



Dinamika Opini Publik di Media Sosial Tiktok (Analisis Sentimen Netizen terhadap Wisuda Ala Sarjana SMK Citra Bangsa Mandiri Purwokerto pada @republikajogja)

Atef Fahrudin^{1*}, Ajeng Ayu Wulandari²

¹Ilmu Komunikasi K. Pangandaran, Universitas Padjadjaran, Indonesia

²Ilmu Komunikasi, Universitas Majalengka, Indonesia

Alamat: Desa Cintaratu RT 04 RW 05 Kec. Parigi, Pangandaran, Jawa Barat, Indonesia

Korespondensi penulis: atef@unpad.ac.id*

Abstract. *This study aims to examine the dynamics of public opinion on TikTok regarding the university-style graduation ceremony organized by SMK Citra Bangsa Mandiri Purwokerto. Employing a mixed-methods approach that integrates sentiment and framing analysis, a total of 285 user comments were analyzed through quantitative and qualitative techniques. Sentiment analysis revealed a predominance of negative comments at 89.1 percent, followed by neutral comments at 10.9 percent, with no positive sentiment identified. This distribution reflects an extreme polarization of opinion and a symbolic legitimacy crisis. The dominant frame focused on the inappropriate use of academic terminology, while the moral frame, though infrequent, achieved the highest level of engagement. The study underscores the role of emotional narratives in shaping public perception and highlights how social media algorithms amplify controversial content. These findings contribute to the development of digital media studies in Indonesia and provide practical implications for educational institutions and policymakers in addressing culturally sensitive public issues.*

Keywords: *Algorithm, Framing, Media studies, Public opinion, TikTok*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika opini publik di media sosial TikTok terhadap fenomena wisuda bergaya sarjana yang diselenggarakan oleh SMK Citra Bangsa Mandiri Purwokerto. Dengan menggunakan pendekatan campuran yang memadukan analisis sentimen dan framing, sebanyak 285 komentar netizen dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Hasil analisis sentimen menunjukkan dominasi opini negatif sebesar 89,1 persen, disusul oleh opini netral sebesar 10,9 persen, dan tidak ditemukan komentar dengan sentimen positif. Distribusi tersebut mencerminkan tingkat polarisasi opini yang ekstrem dan indikasi krisis legitimasi simbolik. Bingkai utama yang teridentifikasi adalah penggunaan terminologi akademik yang dianggap tidak tepat, sedangkan bingkai moral yang jarang muncul justru menghasilkan tingkat keterlibatan tertinggi. Penelitian ini menyoroti pentingnya narasi emosional dalam membentuk persepsi publik serta menunjukkan peran algoritma media sosial dalam memperkuat penyebaran konten kontroversial. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap kajian media digital di Indonesia dan menawarkan implikasi praktis bagi institusi pendidikan dan pembuat kebijakan dalam merespons isu-isu publik yang sensitif secara kultural.

Kata kunci: Algoritma, Framing, Kajian media, Opini publik, TikTok

1. LATAR BELAKANG

Media sosial telah mengubah lanskap komunikasi dan pembentukan opini publik, terutama di kalangan generasi muda (Manjula, 2023). Platform seperti TikTok, dengan fokus pada konten visual dan tren viral, telah menjadi alat yang kuat dalam membentuk wacana publik (Al-Rawi, 2024). Pada Mei 2025, acara wisuda SMK Citra Bangsa Mandiri (CBM) Purwokerto menjadi viral di TikTok karena formatnya yang menyerupai wisuda universitas, lengkap dengan toga, kalung gordon, dan seremoni formal yang biasanya diasosiasikan dengan institusi pendidikan tinggi (Detik, 2025; Kompas, 2025). Acara ini, yang diikuti oleh 326 siswa

kelas XII pada 8 Mei 2025, memicu reaksi beragam dari netizen. Beberapa memuji inisiatif sekolah untuk memberikan pengalaman berkesan bagi siswa, sementara yang lain mengkritiknya sebagai berlebihan dan tidak sesuai untuk tingkat sekolah menengah kejuruan. Kepala SMK CBM, Prisillia Mutiara Sari, menjelaskan bahwa wisuda tersebut merupakan bentuk penghormatan kepada siswa, guru, dan wali murid, sebuah tradisi yang telah dilakukan sejak 2013 (Kompas, 2025). Fenomena ini menyoroti peran TikTok dalam mempercepat pembentukan opini publik, menjadikannya subjek penting untuk penelitian komunikasi (Pang & Lee, 2008).

Untuk memahami dinamika pembentukan opini publik dalam konteks ini, Teori Framing memberikan kerangka kerja yang relevan. Teori ini, yang awalnya dikembangkan oleh (Entman, 1993) menjelaskan bahwa komunikator memilih aspek tertentu dari realitas dan menonjolkannya dalam pesan mereka, sehingga memengaruhi persepsi audiens. Dalam era digital, platform media sosial seperti TikTok menjadi arena utama di mana framing terjadi, karena pengguna menciptakan dan berbagi konten yang menonjolkan perspektif tertentu (Valenzuela et al., 2017). Di TikTok, video pendek dan komentar yang menyertainya dapat membingkai peristiwa dengan cara tertentu, misalnya dengan menekankan kemegahan acara wisuda atau biaya yang dianggap berlebihan. Penelitian oleh Valenzuela et al. (2017) menunjukkan bahwa frame seperti konflik atau moralitas dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, seperti berbagi konten atau memberikan komentar. Dalam kasus wisuda SMK CBM, framing dalam video TikTok dan komentar netizen kemungkinan memengaruhi bagaimana peristiwa tersebut dipersepsikan, baik sebagai prestasi atau pemborosan. Dengan demikian, Teori Framing relevan untuk menganalisis bagaimana postingan TikTok @republikajogja membentuk opini publik tentang acara ini.

