiskusikan isu sosial, politik, dan aktivitas advokasi digital karena sifatnya yang interaktif, cepat, dan mudah diakses. Dengan demikian, Instagram tidak lagi sekadar menjadi platform berbagi konten visual, tetapi telah berkembang menjadi ruang diskursus publik yang mempengaruhi cara masyarakat memperoleh informasi, membentuk persepsi, dan terlibat dalam berbagai isu sosial maupun politik.

Instagram memiliki karakteristik interaktif yang memungkinkan komunikasi publik berlangsung secara cepat dan terbuka melalui berbagai fitur seperti kolom komentar, likes, repost, dan story sharing. Fitur-fitur tersebut memungkinkan pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai partisipan aktif yang dapat memberikan respons, kritik, dukungan, maupun interpretasi terhadap isu yang sedang berkembang di masyarakat. Omoera dan Guanah (2023) menjelaskan bahwa fitur komentar di media sosial menciptakan ruang interaksi yang memungkinkan pengguna saling berdiskusi, merespons opini pengguna lain, serta membangun percakapan publik secara dinamis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah pola konsumsi informasi yang sebelumnya bersifat pasif menjadi lebih partisipatif dan interaktif.

Selain itu, fitur-fitur interaktif Instagram juga banyak dimanfaatkan dalam aktivitas advokasi dan gerakan sosial digital karena mampu mempercepat penyebaran informasi serta membangun keterlibatan publik terhadap suatu isu. Rochmawati dan Alamiyah (2024) menyatakan bahwa tingginya interaksi pengguna melalui fitur komentar, likes, dan repost menjadikan Instagram efektif digunakan sebagai ruang mobilisasi opini dan diskusi publik terkait berbagai isu sosial. Di sisi lain, Scharlach dan Hallinan (2023) menjelaskan bahwa fitur engagement seperti like, comment, dan share mendorong pengguna untuk mengekspresikan pendapat, membangun komunitas, serta menunjukkan dukungan maupun kritik terhadap suatu konten di media sosial. Akibatnya, atribut interaktif yang melekat pada Instagram memposisikan platform ini tidak hanya sebagai saluran untuk penyebaran informasi, tetapi juga sebagai forum untuk keterlibatan

publik yang memfasilitasi pembangunan wacana. dan pertukaran opini secara real-time di era digital.

Kolom komentar Instagram dapat dipahami sebagai ruang ekspresi publik digital yang memungkinkan masyarakat menyampaikan berbagai bentuk opini, emosi, kritik, solidaritas, hingga ketidakpercayaan terhadap suatu peristiwa maupun kebijakan pemerintah. Melalui fitur komentar, pengguna media sosial tidak hanya memberikan tanggapan terhadap sebuah unggahan, tetapi juga membangun diskusi publik yang merepresentasikan persepsi masyarakat terhadap isu yang sedang berkembang.

Dalam konteks krisis atau isu politik tertentu, komentar publik sering kali memuat respons emosional yang mencerminkan rasa kecewa, marah, dukungan, maupun sindiran terhadap pihak yang dianggap bertanggung jawab. Awalia, Jaja, dan Rosmaya (2025) menjelaskan bahwa kolom komentar Instagram menjadi ruang bagi netizen untuk mengekspresikan kritik dan ketidakpuasan melalui berbagai bentuk bahasa, termasuk sarkasme, terutama pada isu politik seperti debat pemilihan presiden 2024. Penggunaan komentar bernada sindiran tersebut menunjukkan bagaimana masyarakat menggunakan media sosial untuk menyuarakan opini sekaligus membentuk wacana publik di ruang digital.

Selain itu, komentar-komentar yang muncul pada unggahan tokoh publik maupun pemerintah juga dapat merepresentasikan persepsi kolektif masyarakat terhadap suatu kebijakan atau peristiwa tertentu. Anggara dkk. (2022) menyatakan bahwa komentar netizen di Instagram umumnya mengandung respons positif, negatif, maupun netral terhadap pernyataan pejabat publik, sehingga komentar tersebut dapat digunakan untuk melihat kecenderungan opini publik secara digital. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kolom komentar menjadi media bagi masyarakat untuk menyalurkan dukungan, kritik, serta penilaian emosional terhadap isu yang sedang berlangsung. Dengan demikian, kolom komentar Instagram tidak hanya berfungsi sebagai fitur interaksi sederhana, tetapi juga sebagai ruang publik digital yang merepresentasikan respons sosial dan emosional masyarakat terhadap suatu krisis atau kebijakan pemerintah secara terbuka dan real-time.

