

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PEMERINTAHAN MELALUI UNGGAHAN INFORMASI APBN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Nira Nuraini*, Salwa Salsabila, Serli Nursalamah, Hilma Mutiara Winata

UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email:niranuraini21@gmail.com *

Riwayat Artikel

Diterima: 30 Oktober 2025

Disetujui: 30 November 2025

Diterbitkan: 13 Desember 2025

Abstract

This study aims to analyze public perceptions of State Budget (APBN) information posts on Instagram and identify influencing factors. Using text mining-based sentiment analysis using the IndoBERT model on 300 comments on posts from the Minister of Finance's official account (@smindrawati) and the @IdnTimes account, this study found significant differences in public response. Posts on the Minister of Finance's account were dominated by positive sentiment because the information was presented clearly, visually, and easily understood, fostering the perception that the government is transparent in managing the APBN. Conversely, posts on @IdnTimes generated more negative sentiment due to content presentation that was perceived as technocratic, lacking useful context, and reinforced by critical comments that foster public distrust. These findings indicate that public perception of APBN information is influenced by the credibility of the source, the quality of presentation, and the dynamics of digital interactions. Thus, Instagram plays a strategic role in building public trust if fiscal information is delivered communicatively and relevantly.

Keywords: perception, society, information, state budget, Instagram

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) di Instagram serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dengan menggunakan analisis sentimen berbasis *text mining* melalui model IndoBERT terhadap 300 komentar pada unggahan akun resmi Menteri Keuangan (@smindrawati) dan akun @IdnTimes, penelitian ini menemukan adanya perbedaan signifikan dalam respons publik. Unggahan pada akun Menteri Keuangan didominasi sentimen positif karena informasi disajikan secara jelas, visual, dan mudah dipahami, sehingga menumbuhkan persepsi bahwa pemerintah transparan dalam mengelola APBN. Sebaliknya, unggahan @IdnTimes lebih banyak memunculkan sentimen negatif akibat penyajian konten yang dinilai teknokratis, kurang memberikan konteks manfaat, serta diperkuat oleh komentar bernada kritik yang membentuk ketidakpercayaan publik. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap informasi APBN dipengaruhi oleh kredibilitas sumber, kualitas penyajian, dan dinamika interaksi digital. Dengan demikian, Instagram memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan publik apabila informasi fiskal disampaikan secara komunikatif dan relevan.

Kata kunci: Persepsi, Masyarakat, Informasi, APBN, Instagram

A. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu sarana utama pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada Masyarakat (Kusuma et al., 2024). Melalui berbagai

platform seperti Instagram, pemerintah berupaya meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi publik dalam pengelolaan keuangan negara, termasuk penyampaian informasi terkait Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Kehadiran media sosial sebagai kanal komunikasi publik diharapkan mampu menjembatani kesenjangan informasi antara pemerintah dan masyarakat, sehingga masyarakat dapat lebih memahami bagaimana APBN direncanakan, digunakan, dan berdampak pada kesejahteraan mereka (Muslimin et al., 2025).

Pemerintah terus menjaga APBN agar tetap sehat dan tangguh. Sebagai contohnya pada unggahan tentang kinerja APBN di akun resmi Menteri Keuangan (Sadat A, 2022). Konten tersebut menampilkan data keuangan negara dengan gaya visual menarik dan narasi sederhana. Langkah ini bertujuan agar masyarakat memahami kondisi ekonomi tanpa harus membaca laporan panjang. Hingga Mei 2025, APBN mencatat pendapatan negara Rp995,3 triliun dan belanja Rp1.016,3 triliun. Informasi seperti ini membuat masyarakat bisa menilai langsung kinerja pemerintah. Inflasi terjaga di 1,6 persen, konsumsi listrik bisnis naik 4,5 persen, dan sektor industri tumbuh 6,7 persen. Ini bukti bahwa ekonomi Indonesia masih cukup tangguh menghadapi tekanan global. Kinerja positif ini perlu terus dijaga. Pemerintah menjalankan kebijakan fiskal ekspansif untuk menjaga daya beli masyarakat, mendukung dunia usaha, dan mempercepat investasi.

Penelitian terdahulu merupakan bagian yang memuat uraian tentang teori, konsep, serta hasil penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai rujukan dan dasar dalam penyusunan penelitian ini (Yusuf & Khasanah, 2019). Kajian pada penelitian terdahulu membantu memberikan gambaran mengenai permasalahan yang serupa pada konteks atau lokasi yang berbeda. Pada bagian ini, dipaparkan beberapa penelitian yang relevan dan memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang diteliti.

Rahmanto (2022) dalam penelitian yang berjudul “*Media Sosial dan Persepsi Publik tentang Good Governance pada Pemerintah Daerah di Solo Raya*”. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif melalui survei terhadap 210 responden dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh penggunaan media sosial pemerintah dalam meningkatkan transparansi, akuntabilitas dan partisipasi masyarakat sebagai indikator good governance. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap persepsi publik, meskipun tingkat pengaruhnya termasuk rendah. Media sosial pemerintah berperan sebagai sarana komunikasi publik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Arwindarti, Setiawan, dan Imron (2024) dalam penelitian yang berjudul “*Klasifikasi Sentimen Opini Publik Pada Instagram Pemerintah Kabupaten Bojonegoro Menggunakan LSTM*”. Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui analisis sentimen dengan mengumpulkan data komentar pada akun instagram pemerintah Kabupaten Bojonegoro sebanyak 4.637 data. Penelitian ini menggunakan Word2Vec sebagai teknik embedding dan algoritma *Long Short-Term Memory* (LSTM) dalam proses klasifikasi sentimen. Hasil penelitian ini menunjukkan akurasi sebesar 84,16% dalam mengklasifikasi sentimen positif, negatif, dan netral terhadap opini publik mengenai layanan dan kebijakan pemerintah daerah.