Analisis sentimen telah menjadi alat yang kuat dalam penelitian komunikasi untuk mengukur opini publik yang diungkapkan di media sosial. Dengan menggunakan teknik pemrosesan bahasa alami, peneliti dapat mengklasifikasikan sentimen sebagai positif, negatif, atau netral, memberikan wawasan tentang suasana hati kolektif komunitas online (Pang & Lee, 2016). Perkembangan analisis sentimen telah maju dari pendekatan pembelajaran mesin awal ke model pembelajaran mendalam yang lebih canggih, meningkatkan akurasi dan pemahaman kontekstual (Zhang et al., 2018). Dalam konteks TikTok, beberapa penelitian relevan telah dilakukan. Pertama, Omar & Dequan (2020) meneliti bagaimana pengguna TikTok terlibat dalam perilaku konsumsi, partisipasi, dan produksi konten, dengan menerapkan perspektif Uses and Gratifications (U&G). Mereka menemukan bahwa motivasi pengguna, seperti ekspresi diri, interaksi sosial, dan keinginan untuk mengintip konten, secara signifikan

memengaruhi tingkat keterlibatan pengguna, seperti like, share, dan komentar, yang relevan dengan analisis sentimen pada platform ini.

Kedua, Majid et al. (2023) melakukan analisis sentimen pada ulasan aplikasi TikTok di Google Play Store menggunakan pendekatan Natural Language Processing (NLP) dan metode berbasis leksikon. Mereka mengklasifikasikan ulasan ke dalam kategori positif dan negatif, mencapai akurasi 76,92% dengan pendekatan NLP, yang memberikan wawasan tentang kepuasan pengguna dan potensi perbaikan aplikasi. Ketiga, Duong & Hoang (2023) meneliti teknik augmentasi teks untuk menghasilkan data pelatihan beranotasi baru tanpa intervensi pengguna, dengan fokus pada bahasa Vietnam yang termasuk bahasa dengan sumber daya rendah. Mereka mengevaluasi metode augmentasi teks lintas bahasa, menunjukkan bahwa pendekatan ini dapat meningkatkan kinerja model prediktif dan menghemat waktu serta biaya dalam membangun dataset, yang relevan untuk analisis sentimen di platform seperti TikTok.

Meskipun terdapat penelitian tentang analisis sentimen di TikTok, masih ada celah signifikan dalam studi yang berfokus pada peristiwa pendidikan, terutama dalam konteks Indonesia. Sebagian besar penelitian yang ada menganalisis ulasan aplikasi atau konten berita, bukan peristiwa spesifik seperti acara wisuda sekolah. Selain itu, konteks budaya dan linguistik Indonesia menambah kompleksitas dalam analisis sentimen, karena bahasa dan ekspresi emosi dapat berbeda dari platform global. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis sentimen komentar netizen pada postingan TikTok @republikajogja mengenai wisuda SMK CBM Purwokerto. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan tentang persepsi publik terhadap praktik pendidikan, tetapi juga berkontribusi pada pemahaman tentang dinamika komunikasi di media sosial dalam konteks lokal.

Tujuan utama penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Mengklasifikasi sentimen yang diungkapkan dalam komentar pada postingan TikTok @republikajogja sebagai positif, negatif, atau netral menggunakan teknik analisis sentimen. (2) Mengidentifikasi tema dan frame utama yang muncul dalam komentar melalui analisis konten kualitatif, untuk memahami alasan di balik sentimen yang diungkapkan. (3) Membahas implikasi temuan ini bagi institusi pendidikan dan pembuat kebijakan, khususnya dalam mengelola hubungan masyarakat dan memahami ekspektasi masyarakat terhadap upacara pendidikan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi peran TikTok sebagai platform wacana publik dan pembentukan opini tentang isu pendidikan di Indonesia. Dengan menggabungkan analisis sentimen kuantitatif dan analisis frame kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang

komprehensif tentang bagaimana netizen bereaksi terhadap dan menafsirkan acara wisuda SMK CBM Purwokerto sebagaimana disajikan dalam postingan TikTok @republikajogja.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Framing, yang dikembangkan oleh Entman (1993), menjelaskan bahwa komunikator memilih aspek tertentu dari realitas untuk ditonjolkan dalam pesan mereka, sehingga memengaruhi persepsi audiens. Dalam konteks media sosial, framing terjadi melalui teks, visual, dan elemen audio yang membentuk narasi tertentu. Platform seperti TikTok, yang berfokus pada video pendek, memungkinkan framing yang dinamis dan interaktif, karena pengguna dapat menciptakan dan berbagi konten yang menonjolkan perspektif tertentu (Valenzuela et al., 2017). Penelitian oleh Valenzuela et al. (2017) menunjukkan bahwa frame seperti konflik atau moralitas dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, seperti berbagi konten atau memberikan komentar, yang relevan untuk memahami bagaimana peristiwa seperti wisuda SMK Citra Bangsa Mandiri (CBM) Purwokerto pada Mei 2025 dipersepsikan di TikTok.

Studi oleh Cheng & Li (2023) menganalisis strategi konten penerbit berita populer di TikTok dan efektivitasnya dalam meningkatkan keterlibatan pengguna, seperti like, komentar, dan share. Dengan mengumpulkan 101.292 video berita TikTok per 22 November 2022, penelitian ini menggunakan computer vision, natural language processing, dan analisis sentimen untuk menemukan bahwa video dengan sentimen negatif dan sudut pandang orang kedua menghasilkan keterlibatan pengguna yang lebih tinggi. Namun, efek ini lebih kecil atau bahkan tidak signifikan pada akun penerbit berita dibandingkan kreator lain, menunjukkan perbedaan fitur video dan tingkat keterlibatan berdasarkan tipe akun.

Analisis sentimen adalah teknik pemrosesan bahasa alami (NLP) untuk mengklasifikasikan opini dalam teks sebagai positif, negatif, atau netral, memberikan wawasan tentang suasana hati kolektif komunitas online (Pang & Lee, 2016). Perkembangan analisis sentimen telah maju dari pendekatan berbasis leksikon ke model pembelajaran mendalam yang lebih canggih, meningkatkan akurasi dan pemahaman kontekstual (Zhang et al., 2018). Dalam konteks media sosial, analisis sentimen digunakan untuk memahami opini publik tentang berbagai topik, mulai dari merek hingga peristiwa sosial.