Interaksi yang terjadi di Instagram memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan opini publik di era digital. Melalui komentar, diskusi, likes, dan berbagai bentuk interaksi lainnya, pengguna media sosial dapat membangun serta menyebarkan pandangan tertentu mengenai suatu isu secara cepat kepada Demografi yang luas. Keterlibatan semacam itu memfasilitasi pembentukan wacana yang berlaku yang membentuk interpretasi sosial dan evaluasi kejadian, termasuk reaksi pemerintah selama krisis.

Media sosial juga memberikan ruang partisipatif bagi masyarakat untuk memproduksi sekaligus mengonsumsi informasi, sehingga opini publik tidak lagi hanya dibentuk oleh media konvensional, tetapi juga melalui percakapan digital yang berlangsung secara real-time. Sah Allam, Mustaffa, dan Ali (2024) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi media dan tingginya penggunaan media sosial telah mengubah pola pembentukan opini publik menjadi lebih partisipatif karena masyarakat dapat secara aktif terlibat dalam proses penyebaran dan interpretasi informasi digital.

Selain itu, Djunaidi (2025) menjelaskan bahwa media sosial mampu mempercepat penyebaran informasi, membentuk narasi kolektif, dan menciptakan ruang dialog interaktif yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isu. Perkembangan opini publik di Instagram juga berlangsung sangat cepat karena mekanisme interaksi digital seperti komentar, berbagi konten, dan viralitas mampu memperkuat sudut pandang tertentu di tengah masyarakat. Naik (2025) menyebutkan bahwa algoritma media sosial dan tingginya engagement pengguna dapat memperkuat penyebaran opini tertentu melalui fenomena echo chamber dan filter bubble, sehingga mempengaruhi bagaimana masyarakat memandang isu sosial maupun politik. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan opini publik yang mampu memengaruhi persepsi, sikap, dan reaksi kolektif masyarakat yang lebih luas terhadap kejadian atau keadaan darurat tertentu.

Dalam situasi krisis, Instagram sering digunakan sebagai ruang diskursus publik untuk mengevaluasi respons pemerintah maupun organisasi tertentu terhadap suatu peristiwa. Akun media pemberitaan di Instagram menjadi salah satu

sumber utama informasi yang digunakan masyarakat untuk mengikuti perkembangan krisis secara cepat dan real-time, sekaligus menjadi ruang interaksi publik melalui kolom komentar dan berbagai bentuk engagement digital lainnya. Ortega-Gunckel, Grassau, dan Puente (2024) menjelaskan bahwa dalam konteks bencana alam di Chile, Instagram digunakan secara aktif oleh media pemberitaan untuk menyebarkan informasi terkait banjir, sementara komentar publik pada unggahan tersebut memperlihatkan respons emosional, diskusi, serta interpretasi masyarakat terhadap situasi krisis yang sedang berlangsung.

Selain itu, MacKay et al. (2022) menunjukkan bahwa selama krisis COVID-19, komentar publik di Instagram banyak digunakan untuk mengekspresikan sentimen, dukungan, kritik, dan evaluasi terhadap komunikasi krisis pemerintah maupun aktor publik lainnya. Dinamika tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana distribusi informasi, tetapi juga ruang pembentukan opini dan respons sosial masyarakat terhadap penanganan krisis. Sejalan dengan hal tersebut, Laferrara dan Justel-Vázquez (2020) menjelaskan bahwa akun media berita di Instagram berkembang menjadi kanal penting dalam penyebaran informasi publik selama pandemi COVID-19, terutama dalam menyampaikan perkembangan kebijakan pemerintah dan isu kesehatan kepada masyarakat luas. Dalam konteks bencana, komentar publik di Instagram dapat memperlihatkan sentimen, emosi, dan kritik masyarakat terhadap respons pemerintah, sehingga platform ini menjadi ruang penting untuk memahami persepsi publik terhadap komunikasi krisis di era digital.