Penelitian yang dilakukan oleh Anto dan Joko (2025) dengan judul “*Analisis Sentimen Netizen Terhadap Efisiensi APBN Menggunakan Orange Data Mining*” berfokus pada analisis sentimen netizen terhadap kebijakan efisiensi APBN 2025 melalui data yang dikumpulkan dari platform Twitter. Penelitian tersebut menggunakan Orange Data Mining dengan pendekatan lexicon-based dan Naïve Bayes untuk mengklasifikasikan ribuan cuitan menjadi sentimen positif, negatif, dan netral. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas sentimen masyarakat cenderung positif terhadap kebijakan efisiensi APBN. Meskipun penelitian ini relevan dengan topik APBN, ruang lingkupnya hanya terbatas pada respons

terhadap *kebijakan* efisiensi APBN, bukan pada persepsi terhadap *unggahannya informasi APBN* di media sosial. Selain itu, penelitian tersebut tidak memanfaatkan Instagram sebagai sumber data dan tidak mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi publik. Dengan demikian, penelitian tersebut memberikan gambaran awal mengenai opini publik tentang APBN, tetapi belum mencakup aspek komunikasi visual dan interaksi pada unggahan Instagram seperti yang dianalisis dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Al Khaidar (2025) mengkaji sentimen masyarakat terhadap isu pemerintahan menggunakan metode machine learning seperti Naïve Bayes dan SVM. Sumber data pada penelitian ini umumnya berasal dari Twitter atau komentar pada portal media daring, sehingga fokus analisisnya berada pada opini tekstual dan tidak mempertimbangkan karakteristik interaksi pengguna di Instagram. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat kerap memberikan sentimen negatif terhadap isu tertentu dalam kebijakan pemerintah, yang dipengaruhi oleh konteks isu, pengalaman pribadi, dan persepsi publik terhadap kinerja pemerintah. Namun penelitian ini tidak menyoroti isu terkait APBN maupun konten edukatif berbasis unggahan visual. Selain itu, penelitian tersebut belum mengaitkan hasil sentimen dengan pembentukan persepsi masyarakat secara lebih mendalam. Hal ini menjadi celah yang diisi oleh penelitian ini melalui analisis sentimen berbasis komentar Instagram dan fokus khusus pada informasi APBN.

Penelitian oleh Effendi, Hendra, dan Matondang (2019) mengkaji persepsi masyarakat terhadap citra Pemerintah Kota Medan melalui akun Instagram resmi pemerintah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian tersebut menemukan bahwa masyarakat menilai konten yang diunggah pemerintah sebagai informatif dan membangun citra positif. Namun penelitian ini belum memanfaatkan analisis komentar warganet, tidak menggunakan metode analisis sentimen, serta tidak membahas informasi APBN. Hal ini menunjukkan adanya gap metode dan objek penelitian yang kemudian diisi melalui penelitian ini, yang secara khusus menganalisis komentar publik terhadap unggahan informasi APBN menggunakan pendekatan text mining dan machine learning.

Hasil temuan dari penelitian terdahulu dijadikan sebagai bahan pendukung pada penelitian ini, terdapat persamaan dimana masing-masing penelitian mengkaji opini atau persepsi masyarakat terhadap informasi yang disampaikan pemerintah melalui media sosial. Kemudian persamaan lainnya ditemukan pada penggunaan pendekatan kuantitatif dan analisis terhadap respon publik. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek kajian. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah daerah secara umum, penelitian ini secara spesifik menyoroti persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi APBN pada akun instagram resmi Menteri Keuangan sebagai bentuk transparansi fiskal pemerintah pusat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi masyarakat, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta dampak penggunaan media sosial dalam membangun kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah.

Persepsi masyarakat terhadap unggahan tersebut penting. Respon positif dapat meningkatkan kepercayaan publik pada pengelolaan keuangan negara. Namun, jika pesan tidak tersampaikan dengan jelas, bisa muncul persepsi negatif tentang transparansi pemerintah. Melalui analisis persepsi publik di media sosial, Anda dapat memahami seberapa efektif strategi komunikasi pemerintah. Hasilnya bisa membantu merancang konten yang lebih informatif, menarik, dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan fiskal negara. Dengan dukungan masyarakat, APBN dapat menjadi instrumen utama untuk mencapai cita-cita pembangunan Indonesia.

Penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah melalui media sosial telah banyak dilakukan, terutama melalui analisis sentimen pada platform Twitter.

Misalnya, penelitian Anto dan Joko (2025) mengkaji sentimen publik terhadap kebijakan efisiensi APBN 2025 berdasarkan ribuan cuitan di Twitter dan menemukan bahwa respons masyarakat cenderung positif. Namun penelitian tersebut masih terbatas pada kebijakan efisiensi APBN dan tidak meninjau bagaimana masyarakat merespons *unggahannya informasi APBN* secara visual dan naratif di media sosial lain seperti Instagram. Penelitian lain yang dikaji oleh Al Khaidar yang menganalisis sentimen Instagram terhadap menteri keuangan Purbaya juga menunjukkan bahwa analisis sentimen digunakan secara luas untuk menilai opini publik terhadap isu pemerintahan, tetapi mayoritas menggunakan data Twitter atau komentar media daring, sehingga belum mengkaji karakteristik komentar masyarakat pada platform Instagram yang lebih heterogen dan memiliki konteks interaksi berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Effendi, Hendra, dan Matondang (2019) menelaah persepsi masyarakat terhadap citra Pemerintah Kota Medan melalui akun Instagram @humas_pemkomedan menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat memiliki persepsi positif terhadap penyampaian informasi pemerintah melalui Instagram. Namun penelitian tersebut tidak menganalisis komentar warganet maupun menggunakan metode analisis sentimen berbasis text mining. Selain itu, fokus penelitian terbatas pada citra pemerintah daerah, bukan pada informasi APBN atau persepsi publik berbasis interaksi di kolom komentar.