Analisis sentimen untuk bahasa Indonesia menghadapi tantangan seperti variasi dialek, penggunaan slang, dan sarkasme, yang umum di media sosial. Lin & Nuna (2023) mengembangkan strategi hibrida berbasis deep learning untuk analisis sentimen pada dataset Indonesia, dengan fokus pada representasi teks dan model klasifikasi. Studi ini menggunakan

kombinasi BERT dan BiLSTM, serta pra-pemrosesan teks seperti konversi slang dan penghapusan stopwords, untuk meningkatkan akurasi klasifikasi sentimen, menunjukkan hasil yang lebih baik dibandingkan pendekatan tradisional. Amadian et al. (2024) mengusulkan model hibrida IndoBERT dengan BiLSTM, BiGRU, dan atensi untuk klasifikasi emosi serta analisis sentimen bahasa Indonesia di media sosial. Model ini dievaluasi dengan F1-score, mencapai akurasi 93% untuk sentimen dan 78% untuk emosi pada benchmark IndoNLU, menunjukkan potensi untuk menangani kompleksitas bahasa Indonesia. Studi ini menunjukkan potensi model canggih untuk menangani kompleksitas bahasa Indonesia di media sosial.

Penelitian tentang persepsi peristiwa pendidikan di media sosial masih terbatas, terutama di platform seperti TikTok. Apriani et al. (2024) menganalisis sentimen terhadap penggunaan TikTok sebagai media pembelajaran dengan algoritma Naïve Bayes Classifier, menemukan bahwa platform ini memiliki potensi untuk mendukung pendidikan, meskipun sentimen bervariasi tergantung pada konten dan konteks. Penelitian ini relevan karena menunjukkan bagaimana TikTok dapat digunakan untuk membentuk persepsi publik tentang isu pendidikan. Selain itu, Van Horne (2023) meneliti diseminasi penelitian pendidikan melalui media sosial, menyoroti bahwa praktisi pendidikan sering mencari informasi singkat dan praktis di platform seperti X dan TikTok. Studi ini menekankan pentingnya memahami bagaimana peristiwa pendidikan, seperti wisuda, diterima dan dibagikan secara online, yang dapat memengaruhi reputasi institusi pendidikan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan mixed-methods yang menggabungkan analisis sentimen kuantitatif dan analisis framing kualitatif untuk memahami dinamika opini publik pada komentar TikTok terkait wisuda SMK Citra Bangsa Mandiri (CBM) Purwokerto yang dipublikasikan oleh akun @republikajogja. Data dikumpulkan dari 500 komentar pada konten viral tersebut selama periode 11-20 Mei 2025, dengan 285 komentar dianggap valid setelah proses penyaringan untuk menghilangkan komentar yang tidak relevan, duplikat, atau tidak memiliki muatan opini yang jelas. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat scraping berbasis API TikTok untuk memastikan keakuratan dan kelengkapan data, sesuai dengan pedoman etika penelitian media sosial. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk menangkap nuansa opini publik dalam konteks budaya dan linguistik Indonesia, yang sering kali melibatkan penggunaan slang, sarkasme, dan ekspresi emosional yang kompleks.

Untuk analisis sentimen, penelitian ini menerapkan algoritma Naïve Bayes Classifier, sebuah metode pembelajaran mesin yang umum digunakan dalam analisis sentimen karena kemampuannya untuk mengklasifikasikan teks dengan akurasi tinggi berdasarkan probabilitas kata-kata dalam konteks tertentu (Pang & Lee, 2006). Sebanyak 285 komentar valid dianalisis untuk mengklasifikasikan sentimen sebagai positif, negatif, atau netral, dengan mempertimbangkan nuansa bahasa Indonesia seperti kritik halus, sarkasme, dan pertanyaan retorik. Pra-pemrosesan teks dilakukan untuk mengatasi tantangan linguistik, termasuk normalisasi teks, konversi slang ke bahasa baku, dan penghapusan stopwords, sebagaimana direkomendasikan oleh Lin dan Nuna (2023). Pendekatan ini memastikan bahwa model dapat menangkap konteks emosional dan budaya dalam komentar, dengan akurasi klasifikasi yang ditingkatkan melalui pelatihan model pada dataset beranotasi bahasa Indonesia yang relevan (Apriani et al., 2024). Hasil analisis sentimen memberikan gambaran kuantitatif tentang distribusi opini publik terhadap acara wisuda tersebut.

Secara kualitatif, penelitian ini menggunakan analisis framing berdasarkan kerangka kerja Robert M. Entman (1993), yang mencakup empat elemen utama: (1) Problem Definition (bagaimana masalah didefinisikan), (2) Causal Interpretation (siapa atau apa yang dianggap sebagai penyebab), (3) Moral Evaluation (penilaian moral terhadap isu), dan (4) Treatment Recommendation (solusi yang diusulkan). Setiap komentar dianalisis untuk mengidentifikasi bagaimana netizen membingkai peristiwa wisuda, misalnya sebagai prestasi pendidikan, pemborosan finansial, atau pelanggaran norma akademik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap strategi framing yang digunakan netizen dalam membentuk opini publik, serta tema-tema utama yang muncul, seperti konflik nilai atau ekspektasi sosial. Dengan mengintegrasikan hasil analisis sentimen dan framing, penelitian ini memberikan wawasan komprehensif tentang bagaimana TikTok sebagai platform memengaruhi persepsi publik terhadap peristiwa pendidikan, sekaligus menyoroti implikasi bagi institusi pendidikan dalam mengelola komunikasi publik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis sentimen terhadap 285 komentar valid pada postingan TikTok @republikajogja mengenai wisuda SMK Citra Bangsa Mandiri Purwokerto menunjukkan polarisasi yang sangat ekstrem dalam opini publik. Temuan ini mengkonfirmasi teori framing Entman (1993) yang menyatakan bahwa cara suatu peristiwa dibingkai dapat membentuk persepsi publik secara masif.