Instagram memiliki relevansi yang kuat dengan penelitian ini karena platform tersebut menjadi salah satu ruang diskursus publik digital yang aktif digunakan masyarakat untuk menanggapi isu krisis dan kebijakan pemerintah. Dalam konteks banjir Sumatera 2025, unggahan media pemberitaan di Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sumber penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi publik tempat masyarakat menyampaikan opini, kritik, dukungan, serta respons emosional terhadap penanganan bencana oleh pemerintah.

Komentar-komentar yang muncul pada unggahan terkait banjir Sumatera 2025 memperlihatkan bagaimana publik membentuk persepsi terhadap efektivitas

respons pemerintah, baik melalui sentimen positif, negatif, maupun netral. Selain itu, dinamika interaksi di kolom komentar juga menunjukkan bagaimana opini publik berkembang secara cepat melalui mekanisme komunikasi digital yang bersifat terbuka dan partisipatif. Dalam situasi krisis, respons masyarakat di media sosial dapat merepresentasikan tingkat kepercayaan, kekecewaan, maupun ekspektasi publik terhadap pemerintah dalam menangani bencana.

2.4 Computational Text Analysis dalam Analisis Opini Publik Digital

Perkembangan media sosial telah menghasilkan data digital dalam jumlah besar yang dapat dimanfaatkan untuk memahami perilaku dan opini publik di era digital. Interaksi masyarakat di media sosial seperti komentar, unggahan, repost, dan diskusi digital menghasilkan jejak data yang bersifat real-time serta terus berkembang setiap saat. Data digital tersebut menjadi sumber penting dalam penelitian komunikasi karena mampu merepresentasikan respons, persepsi, dan sentimen masyarakat terhadap berbagai isu publik, termasuk komunikasi krisis. Zhang (2023) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sumber utama data opini publik karena tingginya aktivitas pengguna dalam menyampaikan pandangan, emosi, dan respons terhadap suatu peristiwa melalui platform digital. Selain itu, perkembangan big data dan data mining memungkinkan peneliti untuk memantau, mengidentifikasi, dan menganalisis opini publik secara lebih cepat dan luas dibandingkan metode konvensional.

Dalam konteks komunikasi krisis, interaksi publik di media sosial memungkinkan peneliti memahami bagaimana narasi, sentimen, dan persepsi masyarakat berkembang secara real-time selama suatu krisis berlangsung. Djunaidi (2025) menjelaskan bahwa media sosial menciptakan ruang partisipatif yang memungkinkan masyarakat tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen opini yang aktif membentuk diskursus publik digital. Data digital yang dihasilkan dari interaksi tersebut sebagian besar bersifat tidak terstruktur, sehingga membutuhkan pendekatan computational text analysis untuk mengolah dan menganalisis pola komunikasi, sentimen, serta opini publik secara sistematis. Salma (2022) juga menjelaskan bahwa analisis big data dan sentiment analysis dalam media sosial menjadi pendekatan penting dalam penelitian komunikasi

modern karena mampu membantu peneliti maupun praktisi memahami respons publik terhadap suatu krisis secara lebih mendalam dan berbasis data digital.

Computational Text Analysis (CTA) merupakan pendekatan analisis data berbasis komputer yang digunakan untuk mengidentifikasi pola, makna, dan informasi dalam data teks secara otomatis. Pendekatan ini berkembang seiring meningkatnya jumlah data digital yang dihasilkan melalui media sosial, berita daring, maupun dokumen digital lainnya, sehingga analisis manual dinilai tidak lagi efektif untuk menangani data dalam skala besar. CTA memanfaatkan teknik *Natural Language Processing* (NLP) dan machine learning untuk membantu komputer memahami, mengolah, dan menganalisis bahasa manusia secara sistematis.