Dari tiga penelitian tersebut dapat dilihat bahwa belum ada kajian yang secara eksplisit meneliti persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi APBN pada akun resmi Menteri Keuangan di Instagram. Selain itu, penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada hasil sentimen semata tanpa mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi publik. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi gap tersebut dengan mengkombinasikan analisis sentimen berbasis *text mining* melalui model IndoBERT serta melihat faktor-faktor tematik yang muncul dalam komentar warganet. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana masyarakat merespons konten edukasi APBN di media sosial Instagram dan bagaimana respons tersebut dapat mencerminkan persepsi publik terhadap kinerja pemerintah.

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi APBN di akun resmi Menteri Keuangan di Instagram?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap konten informasi APBN di media sosial Instagram?
3. Bagaimana dampak penggunaan media sosial Instagram dalam membangun kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah melalui informasi APBN?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi APBN pada akun resmi Menteri Keuangan di Instagram, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi tersebut, serta menjelaskan dampak pemanfaatan media sosial Instagram dalam membangun kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah melalui penyampaian informasi APBN.

B. KAJIAN PUSTAKA

Teori Akuntabilitas dan Transparansi

Teori akuntabilitas dan transparansi menjelaskan bagaimana pemerintah wajib menjelaskan setiap kebijakan dan tindakan kepada Masyarakat (Sulistiyawati, 2020). Teori ini menekankan hubungan langsung antara pemerintah sebagai pelaksana kebijakan dan masyarakat sebagai pihak yang menilai kinerjanya.

Menurut Mark Bovens (2007) dalam jurnal *European Law Journal*, akuntabilitas adalah hubungan antara aktor dan forum. Pemerintah bertindak sebagai aktor yang menjelaskan dan membenarkan tindakannya. Masyarakat menjadi forum yang menilai, mengajukan pertanyaan, dan memberikan tanggapan. Hubungan ini membentuk dasar dari kepercayaan publik. Berikut pokok utama teori akuntabilitas dan transparansi, yaitu:

- 1) Pemerintah wajib menyampaikan informasi secara jelas dan terbuka kepada masyarakat. Transparansi membuat Anda dapat memahami bagaimana uang negara dikelola.
- 2) Akuntabilitas muncul ketika pemerintah bersedia menjelaskan hasil kerja dan menerima tanggapan publik. Ini bisa dilihat pada unggahan data APBN di akun resmi Kementerian Keuangan di Instagram.
- 3) Masyarakat menjadi pengawas aktif. Anda bisa menilai, memberikan komentar, dan membangun persepsi tentang kinerja pemerintah berdasarkan informasi yang dibagikan.
- 4) Media sosial menciptakan bentuk akuntabilitas baru yang lebih langsung. Setiap unggahan pemerintah menjadi ruang evaluasi publik.
- 5) Transparansi yang baik meningkatkan kepercayaan masyarakat. Sebaliknya, jika informasi tidak jelas, muncul persepsi negatif terhadap pemerintah.

Data menunjukkan bahwa hingga Mei 2025, APBN mencatat pendapatan negara Rp995,3 triliun dan belanja Rp1.016,3 triliun (Kementerian Keuangan RI, 2025). Ketika angka ini disampaikan secara terbuka melalui media sosial, masyarakat dapat menilai sendiri kinerja fiskal negara.

Teori ini juga sejalan dengan pandangan Bovens (2007) bahwa akuntabilitas memperkuat legitimasi pemerintah, mencegah penyalahgunaan kekuasaan, dan meningkatkan efektivitas kebijakan publik. Dalam konteks Indonesia, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menegaskan bahwa setiap warga berhak memperoleh informasi sebagai bentuk kontrol sosial terhadap pemerintah.

Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting menjelaskan bagaimana media mempengaruhi perhatian publik terhadap suatu isu. Teori ini dikembangkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw pada tahun 1972 dalam jurnal *Public Opinion Quarterly*. Mereka menemukan bahwa media berperan penting dalam menentukan isu apa yang dianggap penting oleh masyarakat. Berikut pokok penting dari teori ini yang bisa diterapkan:

- 1) Pemerintah menggunakan media sosial seperti Instagram untuk mengarahkan perhatian publik pada isu ekonomi nasional. Unggahan tentang kinerja APBN membantu Anda memahami prioritas kebijakan fiskal pemerintah.
- 2) Semakin sering pemerintah mengunggah informasi tentang pendapatan, belanja, dan defisit APBN, semakin besar kemungkinan masyarakat menganggap isu tersebut penting.
- 3) Teori ini menunjukkan bahwa frekuensi dan cara penonjolan isu menentukan tingkat kepedulian publik. Jika unggahan menampilkan data yang menarik dan mudah dipahami, masyarakat akan lebih memperhatikan dan membentuk persepsi positif terhadap pemerintah.

Dengan menggunakan prinsip Agenda Setting, pemerintah bisa merancang strategi komunikasi digital yang lebih terarah. Pemerintah dapat memilih isu yang perlu disorot dan menyajikannya dengan visual dan bahasa yang mudah dipahami masyarakat. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana unggahan APBN di Instagram berfungsi bukan hanya sebagai laporan keuangan, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis untuk membentuk perhatian dan persepsi publik terhadap kinerja pemerintahan.

Teori Framing

Teori Farming Menjelaskan bagaimana cara penyajian informasi dapat mempengaruhi cara berpikir dan menilai suatu isu. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Erving Goffman pada tahun 1974 melalui bukunya *Frame Analysis*, kemudian diperluas oleh Robert Entman pada tahun 1993 dalam *Journal of Communication*. Berikut pokok utama teori ini yang bisa diterapkan, yaitu:

- 1) Pemerintah menggunakan teknik framing untuk mengarahkan cara memahami isi unggahan tentang APBN. Pilihan kata, desain visual, dan urutan informasi mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah.
- 2) Framing membantu pemerintah menonjolkan aspek tertentu dari informasi keuangan negara. Misalnya, unggahan yang menyoroti peningkatan pendapatan negara Rp995,3 triliun pada Mei 2025 menumbuhkan persepsi positif tentang stabilitas ekonomi.
- 3) Penggunaan bahasa sederhana, infografis berwarna, dan narasi ringkas di akun resmi Kementerian Keuangan membantu Anda memahami pesan dengan cepat. Ini menunjukkan bahwa cara membingkai pesan berpengaruh besar terhadap kepercayaan masyarakat.