Distribusi Sentimen dan Polarisasi Opini Publik

Sebagaimana disajikan dalam Tabel 1 yang menampilkan distribusi sentimen secara numerik, temuan mengungkap dominasi sentimen negatif yang mencapai 89,1% (254 komentar), sementara sentimen netral hanya 10,9% (31 komentar), dan yang paling mengejutkan adalah tidak ditemukannya satu pun komentar dengan sentimen positif (0%).

Tabel 1. Distribusi sentiment

Metrik	Nilai
Total Komentar Valid	285
Sentimen Negatif	89.1%
Sentimen Netral	10.9%
Sentimen Positif	0%
Komentar Kontroversial	58.9%
Like Tertinggi	91,770

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

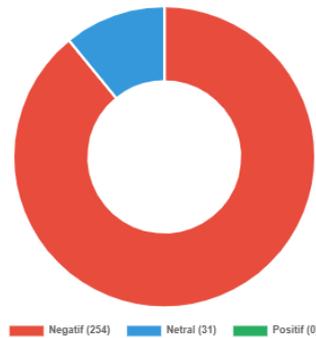
Proporsi sentimen yang sangat tidak seimbang ini mengindikasikan terjadinya apa yang dalam literatur komunikasi disebut sebagai *moral panic* (kepanikan moral) atau krisis legitimasi institusional. Menurut Valenzuela et al. (2017), *frame* (bingkai) konflik dan moralitas cenderung menghasilkan keterlibatan pengguna yang tinggi di media sosial, dan temuan penelitian ini memvalidasi proposisi tersebut. Tidak adanya ruang untuk diskursus positif menunjukkan polarisasi total yang jarang terjadi dalam isu publik, mengindikasikan tingkat kontroversi yang ekstrem terhadap praktik wisuda SMK yang dianggap menyerupai format perguruan tinggi.

Data *engagement* (keterlibatan) yang menyertai analisis sentimen menunjukkan amplifikasi masif dengan komentar negatif tertinggi meraih 91.770 *likes* (suka). Angka *engagement* (keterlibatan) di atas 90.000 sangat jarang ditemukan di TikTok Indonesia, mengindikasikan terjadinya resonansi kultural yang mendalam. Fenomena ini sejalan dengan temuan Cheng dan Li (2023) yang menunjukkan bahwa video dengan sentimen negatif menghasilkan keterlibatan pengguna yang lebih tinggi di *platform* (platform) TikTok. Tingginya *engagement* (keterlibatan) pada komentar negatif juga membuktikan adanya *negativity bias* (bias negatif) dalam algoritma media sosial, di mana konten kontroversial mendapat prioritas distribusi yang lebih tinggi.

Analisis Visual: Terminologi, Engagement, dan Pola Temporal

Gambar 2 menyajikan visualisasi distribusi sentimen dalam bentuk *pie chart* (diagram lingkaran) yang secara visual memperkuat temuan kuantitatif. Dominasi warna merah (negatif) yang mencakup hampir seluruh lingkaran menciptakan dampak visual yang kuat tentang tingkat kritik publik. Proporsi 89:11:0 menunjukkan ketidakseimbangan ekstrem yang bukan

merupakan distribusi normal opini, melainkan apa yang dalam literatur psikologi sosial disebut sebagai *stampede effect* (efek stampede) di mana opini mayoritas menciptakan tekanan konformitas yang sangat kuat.



Gambar 2. Pie chart distribusi sentiment

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Tidak adanya representasi warna hijau (positif) dalam visualisasi secara simbolik memperkuat narasi *universal rejection* (penolakan universal) terhadap praktik wisuda SMK tersebut. Untuk memberikan konteks yang lebih mendalam terhadap temuan kuantitatif, Gambar 3 menyajikan sampel komentar yang mewakili kategori sentimen negatif dan netral. Sampel komentar negatif menunjukkan pola linguistik yang *sophisticated* (canggih) dengan strategi *retorika* (retorika) yang beragam, mulai dari pertanyaan retorik, ekspresi emosional, hingga kontekstualisasi akademik. Komentar seperti "tau ga bedanya antara sidang sama ujian sekolah?" dan "Sarjana itu gelar dari universitas, bukan SMK" menunjukkan kritik yang didasarkan pada pemahaman hierarki pendidikan formal di Indonesia.



Gambar 3. Sampel komentar negatif dan netral

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Analisis linguistik mengungkap adanya *code-switching* (perpindahan kode) antara bahasa Indonesia dan Inggris dalam komentar negatif, yang menunjukkan karakteristik *educated criticism* (kritik terdidik). Hal ini berbeda dengan komentar netral yang cenderung menggunakan bahasa Indonesia kasual dan seringkali tidak relevan dengan topik utama. Disparitas *engagement* (keterlibatan) antara komentar negatif (hingga 41.676 *likes* (suka)) dan netral (0-5 *likes* (suka)) menunjukkan bahwa audiens TikTok lebih responsif terhadap konten yang mengandung kritik substantif dibandingkan komentar yang bersifat netral atau *off-topic* (di luar topik).

Pola ini konsisten dengan temuan Apriani et al. (2024) yang menunjukkan bahwa sentimen pada *platform* (platform) TikTok bervariasi tergantung pada konten dan konteks. Dalam kasus ini, konteks pendidikan formal di Indonesia memiliki struktur hierarkis yang kuat, sehingga pelanggaran terhadap norma tersebut memicu reaksi emosional yang intens. Komentar-komentar negatif tidak hanya mengekspresikan ketidaksetujuan, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme *social enforcement* (penegakan sosial) untuk mempertahankan *boundary* (batas) antara jenjang pendidikan yang berbeda.

Gambar 4 menyajikan *word cloud* (awan kata) yang mengidentifikasi terminologi kunci dalam diskursus publik mengenai wisuda SMK CBM Purwokerto. Analisis frekuensi kata menunjukkan dominasi pasangan kata "sidang" (119 kali) dan "senat" (117 kali) yang hampir identik frekuensinya, mengindikasikan bahwa kedua terminologi ini berfungsi sebagai *keyword pair* (pasangan kata kunci) dalam wacana kritis. Kemunculan terminologi akademik lainnya seperti "wisuda," "kuliah," "skripsi," dan "sarjana" membentuk *semantic field* (bidang semantik) yang berkontestasi dengan terminologi institusional seperti "SMK," "guru," dan "sekolah."