NLP memungkinkan komputer mengenali struktur bahasa, memahami konteks kata, mengidentifikasi sentimen, hingga mengekstraksi informasi penting dari teks. Yadav, Madaan, dan Janu (2024) menjelaskan bahwa NLP merupakan bidang yang memungkinkan komputer memahami dan menggunakan bahasa manusia melalui berbagai teknik pemrosesan teks, termasuk analisis sentimen, klasifikasi teks, dan pengenalan informasi penting dalam data digital. Selain itu, CTA juga menggunakan pendekatan machine learning untuk meningkatkan kemampuan analisis terhadap data teks dalam jumlah besar secara lebih cepat, konsisten, dan efisien dibandingkan analisis manual. McCarthy dan Dore (2023) menjelaskan bahwa computational text analysis menggabungkan NLP dan ilmu sosial untuk menghasilkan analisis teks yang mampu mengidentifikasi pola komunikasi serta makna dalam data digital secara sistematis.

Perkembangan CTA juga menunjukkan pergeseran dari metode berbasis fitur menuju model machine learning dan model generatif yang lebih canggih sehingga memungkinkan peneliti mengekstraksi informasi dari kumpulan data besar secara lebih akurat dan mendalam. Nielbo et al. (2024) menjelaskan bahwa quantitative text analysis berkembang dari pendekatan manual menuju metode komputasional berbasis representasi dan model generatif yang mampu menganalisis data teks dalam skala besar secara statistik dan otomatis. Dengan demikian, CTA menjadi pendekatan penting dalam penelitian komunikasi digital

karena mampu membantu peneliti memahami opini publik, sentimen, dan dinamika diskursus masyarakat melalui analisis data teks secara otomatis dan efisien.

Computational Text Analysis (CTA) banyak digunakan dalam penelitian media sosial karena mampu menganalisis percakapan digital yang berkembang secara cepat, dinamis, dan masif. Aktivitas pengguna media sosial seperti komentar, unggahan, repost, dan diskusi daring menghasilkan data teks dalam jumlah besar yang merepresentasikan opini, sentimen, emosi, serta persepsi masyarakat terhadap suatu isu tertentu.

Dalam konteks komunikasi krisis, data tersebut menjadi sumber penting untuk memahami bagaimana publik merespons kebijakan maupun tindakan pemerintah selama situasi krisis berlangsung. Gu et al. (2022) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan masyarakat untuk secara aktif menyebarkan informasi sekaligus mengekspresikan emosi dan opini mereka selama peristiwa krisis, sehingga analisis terhadap percakapan digital dapat membantu memahami perilaku dan respons emosional publik secara lebih mendalam.

Selain itu, perkembangan percakapan digital yang berlangsung secara real-time membuat CTA menjadi metode yang efektif dalam mengidentifikasi perubahan sentimen, pola diskusi, hingga dinamika opini publik selama krisis berlangsung. Wang et al. (2024) menjelaskan bahwa analisis teks berbasis NLP dan sentiment analysis pada media sosial memungkinkan peneliti memahami evolusi opini publik, pengaruh opinion leaders, serta perubahan emosi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah selama pandemi COVID-19.

Di sisi lain, CTA juga membantu peneliti maupun institusi dalam mengidentifikasi tren komunikasi, penyebaran informasi, hingga potensi munculnya misinformasi di media sosial. Elfattah (2024) turut menjelaskan bahwa media sosial menjadi ruang penting dalam komunikasi krisis modern karena memungkinkan terjadinya interaksi publik secara real-time melalui pertukaran opini dan respons digital selama keadaan darurat berlangsung. Oleh karena itu, CTA menjadi pendekatan yang relevan dalam penelitian komunikasi digital karena

mampu membantu peneliti memahami dinamika respons publik terhadap suatu isu secara lebih sistematis, cepat, dan berbasis data digital.

Salah satu teknik yang banyak digunakan dalam Computational Text Analysis (CTA) adalah sentiment analysis, yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan opini publik terhadap suatu isu berdasarkan data teks digital. Teknik ini bekerja dengan menganalisis ekspresi, kata, maupun pola bahasa yang muncul dalam teks untuk mengelompokkan opini ke dalam kategori positif, negatif, atau netral.

Dalam perkembangannya, sentiment analysis menjadi pendekatan yang banyak digunakan dalam penelitian komunikasi digital karena mampu membantu peneliti memahami bagaimana masyarakat mengevaluasi suatu peristiwa, kebijakan, organisasi, maupun respons pemerintah melalui media sosial. Gahukar (2026) menjelaskan bahwa sentiment analysis atau opinion mining merupakan teknik komputasional yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengekstraksi informasi subjektif dari data teks guna memahami opini dan sentimen publik terhadap suatu entitas tertentu.