Pemerintah dapat memanfaatkan prinsip framing untuk membangun komunikasi publik yang efektif. Setiap unggahan perlu disusun dengan struktur yang jelas agar masyarakat memahami maksud dan hasil kebijakan fiskal tanpa salah tafsir. Dalam penelitian ini, teori Transparansi dan Akuntabilitas Pemerintah menjadi dasar untuk memahami bagaimana pemerintah menyampaikan informasi APBN sebagai bentuk keterbukaan kepada publik, yang kemudian berperan dalam membentuk persepsi masyarakat. Teori Agenda Setting menjelaskan bahwa unggahan informasi APBN pada akun resmi Menteri Keuangan di Instagram tidak hanya menyampaikan data, tetapi juga menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik melalui penonjolan pesan tertentu. Selanjutnya, teori Framing mendukung pemahaman bahwa cara pemerintah membingkai (menarasikan, memvisualisasikan, dan menyederhanakan) informasi APBN akan mempengaruhi bagaimana masyarakat menafsirkan konten tersebut. Ketiga teori ini saling terkait dengan analisis sentimen yang digunakan dalam penelitian ini, karena sentimen yang muncul pada komentar warganet mencerminkan respons publik terhadap bagaimana informasi APBN dipilih, disusun, dan disampaikan oleh pemerintah. Dengan demikian, hubungan antara teori tersebut menunjukkan bahwa transparansi konten, penentuan isu, dan cara penyajiannya secara langsung mempengaruhi pembentukan persepsi dan sentimen masyarakat terhadap pemerintah melalui media sosial.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis sentimen yang merupakan bagian dari text mining yang bertujuan menggali opini, emosi, dan sikap seseorang terhadap suatu isu melalui pengolahan teks tidak terstruktur secara otomatis. Menurut Arsi & Waluyo (2021), analisis sentimen bekerja dengan mengekstraksi dan memahami informasi sentimen dalam sebuah kalimat, sementara Budiman et al. (2024) menegaskan bahwa proses ini mengklasifikasikan opini menjadi sentimen positif, negatif, atau netral menggunakan metode komputasi dan algoritma pembelajaran mesin. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan text mining dan Natural Language Processing (NLP) yang berfokus pada analisis sentimen komentar warganet terhadap unggahan informasi APBN di akun Instagram Menteri Keuangan. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini memproses data komentar yang menghasilkan output berupa klasifikasi sentimen yang dapat diukur secara numerik. Pada penelitian ini digunakan model IndoBERT, yaitu model *transformer* berbasis BERT

yang telah dilatih secara khusus menggunakan korpus bahasa Indonesia sehingga mampu memahami konteks, struktur kalimat, dan pola bahasa informal yang banyak digunakan dalam komentar media sosial. Penggunaan IndoBERT menggantikan pendekatan sebelumnya seperti TF-IDF dan Naive Bayes karena model ini lebih unggul dalam memproses data teks pendek, bahasa campuran, serta variasi gaya bahasa yang umum dijumpai pada komentar Instagram. Dengan demikian, pendekatan IndoBERT memungkinkan penelitian ini menghasilkan klasifikasi sentimen yang lebih akurat, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik data media sosial.

Tahap penelitian ini dimulai dengan proses pengumpulan data melalui crawling komentar pada unggahan informasi APBN di akun Instagram Menteri Keuangan dan akun Idn Times dalam rentang waktu dari tanggal 22-28 Juni. Data yang terkumpul kemudian melalui tahap preprocessing, meliputi pembersihan teks (cleansing), normalisasi, penghapusan URL, emoji, tanda baca, serta seleksi komentar yang relevan. Setelah data bersih, penelitian berlanjut pada tahap pelabelan sentimen, yaitu memberikan label positif, negatif, atau netral sebagai data pelatihan. Selanjutnya, dilakukan analisis dan interpretasi hasil sebagai tahap akhir, yaitu membaca pola sentimen dan menarik kesimpulan mengenai persepsi masyarakat terhadap informasi APBN di Instagram.

Pemilihan algoritma IndoBERT didasarkan pada kebutuhan penelitian untuk menganalisis komentar media sosial yang bersifat singkat, tidak baku, dan sering menggunakan bahasa informal atau campuran. Berbeda dengan metode klasik seperti TF-IDF atau Naïve Bayes yang hanya melihat frekuensi kata, IndoBERT mampu memahami konteks kalimat, hubungan antar kata, serta makna implisit yang sering muncul dalam komentar warganet. IndoBERT memberikan hasil klasifikasi sentimen yang lebih akurat dan stabil untuk teks pendek khas Instagram. Dengan kemampuan memahami konteks secara mendalam, algoritma ini dipilih karena paling sesuai untuk menangkap persepsi publik secara lebih tepat dan representatif terhadap unggahan informasi APBN.

Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh dari unggahan di media sosial Instagram yang diunggah oleh akun resmi Menteri Keuangan (@smindrawati) yang membahas informasi APBN dengan perbandingan unggahan dari akun tidak resmi mengenai APBN oleh akun @idntimes. Penelitian ini difokuskan pada dua unggahan tertentu yang dipilih karena mengandung berbagai respons atau komentar dari pengguna yang mencerminkan opini publik terhadap isu yang dibahas dalam konten tersebut. Kedua unggahan tersebut mampu mencerminkan opini publik terhadap isu APBN yang disampaikan melalui media sosial.