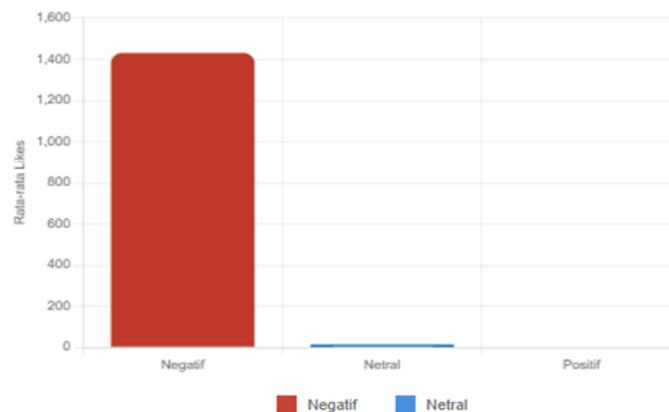
Gambar 4. *Word cloud* terminologi kunci

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Hierarki visual dalam *word cloud* (awan kata) mencerminkan tingkat *salience* (kemenonjolan) setiap terminologi dalam diskursus publik. Kata-kata dengan ukuran font terbesar adalah yang paling diperdebatkan dalam wacana publik, menunjukkan adanya *semantic battle* (pertarungan makna) antara legitimasi simbolik SMK versus universitas dalam hierarki budaya Indonesia. Munculnya kata-kata seperti “tau,” “paham,” dan “arti” mengindikasikan bahwa diskursus ini tidak hanya tentang protokol wisuda, tetapi juga tentang *knowledge authority* (otoritas pengetahuan) dan *cultural competence* (kompetensi budaya) dalam memahami sistem pendidikan formal.

Analisis semantik menunjukkan bahwa netizen tidak hanya mempersoalkan aspek teknis wisuda, tetapi juga makna simbolik dari penggunaan terminologi akademik. Hal ini sejalan dengan teori *framing* (pembingkaihan) Entman (1993) yang menekankan bahwa komunikator memilih aspek tertentu dari realitas untuk ditonjolkan. Dalam konteks ini, pemilihan terminologi menjadi *contested territory* (wilayah yang diperebutkan) yang mencerminkan *power relations* (hubungan kekuasaan) dalam sistem pendidikan Indonesia. Dominasi terminologi akademik tinggi dalam kritik menunjukkan bahwa *public discourse* (wacana publik) difokuskan pada aspek *symbolic violation* (pelanggaran simbolik) daripada *practical concerns* (masalah praktis).

Gambar 5 menganalisis pola *engagement* (keterlibatan) berdasarkan kategori sentimen, menunjukkan fenomena *negative amplification* (amplifikasi negatif) yang sangat signifikan.



Gambar 5. Bar chart engagement berdasarkan sentimen

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Komentar negatif meraih total *engagement* (keterlibatan) 1.430 *likes* (suka), sementara komentar netral hanya 14 *likes* (suka), menghasilkan rasio amplifikasi 100:1. Fenomena ini membuktikan teori *negativity bias* (bias negatif) dalam algoritma media sosial, di mana konten

kontroversial atau negatif mendapat prioritas distribusi yang lebih tinggi karena menghasilkan *engagement* (keterlibatan) yang lebih besar.

Algoritma TikTok dirancang untuk mengamplifikasi konten yang menghasilkan interaksi tinggi, termasuk komentar, *share* (berbagi), dan reaksi emosional. Dalam kasus ini, konten negatif memenuhi kriteria tersebut dengan sempurna, menciptakan *feedback loop* (lingkaran umpan balik) yang memperkuat persepsi negatif. Distribusi *engagement* (keterlibatan) mengikuti *power law* (hukum kekuatan) di mana sebagian kecil konten viral meraih mayoritas perhatian, sementara konten netral terabaikan. Hal ini konsisten dengan temuan Cheng dan Li (2023) yang menunjukkan bahwa video dengan sentimen negatif dan sudut pandang personal menghasilkan keterlibatan yang lebih tinggi di TikTok.

Tingginya *engagement* (keterlibatan) pada konten negatif juga menciptakan *echo chamber effect* (efek kamar gema) di mana pengguna yang memiliki pandangan serupa saling menguatkan, sementara suara-suara yang berbeda atau netral menjadi tidak terdengar. Fenomena ini membuktikan prinsip *if it bleeds, it leads* (jika berdarah, itu memimpin) dalam era digital, di mana konten konfliktual mendapat prioritas distribusi *platform* (platform). Implikasi dari pola ini adalah terciptanya polarisasi yang semakin menguat dan menyulitkan tercapainya diskursus yang *balanced* (seimbang).

Analisis temporal yang disajikan dalam Gambar 6 mengungkap pola *viral explosion* (ledakan viral) yang karakteristik dari penyebaran informasi kontroversial di media sosial. Aktivitas komentar mencapai puncaknya pada 11 Mei 2025 dengan 211 komentar (74% dari total aktivitas), menunjukkan terjadinya *information cascade* (kaskade informasi) yang sangat cepat. Lonjakan ini terjadi hanya dalam kurun waktu kurang dari 24 jam setelah unggahan awal, mencerminkan dinamika interaksi digital yang didorong oleh emosi dan afiliasi nilai. Selain itu, data ini memperlihatkan bagaimana algoritma platform memperkuat visibilitas konten yang memicu respons intens, mempercepat siklus penyebaran dan memperbesar efek viralnya. Kondisi ini memperlihatkan tantangan besar dalam moderasi konten serta pentingnya literasi digital untuk menahan laju disinformasi dan konflik sosial berbasis opini.