Selain itu, sentiment analysis juga memungkinkan peneliti menghasilkan sentiment score untuk mengukur kecenderungan evaluasi publik terhadap suatu isu berdasarkan opini yang berkembang di media sosial dan platform digital lainnya. Kumar dan Ahuja (2022) menjelaskan bahwa sentiment analysis mengklasifikasikan teks berdasarkan emosi, pandangan, dan perasaan yang terkandung di dalamnya sehingga dapat membantu proses pengambilan keputusan berbasis opini publik. Dalam konteks komunikasi krisis, analisis sentimen menjadi penting karena mampu menunjukkan bagaimana masyarakat merespons kebijakan pemerintah, menilai efektivitas penanganan krisis, serta mengekspresikan dukungan maupun kritik terhadap institusi tertentu. Fu et al. (2022) juga menjelaskan bahwa sentiment analysis berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan media sosial sebagai ruang penyampaian opini publik, sehingga analisis terhadap komentar dan unggahan digital dapat membantu memahami persepsi masyarakat terhadap suatu isu secara lebih sistematis dan berbasis data.

Selain sentiment analysis, Computational Text Analysis (CTA) juga berkembang melalui penggunaan emotion analysis yang digunakan untuk mengidentifikasi emosi yang terkandung dalam teks digital. Berbeda dengan sentiment analysis yang hanya mengelompokkan opini ke dalam kategori positif, negatif, atau netral, emotion analysis mampu mendeteksi respons emosional yang lebih spesifik seperti kemarahan, kesedihan, ketakutan, kepercayaan, kejutan, maupun empati yang muncul dalam percakapan digital. Teknik ini banyak digunakan dalam penelitian media sosial untuk memahami bagaimana masyarakat merespons suatu peristiwa, terutama dalam situasi krisis. Alhazmi dan Alharbi (2020) menjelaskan bahwa media sosial menjadi sumber penting untuk menganalisis emosi publik selama krisis karena masyarakat secara aktif mengekspresikan perasaan mereka melalui unggahan dan komentar digital.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa emosi seperti fear, anger, sadness, trust, dan anticipation dapat muncul secara bersamaan dalam respons masyarakat terhadap pandemi COVID-19. Gupta et al. (2021) juga menjelaskan bahwa analisis emosi penting untuk memahami kondisi psikologis dan respons masyarakat terhadap kebijakan pemerintah selama krisis, karena emosi publik dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan, kepatuhan, serta persepsi masyarakat terhadap penanganan pemerintah. Selain itu, Mathur et al. (2020) menegaskan bahwa emotion analysis pada data Twitter dapat membantu pemerintah maupun lembaga terkait memahami kondisi emosional masyarakat selama situasi darurat sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan strategi komunikasi dan kebijakan publik yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, dalam konteks komunikasi krisis, dimensi emosi menjadi aspek penting karena respons emosional publik dapat mempengaruhi pembentukan persepsi, opini, serta perilaku masyarakat terhadap pemerintah maupun kebijakan tertentu selama krisis berlangsung.

Selain menganalisis sentimen dan emosi publik, Computational Text Analysis (CTA) juga dapat digunakan melalui teknik topic modelling untuk mengidentifikasi tema atau topik dominan dalam kumpulan data teks secara otomatis melalui pengelompokan kata-kata yang sering muncul bersama dalam

suatu data. Teknik ini banyak digunakan dalam penelitian media sosial karena mampu membantu peneliti memahami isu-isu utama yang paling banyak dibicarakan masyarakat tanpa harus membaca seluruh data secara manual.