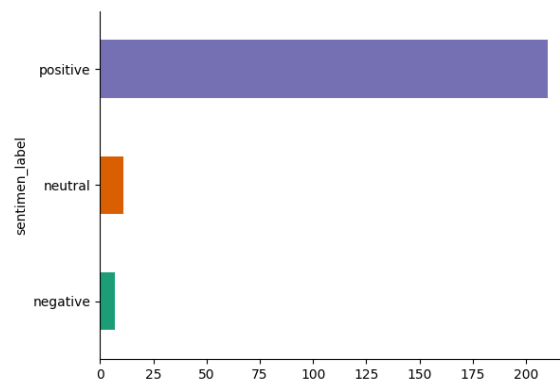
Dari akun resmi (@smindrawati), penelitian mengumpulkan 228 data komentar dan data dari akun tidak resmi (@idntimes) mencakup 72 komentar diambil dalam rentang waktu 22-28 Juni. Pengambilan data dilakukan pada periode ketika unggahan tersebut memperoleh respon publik yang cukup tinggi, sehingga komentar yang dianalisis dapat merefleksikan interaksi pengguna yang masih aktif dan relevan. Data penelitian ini diperoleh melalui penggunaan Instant Data Scraper, yaitu alat ekstraksi data otomatis yang membantu pengambilan komentar secara sistematis.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan text mining menggunakan model IndoBERT. Tahapan analisis dimulai dengan preprocessing data, meliputi pembersihan teks komentar dari simbol, spam, URL, emoji, serta normalisasi dan penyeragaman bentuk kata. Selanjutnya, teks diproses melalui IndoBERT tokenizer untuk mengubah komentar menjadi token yang sesuai dengan arsitektur model transformer. Setelah preprocessing selesai, dataset berlabel dibagi menjadi data latih dan data uji untuk proses fine-tuning IndoBERT di Google Colab. Pada tahap ini, model dilatih untuk mengenali pola kalimat dan mengklasifikasikan sentimen komentar ke dalam kelas positif, negatif, atau netral. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kecenderungan opini masyarakat

terhadap unggahan APBN di Instagram. Proses analisis ini dilakukan menggunakan Google Collab dengan menerapkan model IndoBERT, yang berfungsi untuk melakukan pemrosesan teks dan klasifikasi sentimen secara akurat. Tahap terakhir adalah interpretasi hasil, yaitu mengevaluasi pola dan kecenderungan persepsi publik terhadap konten yang diunggah.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi APBN di akun resmi Menteri Keuangan di Instagram



Gambar 1.0 Persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi APBN
Sumber: Google Colab, Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan analisis sentimen pada komentar di unggahan informasi APBN melalui akun resmi Menteri Keuangan, terlihat bahwa publik memiliki pandangan yang sangat positif. Grafik menunjukkan bahwa komentar yang bersifat positif jauh lebih banyak yaitu 210 komentar, sedangkan komentar negatif ada 7 komentar dan netral 11 komentar tergolong sedikit. Ini mencerminkan bahwa mayoritas pengguna Instagram menganggap konten APBN sebagai informasi yang berguna, jelas, dan memberikan transparansi terkait pengeluaran serta kebijakan fiskal pemerintah. Contoh sentimen positif yang ditemukan, yaitu “APBN semakin kuat, semakin sejahtera Indonesia”.

Jumlah sentimen negatif yang muncul relatif kecil dan umumnya berhubungan dengan kritik mengenai keadaan ekonomi, harga barang kebutuhan pokok, atau rasa skeptis dari sebagian kecil masyarakat terhadap pengelolaan anggaran. Contoh sentimen negatif yang ditemukan, yaitu “program efisiensi masih tajam ke bawah tumpul ke atas buk...”.

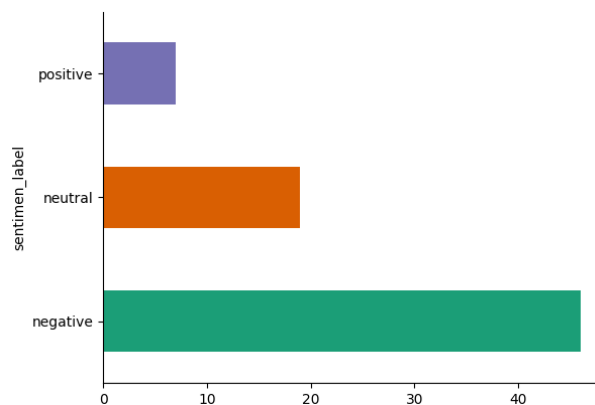
Di sisi lain, komentar netral lebih banyak berisi pertanyaan atau tanggapan tanpa emosi yang jelas. Ketika dibandingkan dengan data komentar mentah sebelum diolah, pola ini masih konsisten dengan komentar positif sering kali menyanjung cara penyampaian informasi, infografis, dan penjelasan naratif yang dianggap mudah dipahami oleh masyarakat digital. Contoh sentimen netral yang ditemukan, yaitu “Eskalasi perang blm reda, kondisi ekonomi dunia cukup rentan.. tantangan perekonomian kita semakin meningkat.. ayo sama2 jaga dan awasi penggunaan setiap rupiah APBN 🇮🇩”.

Pola ini juga didukung oleh beragam penelitian terbaru. Penelitian Ernungtyas & Boer (2022) menunjukkan bahwa paparan informasi publik melalui media sosial dan website resmi pemerintah secara signifikan meningkatkan persepsi transparansi, yang kemudian meningkatkan kepercayaan dan partisipasi warga. Hal ini selaras dengan temuan Lestari, Rivai & Krisannya (2025), yang membuktikan bahwa Instagram efektif sebagai media diseminasi informasi fiskal (pajak), khususnya di kalangan pengguna generasi muda. Dengan demikian, unggahan APBN di akun resmi dapat dianggap sebagai strategi komunikasi fiskal yang efektif dalam memperkuat akuntabilitas dan literasi publik.

Pada unggahan Menteri Keuangan, sentimen publik cenderung sangat positif dengan

jumlah komentar positif mencapai lebih dari 200 komentar, jauh lebih tinggi dibandingkan komentar negatif dan netral. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Instagram mengapresiasi penyajian informasi APBN karena dianggap berguna, transparan, dan mudah dipahami.