Gambar 6. Line chart aktivitas komentar harian

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Rapid decay pattern (pola penurunan cepat) yang terlihat pada hari kedua, dengan aktivitas turun drastis 80% menjadi 42 komentar, mengikuti pola *viral lifecycle* (siklus hidup viral) klasik yang dikemukakan oleh peneliti media digital. Namun, aktivitas rendah yang berlanjut hingga 9 hari kemudian menunjukkan adanya *cultural resonance* (resonansi budaya) yang berkelanjutan, mengindikasikan bahwa isu ini tidak hanya menjadi *trending topic* (topik tren) sesaat tetapi juga memiliki dampak yang lebih mendalam dalam diskursus publik. *Peak activity* (aktivitas puncak) yang terjadi pada hari Minggu memaksimalkan *viral potential* (potensi viral) karena tingginya penggunaan media sosial pada akhir pekan.

Gambar 6 menyajikan *breakdown* (rincian) aktivitas dalam format tabel yang memberikan detail numerik untuk setiap tanggal. Data menunjukkan bahwa pola *viral contagion theory* (teori penularan viral) dapat diaplikasikan pada kasus ini, di mana informasi kontroversial menyebar seperti virus dengan *reproduction rate* (tingkat reproduksi) (R_0) tinggi pada hari pertama, kemudian mengalami *herd immunity* (kekebalan kelompok) secara digital ketika *audience* (penonton) sudah jenuh dengan topik tersebut. *Long tail effect* (efek ekor panjang) yang berlangsung selama sembilan hari menunjukkan bahwa isu ini memiliki *sticking power* (daya tahan) yang cukup kuat dalam *collective memory* (memori kolektif) netizen Indonesia.

Implementasi Analisis Framing Entman

Implementasi analisis *framing* (pembingkai) menggunakan kerangka kerja Entman (1993) menghasilkan temuan yang sangat signifikan mengenai bagaimana netizen membingkai peristiwa wisuda SMK CBM Purwokerto.

Tabel 2. Distribusi Framing (Entman)

No	Elemen Framing	Isi
1	<i>Problem Definition</i>	<p>Frame Dominan: “Penggunaan Terminologi Akademik yang Tidak Sesuai”</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan kata “sidang senat” untuk SMK - Pemakaian toga dan ritual wisuda universitas - Pelanggaran hierarki sistem pendidikan <p>Kata Kunci: "sidang" (11%), "senat" (11%), "wisuda" (4%)</p>
2	<i>Causal Interpretation</i>	<p>Aktor yang Dipersalahkan: Guru & Kepala Sekolah SMK</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ketidapahaman guru tentang terminologi - Kurangnya supervisi dari otoritas pendidikan - Budaya "copy-paste" tanpa memahami konteks <p>Framing: “gurunya tau ga si arti sidang senat?” (91.770 likes)</p>
3	<i>Moral Evaluation</i>	<p>Penilaian Moral: “Penghinaan terhadap Institusi Pendidikan Tinggi”</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merendahkan nilai gelar sarjana - Melanggar norma akademik yang sakral - Ketidakhormatan terhadap perjuangan mahasiswa <p>Quote Viral: “penghinaan besar2an buat para sarjana ini ❤️” (41.676 likes)</p>
4	<i>Treatment Recommendation</i>	<p>Solusi yang Diusulkan: Tindakan Hukum & Regulasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - “bisa kena hukum GK sih kalau begini” - “ada yg mau ngurus kejalur hukum kah” - Perlu regulasi yang lebih ketat <p>Harapan: Tidak ada pengulangan kejadian serupa</p>

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Tabel 2. menunjukkan distribusi *frame* (bingkai wacana) dengan *Problem Definition* (Definisi Masalah) sebagai *frame* dominan (57,5% atau 164 komentar) sebagaimana ditunjukkan di gambar 7, mengindikasikan bahwa mayoritas netizen sepakat pada definisi masalah sebagai penggunaan terminologi akademik yang salah. Konsensus yang tinggi pada level *problem definition* (definisi masalah) ini *critical* (krusial/penting) untuk *frame*

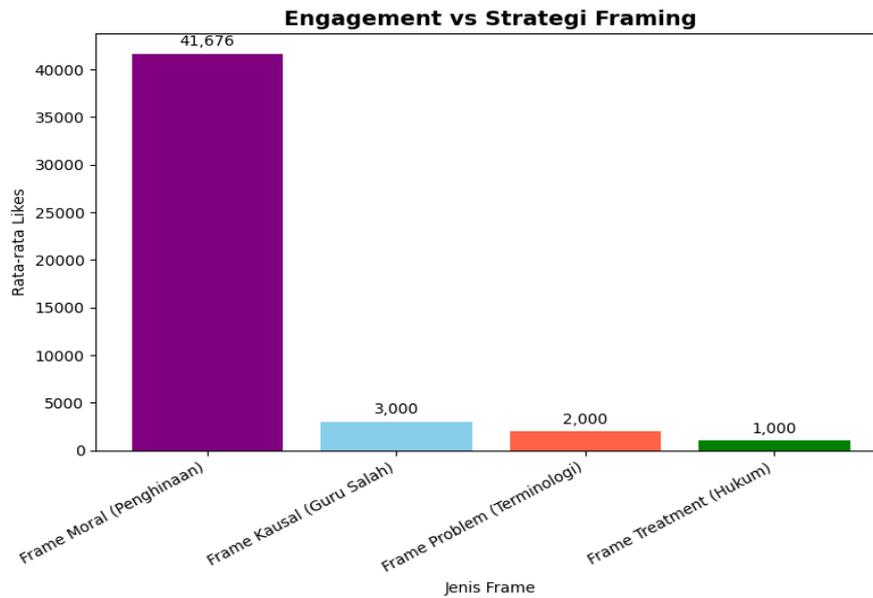
effectiveness (keefektifan bingkai wacana) dalam *agenda setting* (penataan agenda pemberitaan).