Dalam konteks komunikasi krisis, topic modelling memungkinkan peneliti mengidentifikasi fokus perhatian, perdebatan, serta dinamika opini publik terhadap suatu peristiwa secara cepat dan sistematis. Alshanik et al. (2025) menjelaskan bahwa metode topic modelling seperti Latent Dirichlet Allocation (LDA) dan BERTopic dapat digunakan untuk mengungkap tema-tema dominan dalam percakapan media sosial terkait konflik Rusia–Ukraina sehingga membantu memahami bagaimana media sosial membentuk opini dan wacana publik terhadap suatu isu. Selain itu, penelitian Lyu dan Lu (2023) menunjukkan bahwa topic modelling pada data Twitter mampu mengidentifikasi perubahan diskursus publik, fokus perhatian masyarakat, serta sikap publik terhadap pengelolaan krisis dalam berbagai periode waktu selama bencana Fukushima berlangsung. Indriyanti et al. (2025) juga menjelaskan bahwa metode LDA efektif digunakan untuk mengelompokkan isu publik dalam media sosial berdasarkan distribusi tema dan kata dominan sehingga dapat membantu memahami perhatian serta opini masyarakat terhadap suatu peristiwa secara lebih efisien.

Pendekatan Computational Text Analysis (CTA) memiliki relevansi yang kuat dengan penelitian ini karena digunakan untuk menganalisis komentar publik di Instagram terkait respons pemerintah dalam penanganan banjir Sumatera 2025. Melalui pendekatan berbasis data teks digital, penelitian ini memanfaatkan sentiment analysis untuk mengidentifikasi kecenderungan opini publik dalam kategori positif, negatif, maupun netral terhadap komunikasi krisis pemerintah. Selain itu, emotion analysis digunakan untuk memahami respons emosional masyarakat seperti kemarahan, kesedihan, ketakutan, empati, maupun kepercayaan yang muncul dalam komentar publik selama situasi krisis berlangsung.

Penelitian ini juga menggunakan topic modelling untuk mengidentifikasi topik dan isu dominan yang paling banyak dibicarakan masyarakat terkait penanganan banjir Sumatera 2025. Pendekatan CTA dipilih karena mampu mengolah data teks digital dalam jumlah besar secara otomatis dan sistematis

sehingga memungkinkan peneliti memahami dinamika sentimen, emosi, serta fokus perhatian publik terhadap respons pemerintah di media sosial.

2.5 Penelitian Terdahulu

2.5.1 Silva, D. de O., da Silva, R. M. A., Lima, P. V. de S., Batista, J. C. P., & Xavier, S. F. A. (2024).

Penelitian Silva et al. (2024) yang berjudul *“Reddit Comment Analysis: Sentiment Prediction and Topic Modeling using VADER and BERTopic”* membahas analisis komentar pengguna Reddit menggunakan sentiment analysis dan BERTopic untuk memahami pola percakapan serta tema dominan dalam media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai sumber data digital untuk memahami perilaku, preferensi, dan opini publik melalui analisis komentar pengguna pada platform daring. Fokus utama penelitian tersebut adalah mengidentifikasi kecenderungan sentimen dan topik pembicaraan yang berkembang dalam percakapan pengguna Reddit sehingga dapat memberikan gambaran mengenai dinamika komunikasi publik di media sosial.

Dalam penelitiannya, Silva et al. menggunakan pendekatan Exploratory Data Analysis (EDA), visualisasi word cloud, sentiment analysis menggunakan metode VADER, serta topic modelling menggunakan BERTopic untuk menganalisis komentar Reddit. Dataset penelitian berasal dari komentar pengguna Reddit yang dianalisis untuk melihat pola interaksi dan tema-tema dominan dalam percakapan digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas komentar pengguna memiliki sentimen netral dan metode BERTopic berhasil mengidentifikasi berbagai tema utama yang berkembang dalam diskusi pengguna media sosial. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kombinasi sentiment analysis dan topic modelling mampu membantu memahami pola komunikasi serta kecenderungan opini publik dalam ruang digital secara lebih sistematis.

Penelitian Silva et al. relevan dengan penelitian ini karena sama-sama menggunakan sentiment analysis dan topic modelling dalam menganalisis opini

publik di media sosial. Namun, penelitian tersebut masih berfokus pada platform Reddit dan belum membahas komunikasi krisis pemerintah maupun ekspresi emosional publik dalam konteks bencana alam. Selain itu, penelitian tersebut belum mengintegrasikan emotion analysis untuk memahami respons emosional masyarakat secara lebih mendalam.