Namun, analisis pada komentar IDN Times menunjukkan pola yang berbeda: sentimen negatif justru mendominasi dengan sekitar 46 komentar, sedangkan sentimen netral (19) dan positif (8) relatif kecil. Pola perbedaan ini menunjukkan bahwa persepsi publik dapat sangat dipengaruhi oleh konteks platform, target audiens, serta cara konten tersebut dikemas.



Gambar 2.0 Persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi APBN
Sumber: Google Colab, Diolah Peneliti (2025)

Analisis mengenai sentimen dari komentar pengguna pada postingan informasi APBN di akun Instagram idntimes menunjukkan bahwa pandangan masyarakat cenderung didominasi oleh sentimen negatif. Grafik yang menunjukkan distribusi sentimen mengindikasikan bahwa kategori negatif memiliki jumlah tertinggi dibandingkan dengan kategori lainnya, dengan proporsi yang jauh lebih besar dibandingkan sentimen netral dan positif. Kekuatan sentimen negatif ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna cenderung merespons dengan kritik, ketidakpuasan, atau skeptisisme terhadap konten APBN yang disajikan.

Di sisi lain, sentimen netral menempati posisi kedua terbesar. Ini menunjukkan bahwa ada cukup banyak pengguna yang tidak secara jelas menunjukkan dukungan atau penolakan terhadap informasi tersebut. Sikap netral ini mungkin mencerminkan kurangnya pemahaman, ketidakpedulian, atau hanya sekadar melihat tanpa memberikan respon emosional. Sebaliknya, sentimen positif merupakan kategori yang paling sedikit, menandakan bahwa hanya segelintir audiens yang menilai postingan tersebut dengan cara yang apresiatif atau mendukung.

Dominasi sentimen negatif ini dapat dipahami melalui beberapa temuan dari penelitian terkini. Studi yang meneliti pandangan publik terhadap informasi institusional di media sosial menunjukkan bahwa konten yang berhubungan dengan kebijakan publik, termasuk anggaran negara, sering mendapatkan reaksi kritis jika dianggap tidak transparan, tidak relevan, sulit dimengerti, atau dipengaruhi oleh konteks sosial-politik tertentu. Contohnya, penelitian mengenai pemanfaatan Instagram oleh instansi pemerintah menunjukkan bahwa tingkat kejelasan penyampaian informasi sangat berpengaruh terhadap penerimaan publik; konten yang bersifat teknis atau kurang komunikatif biasanya memicu reaksi negatif atau skeptis. Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa isu-isu politik atau anggaran seringkali menimbulkan polarisasi pendapat dan keraguan publik, terlebih dalam konteks media sosial yang cepat membentuk opini melalui komentar dan interaksi pengguna.

Meskipun unggahan informasi APBN pada akun resmi Menteri Keuangan memperoleh respons yang sangat positif dari publik, dengan lebih dari 200 komentar positif dan hanya

sedikit komentar negatif maupun netral, analisis pada unggahan serupa di akun IDN Times menunjukkan kondisi yang berlawanan, di mana sentimen negatif justru mendominasi. Perbedaan ini menegaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap informasi APBN sangat dipengaruhi oleh karakteristik platform, segmentasi audiens, serta kualitas penyajian konten. Dukungan literatur juga menunjukkan bahwa transparansi, kejelasan visual, dan cara komunikasi berperan penting dalam membentuk respons publik, sehingga ketika elemen-elemen tersebut kuat seperti pada akun Menteri Keuangan sentimen cenderung positif, namun ketika penyajian dianggap kurang komunikatif, respons negatif lebih mudah muncul sebagaimana terlihat pada unggahan IDN Times.

Faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap konten informasi APBN di media sosial Instagram

Berdasarkan hasil analisis sentimen menggunakan metode *lexicon-based* pada unggahan informasi APBN di akun Instagram resmi Menteri Keuangan Sri Mulyani menunjukkan dominasi sentimen positif dibandingkan sentimen netral dan negatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyampaian informasi APBN melalui media sosial diterima dengan baik oleh publik dan menimbulkan persepsi yang cenderung mendukung kinerja pemerintah dalam pengelolaan keuangan negara.

Persepsi positif tersebut dipengaruhi oleh kualitas penyajian konten. Informasi APBN yang ditampilkan dalam bentuk visual, infografik, serta bahasa yang sederhana membuat isu fiskal yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami. Penyampaian yang transparan dan relevan dengan isu aktual mendorong masyarakat merasa lebih dekat dengan informasi keuangan negara, sehingga meningkatkan penerimaan dan respon positif terhadap konten tersebut.

Selain faktor konten, aspek sosial dan psikologis masyarakat turut mempengaruhi persepsi. Kepercayaan publik terhadap pemerintah, kebutuhan akan informasi yang jelas, serta pengalaman langsung terhadap program yang didanai APBN, seperti bantuan sosial atau pembangunan infrastruktur, mendorong masyarakat memberikan komentar positif. Ketika informasi dianggap sesuai dengan harapan dan kepentingan mereka, maka respons positif menjadi lebih dominan.

Faktor terakhir berasal dari karakteristik platform Instagram. Fitur interaksi yang memungkinkan pengguna untuk berkomentar dan memberikan dukungan secara terbuka menciptakan *social proof*, sehingga komentar positif yang muncul lebih awal mempengaruhi opini pengguna lainnya. Selain itu, algoritma Instagram yang mempromosikan konten dengan interaksi tinggi turut memperluas jangkauan unggahan, memperkuat persepsi publik, dan menjaga dominasi sentimen positif dalam ruang diskusi digital.