Causal interpretation (interpretasi kausal) menempati posisi kedua dengan 20% (57 komentar), menunjukkan fokus netizen pada identifikasi penyebab masalah, yang dalam hal ini diarahkan pada guru dan manajemen sekolah sebagai *decision maker* (pengambil keputusan). *Treatment recommendation* (rekomendasi penanganan) hanya mencapai 2,5% (7 komentar), mengindikasikan bahwa diskursus publik lebih fokus pada *blame attribution* (pemberian kesalahan) daripada *constructive problem-solving* (pemecahan masalah yang konstruktif). Pola ini konsisten dengan temuan Van Dijk (2013) tentang polarisasi dalam media sosial, di mana *critical discourse* (wacana kritis) cenderung destruktif daripada *constructive* (konstruktif).

Moral evaluation (evaluasi moral) yang sangat rendah (0,4% atau 1 komentar) menunjukkan bahwa netizen lebih menggunakan *rational-critical discourse* (wacana rasional-kritis) dibandingkan *emotional-moral judgement* (penilaian emosional dan moral). *Hierarchy frame* (hierarki bingkai) *problem definition* → *causal* → *treatment* → *moral* menunjukkan *pragmatic approach to controversy* (pendekatan pragmatis terhadap kontroversi), di mana netizen Indonesia cenderung menggunakan *logical reasoning* (penalaran logis) dalam mengkritik praktik pendidikan. Pola ini memvalidasi *Entman's framing theory* (teori pembingkai entman) bahwa *successful frame* (bingkai yang berhasil) harus membangun *problem definition* (definisi masalah) terlebih dahulu sebelum *causal interpretation* (interpretasi kausal) dan *moral evaluation* (evaluasi moral).

Analisis Komentar Viral dan Korelasi Frame-Engagement

Analisis korelasi antara jenis *frame* (bingkai) dan tingkat *engagement* (keterlibatan) mengungkap temuan yang kontradiktif namun menarik. Gambar 8 menunjukkan bahwa meskipun *moral evaluation frame* (bingkai evaluasi moral) memiliki frekuensi terendah (hanya 1 komentar), bingkai tersebut meraih *engagement* (keterlibatan) tertinggi dengan 41.676 *likes* (suka). Fenomena ini membuktikan adanya *emotional frame superiority* (keunggulan bingkai emosional) dalam *viral potential* (potensi viral), di mana *frame* yang mengandung muatan emosional atau *moral judgment* (penilaian moral) memiliki daya sebar yang lebih kuat dibandingkan *frame rational-analytical* (bingkai rasional-analitis).



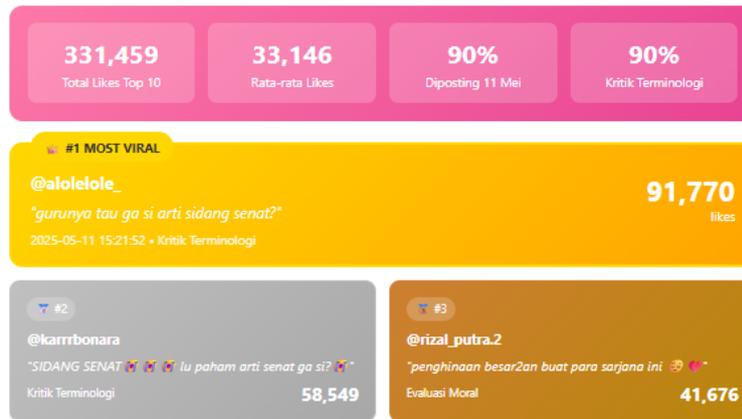
Gambar 7. *Frame vs engagement*

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Sebaliknya, bingkai definisi masalah yang memiliki frekuensi tertinggi (164 komentar) justru meraih keterlibatan yang relatif rendah dibandingkan bingkai moral. Pola ini mengindikasikan adanya hubungan terbalik antara frekuensi dan daya sebar, di mana bingkai yang jarang namun penuh muatan emosional memiliki daya pengganda yang lebih besar. Bingkai interpretasi kausal meraih keterlibatan sedang (1.891 suka), menunjukkan bahwa pemberian kesalahan juga memiliki potensi viral, meskipun tidak sebesar penilaian moral.

Temuan ini memiliki implikasi strategis yang penting bagi komunikasi strategis dan hubungan masyarakat. Bingkai moral yang jarang namun sangat melibatkan menunjukkan bahwa kualitas lebih penting daripada kuantitas dalam komunikasi viral. Gambar 7 menunjukkan bahwa komunikasi strategis perlu mempertimbangkan tidak hanya frekuensi pesan, tetapi juga resonansi emosional untuk mencapai dampak maksimal. Dalam konteks manajemen krisis, institusi pendidikan perlu mengantisipasi pembingkaiian moral yang mungkin muncul dan mempersiapkan narasi tandingan yang tepat.

Analisis terhadap komentar dengan keterlibatan tertinggi mengungkap pola distribusi yang mengikuti prinsip pareto atau aturan 80/20. Gambar 9 menunjukkan bahwa tiga komentar teratas meraih 58% dari total keterlibatan sepuluh komentar teratas, membuktikan adanya konsentrasi perhatian yang ekstrem dalam konten viral.



Gambar 8. Bar chart top 3 komentar viral

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Analisis konten dari komentar-komentar viral mengungkapkan adanya “formula DNA viral” yang terdiri dari tiga elemen kunci: kekhususan terminologi (90%), ekspresi emosional (60%), dan waktu unggah yang optimal (hari pertama). Komentar dengan tingkat keterlibatan tertinggi menggunakan istilah teknis seperti “sidang sarjana” dan “senat akademik” yang menunjukkan otoritas pengetahuan, dikombinasikan dengan daya tarik emosional melalui pertanyaan retorik seperti “tau ga” dan “paham ga” yang mengaktifkan ketidaksesuaian kognitif pada audiens.

Efek “jam emas” yang teridentifikasi menunjukkan bahwa 90% konten viral diproduksi pada hari pertama meledaknya isu, mengindikasikan keuntungan besar bagi yang pertama kali merespons di platform TikTok. Komentar yang diunggah pada hari pertama memiliki kemungkinan jauh lebih tinggi untuk menjadi viral dibandingkan yang diunggah pada hari-hari berikutnya. Hal ini disebabkan oleh algoritma TikTok yang memprioritaskan konten dalam topik yang sedang tren dan masih segar.