2.5.2 Zhu, Y., Zhou, R., Chen, G., & Zhang, B. (2024).

Penelitian Zhu et al. (2024) yang berjudul “*Enhancing Sentiment Analysis of Online Comments: A Novel Approach Integrating Topic Modeling and Deep Learning*” membahas pengembangan model analisis sentimen berbasis integrasi topic modelling dan deep learning pada komentar online. Penelitian ini menyoroti pentingnya memahami hubungan antar topik serta dinamika sentimen dalam percakapan digital untuk menghasilkan analisis opini publik yang lebih kontekstual dan akurat. Fokus penelitian tersebut adalah meningkatkan kemampuan analisis sentimen dengan mempertimbangkan keterkaitan tema percakapan dalam data teks digital sehingga pola opini publik dapat dipahami secara lebih mendalam.

Dalam penelitiannya, Zhu et al. menggunakan kombinasi metode *Latent Dirichlet Allocation (LDA)*, *RealNVP*, *Deep Bidirectional Long Short-Term Memory (DBiLSTM)*, dan *Multi-Head Self Attention (MHSA)* untuk meningkatkan akurasi analisis sentimen pada komentar online. Topic modelling digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar tema dalam percakapan digital, sedangkan pendekatan deep learning digunakan untuk meningkatkan performa klasifikasi sentimen berdasarkan konteks bahasa dalam data teks. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi topic modelling dan deep learning mampu meningkatkan performa klasifikasi sentimen sekaligus membantu memahami hubungan antara tema percakapan dan sentimen publik dalam komentar online. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa analisis sentimen dapat dilakukan secara lebih kontekstual melalui pendekatan *Natural Language Processing (NLP)* berbasis deep learning.

Penelitian Zhu et al. relevan dengan penelitian ini karena menunjukkan pentingnya menggabungkan topic modelling dan sentiment analysis dalam

memahami komentar media sosial. Namun, penelitian tersebut lebih berorientasi pada pengembangan model komputasi dan peningkatan performa klasifikasi sentimen sehingga belum membahas konteks komunikasi publik maupun komunikasi krisis pemerintah secara spesifik. Selain itu, penelitian tersebut tidak membahas respons publik terhadap bencana alam dalam ruang komunikasi digital.

2.5.3 Wanniarachchi, V. U., Scogings, C., Susnjak, T., & Mathrani, A. (2023).

Penelitian Wanniarachchi et al. (2023) yang berjudul *“Hate Speech Patterns in Social Media: A Methodological Framework and Fat Stigma Investigation Incorporating Sentiment Analysis, Topic Modelling and Discourse Analysis”* membahas penggunaan mixed-method analysis untuk memahami pola hate speech dan stigma sosial di media sosial melalui kombinasi sentiment analysis, emotion analysis, topic modelling, dan discourse analysis. Penelitian ini berfokus pada bagaimana percakapan digital di media sosial dapat merepresentasikan sentimen, emosi, serta pola komunikasi masyarakat terkait isu stigma sosial dan ujaran kebencian. Selain itu, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai sumber data penting untuk memahami dinamika opini publik dan interaksi sosial dalam ruang digital.

Dalam penelitiannya, Wanniarachchi et al. menggunakan data dari platform Twitter dan Reddit yang dianalisis menggunakan sentiment analysis, emotion analysis, topic modelling, word frequency analysis, serta discourse analysis. Pendekatan tersebut digunakan untuk mengidentifikasi pola emosi publik, tema-tema dominan, dan bentuk diskursus sosial yang berkembang dalam percakapan pengguna media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi metode *Natural Language Processing* (NLP) dan pendekatan kualitatif mampu membantu memahami emosi publik, pola percakapan, serta isu sosial yang berkembang di media sosial secara lebih komprehensif. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa integrasi analisis komputasional dan analisis wacana dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap dinamika komunikasi digital masyarakat.

Penelitian Wanniarachchi et al. relevan dengan penelitian ini karena sama-sama menggunakan sentiment analysis, emotion analysis, dan topic modelling untuk memahami pola opini publik digital di media sosial. Namun, penelitian tersebut berfokus pada hate speech dan stigma sosial, sedangkan penelitian mengenai komunikasi krisis pemerintah dalam konteks bencana alam di Instagram masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian tersebut belum membahas bagaimana publik mengevaluasi respons pemerintah melalui sentimen, emosi, dan topik diskusi selama situasi krisis berlangsung.