Namun, berbanding terbalik dengan respon publik terhadap postingan yang diunggah oleh akun @IdnTimes. Hasil analisis sentimen terhadap komentar pengguna Instagram menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi APBN cenderung didominasi oleh sentimen negatif. Dominasi sentimen ini mencerminkan adanya keraguan publik terhadap efektivitas dan transparansi pengelolaan anggaran negara, sehingga masyarakat memandang konten APBN bukan sekadar data fiskal, tetapi sebagai representasi kinerja pemerintah. Ketika narasi keberhasilan dalam konten tidak dirasakan sejalan dengan kondisi ekonomi sehari-hari, sentimen negatif pun muncul sebagai bentuk respons ketidakpercayaan.

Faktor lain yang mempengaruhi persepsi tersebut adalah kualitas penyajian informasi APBN yang masih bersifat teknokratis dan kurang komunikatif. Penggunaan istilah ekonomi yang kompleks serta visualisasi angka besar tanpa penjelasan manfaat konkret membuat masyarakat sulit memahami pesan yang ingin disampaikan. Kondisi sosial-ekonomi pada saat unggahan dipublikasikan turut memperkuat persepsi negatif ini, terutama ketika masyarakat

tengah menghadapi isu inflasi, ketimpangan, atau kebijakan publik yang dinilai tidak merata manfaatnya.

Selain konten inti, interaksi antar pengguna di kolom komentar juga memainkan peran signifikan dalam membentuk persepsi kolektif. Komentar bernada kritik, sinis, atau bernuansa politis sering kali menciptakan efek domino yang memperkuat sentimen negatif dibandingkan ruang diskusi yang sehat. Pengalaman masyarakat terhadap layanan publik yang dibiayai APBN, seperti infrastruktur, bantuan sosial, dan pendidikan, mempertegas response tersebut. Jika manfaat APBN tidak terasa langsung, maka informasi yang disampaikan pemerintah melalui unggahan media sosial cenderung dianggap tidak relevan atau sekadar formalitas. Dengan demikian, persepsi masyarakat terhadap konten APBN di Instagram dibentuk oleh kombinasi antara tingkat kepercayaan publik, gaya penyajian informasi, kondisi sosial-ekonomi, dinamika komentar, dan pengalaman pribadi masyarakat dalam merasakan hasil anggaran negara.

Secara keseluruhan, persepsi masyarakat terhadap konten informasi APBN di Instagram sangat dipengaruhi oleh kualitas penyajian informasi, tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah, serta konteks sosial-ekonomi yang melingkupinya. Unggahan yang disajikan secara komunikatif, visual, dan transparan seperti pada akun Menteri Keuangan mendorong sentimen positif karena dianggap relevan dan mudah dipahami, sementara konten yang teknokratis, kurang informatif, dan tidak dirasakan manfaatnya secara langsung seperti pada unggahan @IdnTimes memicu sentimen negatif dan ketidakpercayaan. Selain itu, dinamika interaksi di kolom komentar turut memperkuat arah persepsi, di mana komentar positif atau negatif membentuk opini kolektif melalui efek sosial yang terjadi di ruang digital. Dengan demikian, persepsi masyarakat bukan hanya ditentukan oleh isi informasi fiskal itu sendiri, tetapi juga oleh cara informasi tersebut dikomunikasikan, situasi sosial yang berkembang, dan pengalaman publik dalam merasakan dampak kebijakan APBN.

Dampak penggunaan media sosial Instagram dalam membangun kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah melalui informasi APBN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram dalam penyampaian informasi APBN memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah. Temuan dari analisis sentimen pada komentar warganet menunjukkan dominasi respons positif, khususnya pada akun resmi Menteri Keuangan, yang memperlihatkan bahwa masyarakat menilai unggahan APBN sebagai informasi yang jelas, mudah dipahami, dan relevan. Dominasi komentar positif tersebut menandakan bahwa publik merasakan adanya keterbukaan dan upaya pemerintah untuk menjelaskan pengelolaan anggaran negara secara transparan.

Secara umum, masyarakat menilai bahwa penyajian informasi APBN melalui visual, infografik, dan narasi singkat lebih mudah dipahami dibandingkan laporan keuangan formal yang biasanya rumit. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa persepsi masyarakat terbagi ke dalam beberapa kecenderungan utama, yaitu: (1) persepsi positif terhadap upaya pemerintah meningkatkan transparansi anggaran; (2) persepsi kritis terhadap kelengkapan dan kedalaman informasi yang ditampilkan; serta (3) persepsi moderat yang melihat Instagram hanya sebagai media komunikasi, bukan sumber utama untuk memahami APBN secara menyeluruh.

Penelitian ini juga menemukan bahwa tingkat literasi anggaran berpengaruh besar terhadap cara masyarakat menafsirkan unggahan APBN tersebut. Pengguna Instagram dengan pemahaman dasar mengenai tata kelola keuangan negara lebih mudah menangkap pesan inti unggahan, sementara pengguna Instagram dengan literasi rendah cenderung hanya memahami gambaran umum tanpa mampu menghubungkan data dengan implikasi kebijakan. Di sisi lain, komentar publik di unggahan Instagram memperlihatkan bahwa masyarakat tidak

hanya mengonsumsi informasi secara pasif, tetapi juga menggunakannya sebagai ruang untuk mengkritisi prioritas belanja pemerintah, mempertanyakan efektivitas program kerja, hingga menyampaikan harapan terhadap peningkatan layanan publik. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram bukan hanya sarana penyebaran informasi, tetapi juga arena partisipasi publik dalam diskusi anggaran.