Kekuatan retorik dari pertanyaan “tau ga/paham ga” terbukti sangat efektif dalam mengaktifkan mekanisme bukti sosial dan ketidaksesuaian kognitif. Strategi ini memaksa audiens untuk mengambil posisi dalam pilihan biner: mengetahui atau tidak mengetahui perbedaan terminologi akademik. Pembingkai biner ini menciptakan tekanan sosial untuk menunjukkan kompetensi pengetahuan melalui keterlibatan, sehingga meningkatkan potensi viral secara eksponensial.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkap dinamika opini publik di media sosial TikTok terkait acara wisuda SMK Citra Bangsa Mandiri Purwokerto yang viral pada Mei 2025. Hasil analisis sentimen terhadap 285 komentar menunjukkan dominasi sentimen negatif (89,1%) tanpa satu pun komentar positif, menandakan terjadinya polarisasi ekstrem dan krisis legitimasi simbolik dalam sistem pendidikan. Analisis framing mengidentifikasi bahwa bingkai definisi masalah, khususnya terkait penggunaan terminologi akademik, menjadi bingkai dominan, diikuti oleh bingkai penyalahan, evaluasi moral, dan rekomendasi penanganan. Temuan ini memperkuat teori framing Entman bahwa keberhasilan pembingkai sangat bergantung pada kejelasan definisi masalah yang dibangun sejak awal. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa bingkai emosional, meskipun jarang, menghasilkan tingkat keterlibatan tertinggi, menunjukkan bahwa resonansi emosional lebih berpengaruh daripada frekuensi dalam mendorong potensi viral. Pola penyebaran informasi juga menunjukkan efek “jam emas” di hari pertama, yang menandakan pentingnya kecepatan dalam strategi komunikasi krisis di media sosial.

Secara teoritis, penelitian ini memperluas penerapan teori framing ke dalam konteks media sosial lokal, serta memperkaya literatur tentang hubungan antara emosi, algoritma, dan opini publik digital. Secara praktis, hasil studi ini menjadi peringatan bagi institusi pendidikan dan pembuat kebijakan untuk lebih peka terhadap persepsi publik, norma budaya, dan simbolisme dalam praktik pendidikan. Diperlukan strategi komunikasi yang tidak hanya reaktif, tetapi juga preventif, partisipatif, dan berbasis literasi digital. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya pengembangan kebijakan yang mampu mengelola disinformasi dan ujaran kebencian di ruang digital pendidikan. Terakhir, penguatan program literasi media bagi seluruh warga sekolah menjadi langkah krusial dalam membangun kemampuan menghadapi dinamika komunikasi publik di era digital yang sangat cepat dan sarat emosi.

DAFTAR REFERENSI

- Al-Rawi, A. (2024). Metajournalistic discourse on TikTok. *Emerging Media*, 2(1), 134–154. <https://doi.org/10.1177/27523543241244566>
- Amadian, H., Abidin, T. F., Riza, H., & Muchtar, K. (2024). Hybrid models for emotion classification and sentiment analysis in Indonesian language. *Applied Computational Intelligence and Soft Computing*, 2024(1), 1–10. <https://doi.org/10.1155/2024/2826773>

- Apriani, A., Hadi, S., & Saputra, R. (2024). Sentiment analysis of TikTok as learning media using Naïve Bayes Classifier algorithm. *Malcom: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 122–129. <https://doi.org/10.35970/malcom.v4i1.1482>
- Cheng, Z., & Li, Y. (2023). Like, comment, and share on TikTok: Exploring the effect of sentiment and second-person view on the user engagement with TikTok news videos. *Social Science Computer Review*, 42(1), 1–17. <https://doi.org/10.1177/08944393231178603>
- Detik. (2025, May 13). Video: Viral wisuda SMK di Purwokerto mirip universitas. *Detik*. <https://20.detik.com/detikupdate/20250513-250513096/video-viral-wisuda-smk-di-purwokerto-mirip-universitas-ini-kata-kepsek>
- Duong, H.-T., & Hoang, V. T. (2023). A short survey for Vietnamese micro-text augmentation techniques. *Procedia Computer Science*, 218, 301–309. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.01.012>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Kompas. (2025, May 13). Viral, video wisuda SMK di Purwokerto mirip dengan perguruan tinggi, ini penjelasan kepala sekolah. *Kompas*. <https://regional.kompas.com/read/2025/05/13/122152878/viral-video-wisuda-smk-di-purwokerto-mirip-dengan-perguruan-tinggi-ini>
- Lin, C.-H., & Nuna, L. (2023). Sentiment analysis of Indonesian datasets based on a hybrid deep-learning strategy. *Journal of Big Data*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40537-023-00782-9>
- Majid, A., Nugraha, D., & Adhinata, F. D. (2023). Sentiment analysis on TikTok application reviews using natural language processing approach. *Jurnal Edukasi dan Sains Informatika (JESSI)*, 9(1), 32–38. <https://doi.org/10.26858/jessi.v9i1.41897>
- Manjula, K. (2023). Impact of social media on younger generation. *MLAC Journal for Arts, Commerce and Sciences (m-JACS)*, 1(1), 30–38. <https://doi.org/10.59415/mjacs.v1i1.3>
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 14(4), 121–137. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundations and Trends in Information Retrieval*, 2(1–2), 1–135. <https://doi.org/10.1561/1500000011>
- Valenzuela, S., Piña, M., & Ramírez, J. (2017). Behavioral effects of framing on social media users: How conflict, economic, human interest, and morality frames drive news sharing. *Journal of Communication*, 67(5), 803–826. <https://doi.org/10.1111/jcom.12325>

- Van Horne, S. (2023, October 30). Recommendations for using social media for effective dissemination of education research. *Institute of Education Sciences*. <https://ies.ed.gov/learn/blog/recommendations-using-social-media-effective-dissemination-education-research>
- Zhang, L., Wang, S., & Liu, B. (2018). Deep learning for sentiment analysis: A survey. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 8(4). <https://doi.org/10.1002/widm.1253>