Interaksi publik pada kolom komentar Instagram menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi pasif, tetapi juga secara aktif menanggapi, menilai, dan mengkritisi unggahan pemerintah. Berbagai bentuk komentar muncul, mulai dari apresiasi terhadap keterbukaan informasi, pertanyaan mengenai efektivitas penggunaan anggaran, hingga kritik negatif terkait prioritas belanja yang dinilai tidak sesuai kebutuhan publik. Kehadiran komentar yang bernada skeptis dan negatif misalnya keraguan terhadap transparansi, dugaan ketidakefisienan, atau kritik terhadap kondisi pelayanan publik menunjukkan bahwa sebagian masyarakat memandang unggahan tersebut belum cukup menjelaskan konteks substantif dari APBN. Temuan tersebut menegaskan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi anggaran, tetapi juga menjadi ruang partisipatif tempat masyarakat menyampaikan evaluasi, ketidakpuasan, dan aspirasi terkait tata kelola fiskal.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap unggahan informasi APBN di media sosial Instagram sangat dipengaruhi oleh sumber unggahan, kualitas penyajian pesan, serta karakteristik audiens. Analisis sentimen berbasis *text mining* melalui model IndoBERT terhadap 300 komentar pada dua akun berbeda menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam respons publik. Unggahan pada akun resmi Menteri Keuangan didominasi oleh sentimen positif, yang mencerminkan apresiasi masyarakat terhadap penyajian informasi fiskal yang dianggap jelas, transparan, dan mudah dipahami melalui visualisasi yang komunikatif. Hal ini memperkuat temuan bahwa strategi komunikasi digital pemerintah melalui Instagram dapat meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat akuntabilitas fiskal.

Sebaliknya, unggahan serupa pada akun tidak resmi IDN Times memunculkan sentimen negatif yang lebih dominan. Respons tersebut dipengaruhi oleh kurangnya konteks kebijakan, framing yang berbeda, serta karakter audiens yang lebih heterogen dan kritis. Perbedaan persepsi ini mengindikasikan bahwa penerimaan publik terhadap informasi APBN tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kredibilitas sumber, konteks penyajian, dan pengalaman masyarakat terhadap kondisi ekonomi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran strategis dalam membangun persepsi publik mengenai pengelolaan APBN. Penyajian informasi yang visual, ringkas, dan transparan terbukti mampu membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah. Dengan demikian, optimalisasi komunikasi digital menjadi aspek penting dalam upaya memperkuat transparansi fiskal dan meningkatkan partisipasi publik dalam pengawasan anggaran negara.

REFERENSI

- Al Khaidar. (2025). Analisis Sentimen Di Instagram Terhadap Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa Menggunakan Metode Logistic Regression. *Hukum Online*, 13(3). <https://www.hukumonline.com/berita/a/sesat-pikir-menteri-keuangan-purbaya-yudhi-sadewa-lt68d6540be581a/?page=1>

- Anto Febria, & Joko Triloka. (2025). Analisis Sentimen Netizen Terhadap Efisiensi APBN Menggunakan Orange Data Mining. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 477–485. <https://doi.org/10.47467/elmutjama.v5i3.7368>
- Arsi, P., & Waluyo, R. (2021, Februari). Analisis Sentimen Wacana Pemindahan Ibu Kota Indonesia Menggunakan Algoritma Support Vector Machine (SVM). *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 8(1), 147-156.
- Arwindarti, T., Setiawan, E. I., & Imron, S. (2023). Klasifikasi Sentimen Opini Publik Pada Instagram Pemerintah Kabupaten Bojonegoro Menggunakan LSTM. *Teknika*, 13(1), 1–9. <https://doi.org/10.34148/teknika.v13i1.699>
- Bovens, M. (n.d.). Analyzing and Assessing Accountability: A Conceptual Framework. *European Law Journal*, 13(4), 447-468.
- Budiman, Anggraeni, Z. S., Habibi, C., & Alamsyah, N. (2024). Analisis Sentimen Publik pada Media Sosial Twitter Terhadap Tiket.com Menggunakan Algoritma Klasifikasi. *Jurnal Informatika*, 11(1), 1-10.
- Effendi, M. W., Hendra, Y., & Matondang, A. (2019). Persepsi Masyarakat tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram @humas_pemkomedan. Community Perceptions of the Image of Medan City Government Through Instagram Social Media Account @humas_pemkomedan. *Perspektif*, 8(1), 20–26. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Ernungtyas, N. F., & Boer, R. F. (2023). The Citizen Trust and Engagement in Indonesia Government's Social Media and Website. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 16(1), 14–26. <https://doi.org/10.29313/mediator.v16i1.2159>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2025). Kinerja dan Fakta APBN Mei 2025. Jakarta.
- Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., Takdir, M., & Handrina, E. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital. *Ekasakti Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 5(1), 23-32.
- Lestari, D. A., Rivai, A. K., & Kesannya, N. (2025). Efektivitas Media Sosial Instagram untuk Penyebaran Informasi Pajak (Studi Kasus pada Pekerja Generasi Z di Jakarta). *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(2), 93–101. <https://jurnal.stikes-ibnusina.ac.id/index.php/Excellence>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Muslimin, M. I., Pratama, I. N., Ardiani, Y., Rahmania, S., Anjani, H., Imara, I. S., ... & Imran, I. (2025). Efisiensi Dan Efektivitas Perencanaan Anggaran Pendapatan Belanja Negara Di Era Digital: Studi Terhadap Transformasi Digitalisasi Fiskal Di Indonesia. *Nusantara Hasana Journal*, 4(9), 90-100.
- Mustika, M., Afdillah, W., Sartika, R., & Pangestoeti, W. (2025). Transparansi Anggaran Publik Dan Implikasinya Terhadap Efisiensi Pengeluaran Pemerintah Daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 02(04), 1245–1250. <https://jurnal.itcc.web.id/index.php/jiksp/article/view/2881>
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Lembaran Negara Republik Indonesia.
- Sadat, A. (2022). *Tata Kelola Keuangan Pemerintahan*. Deepublish.
- Sulistiyawati, N. L. P. I. (2020). Analisis akuntabilitas dan transparansi pengelolaan dana. *Journal of Applied Management Studies*, 2(1), 27-37.
- Walasary, T. (2022). Survey Paper tentang Analisis Sentimen. *Konstelasi: Konvergensi*

- Teknologi dan Sistem Informasi, 2(1), 201-206.
- Yusuf, S. A., & Khasanah, U. (2019). Kajian literatur dan teori sosial dalam penelitian. *Metode penelitian ekonomi syariah*, 80, 1-23.