

ANALISIS SENTIMEN WARGANET INSTAGRAM TERHADAP KEBIJAKAN PENGHENTIAN IMPOR PAKAIAN BEKAS DI INDONESIA

Hana Nurlaeli*, Siti Nurul Falah, Samratul Goniya & Hilma Mutiara Winata
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia
*Email: hananurlaeli36@gmail.com**

Riwayat Artikel

Diterima: 6 November 2025
Disetujui: 6 Desember 2025
Diterbitkan: 20 Desember 2025

Abstract

This study analyzes netizens' responses to the Indonesian government's policy on stopping the import of used clothing, supported by Indonesian sentiment analysis using the IndoBERT model. This import ban policy is regulated in Minister of Trade Regulations (Permendag) No. 18/2021 and Permendag No. 40/2022, issued to reduce the negative impact of imported used clothing on the economy, health, and the environment. The research data was obtained by collecting comments from three Instagram accounts discussing the issue, then processed through text preprocessing and classification using the IndoBERT model. Of the 1,706 comments, the negative sentiment category emerged as the largest with 46.30%, followed by positive sentiment at 29.15% and neutral sentiment at 17.21%. The dominance of negative sentiment indicates that the policy was not well received by the public, as it was considered detrimental to secondhand goods traders, inconsistent in law enforcement, and unclear in its objectives and implementation mechanisms. A similar pattern was reinforced in the wordcloud visualization, which displayed words related to criticism of the legality of imported goods, the sustainability of MSMEs, and policy effectiveness. Based on these findings, this study recommends that the government strengthen transparency, ensure regulatory consistency, and open dialogue with the public and business actors to avoid the perception that the policy is being implemented unilaterally. Overall, this study provides an overview of public perception on social media and can serve as input to complement the used clothing import policy in Indonesia.

Keywords: *Imported Used Clothing, IndoBERT, Public Policy, Sentiment Analysis, Social Media.*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis respons netizen terhadap kebijakan pemerintah Indonesia mengenai penghentian impor pakaian bekas, didukung oleh analisis sentimen Indonesia menggunakan model IndoBERT. Kebijakan larangan impor ini diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 18/2021 dan Permendag No. 40/2022, yang diterbitkan untuk mengurangi dampak negatif impor pakaian bekas terhadap ekonomi, kesehatan, dan lingkungan. Data penelitian diperoleh dengan mengumpulkan komentar dari tiga akun Instagram yang membahas isu tersebut, kemudian diproses melalui pra pemrosesan teks dan klasifikasi menggunakan model IndoBERT. Dari 1.706 komentar, kategori sentimen negatif muncul sebagai yang terbesar dengan 46,30%, diikuti oleh sentimen positif sebesar 29,15% dan sentimen netral sebesar 17,21%. Dominasi sentimen negatif menunjukkan bahwa kebijakan tersebut tidak diterima dengan baik oleh masyarakat, karena dianggap merugikan pedagang barang bekas, tidak konsisten dalam penegakan hukum, dan tidak jelas dalam

tujuan serta mekanisme implementasinya. Pola serupa diperkuat dalam visualisasi word cloud, yang menampilkan kata-kata terkait kritik terhadap legalitas barang impor, keberlanjutan UMKM, dan efektivitas kebijakan. Berdasarkan temuan ini, studi ini merekomendasikan agar pemerintah memperkuat transparansi, memastikan konsistensi regulasi, dan membuka dialog dengan masyarakat dan pelaku usaha untuk menghindari persepsi bahwa kebijakan tersebut diterapkan secara sepihak. Secara keseluruhan, studi ini memberikan gambaran tentang persepsi publik di media sosial dan dapat menjadi masukan untuk melengkapi kebijakan impor pakaian bekas di Indonesia.

Kata kunci: Analisis Sentimen, IndoBERT, Kebijakan Publik, Media Sosial, Pakaian Bekas Impor.

A. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perdagangan pakaian bekas impor menjadi salah satu fenomena yang cukup ramai di Indonesia, baik di pasar tradisional maupun secara online. Fenomena tersebut muncul karena minat masyarakat yang tinggi terhadap pakaian impor dengan harga terjangkau, model beragam serta kualitas yang dianggap lebih baik dibanding produk lokal (Fajri et al., 2025). Namun, dengan maraknya peredaran pakaian bekas impor ini menimbulkan kekhawatiran baru karena dianggap dapat mengancam keberlangsungan industri tekstil nasional sekaligus pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Kekhawatiran tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi saja, tetapi juga menyangkut kesehatan dan lingkungan. Dari sisi ekonomi banyaknya pakaian bekas impor berpotensi menurunkan nilai daya saing dalam negeri. Sementara dari sisi kesehatan dan lingkungan, pakaian bekas impor dikhawatirkan membawa risiko kontaminasi bakteri serta meningkatkan jumlah limbah tekstil di Indonesia (Adibah F, 2017). Kondisi ini kemudian menimbulkan implikasi yang lebih luas sehingga mendorong pemerintah agar mengambil langkah tegas untuk mengatur dan membatasi impor pakaian bekas agar tidak menimbulkan dampak yang lebih luas.

Sebagai bentuk respons, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 yang kemudian diperbarui menjadi Permendag Nomor 40 Tahun 2022 tentang larangan impor pakaian bekas. Meskipun aturan tersebut telah diterapkan, minat masyarakat terhadap pakaian bekas masih tinggi membuat banyak oknum penjual pakaian bekas memanfaatkan fasilitas ekspor-impor dari bea cukai (Pradana, 2024). Kondisi ini menimbulkan beragam tanggapan dari masyarakat. Terdapat sebagian pihak yang mendukung kebijakan karena alasan ekonomi dan kesehatan, namun tidak sedikit pula yang menentang kebijakan tersebut karena dirasa dengan adanya kebijakan ini dapat merugikan pedagang thrift.

Perbedaan pendapat tersebut banyak terlihat di media sosial, salah satunya Instagram. Dengan lebih dari 99 juta pengguna aktif, Instagram bukan hanya tempat berbagai foto atau promosi bisnis, tetapi juga ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan opini tentang isu-isu yang dibicarakan. Selain itu, Instagram juga memiliki peran penting dalam aktivitas bisnis, termasuk bisnis pakaian bekas. Menurut penelitian oleh Puspitasari dan Rochmaniah (2024), pemilik toko barang bekas menggunakan Instagram untuk memasarkan produk mereka, membuat konten visual, dan membangun komunitas pelanggan yang setia melalui fitur seperti caption, stories, dan hashtag. Sebaliknya, Hidayatullah & Muslichah (2023) menyatakan bahwa aktivitas pemasaran Instagram, seperti promosi berbayar dan konten organik, memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan toko barang bekas melalui pembentukan loyalitas pelanggan dan hubungan pelanggan. Melihat tingginya interaksi dan percakapan pengguna Instagram, platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media sosial biasa, tetapi juga menjadi sumber informasi yang penting untuk memahami bagaimana masyarakat merespons suatu kebijakan. Melihat banyaknya komentar dan pendapat

masyarakat yang muncul di Instagram mengenai kebijakan tersebut, diperlukan sebuah metode yang mampu mengolah dan membaca pola opini public secara sistematis.

Untuk memahami opini tersebut, analisis sentimen menjadi pendekatan yang tepat. Analisis sentimen merupakan salah satu cabang dari text mining dan natural language processing (NLP) yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengkategorikan, dan mengklasifikasikan opini atau emosi dalam teks ke dalam kelompok-kelompok yang berbeda, seperti positif, negatif, atau netral. Metode ini sering digunakan untuk memahami persepsi publik terhadap suatu isu, kebijakan, atau produk menggunakan data yang dikumpulkan dari platform media sosial seperti Instagram. Menurut Nalawat (2019), analisis sentimen mengidentifikasi tiga tingkat sensitivitas utama, yaitu dokumen, kalimat, dan aspek, yang semuanya berfokus pada konteks yang berbeda dari pendapat yang diungkapkan oleh pengguna. Di sisi lain Siti Rahmawati et al. (2024) menjelaskan bahwa penggunaan NLP dalam analisis media sosial dapat membantu peneliti memahami perubahan opini publik dengan lebih cepat dan akurat. Oleh karena itu, analisis sentimen sangat penting dalam menentukan sikap warganet terhadap kebijakan pemerintah, termasuk implementasi kebijakan penghentian impor pakaian bekas di Indonesia.

Beberapa Penelitian sebelumnya telah menggunakan analisis sentimen untuk mengkaji respon publik terhadap pemerintah, seperti penelitian Abdurrohim & Rahman (2024) penelitian dilakukan menggunakan analisis sentimen untuk mengetahui respon publik terhadap kebijakan Omnibus Law menggunakan model Recurrent Neural Network (RNN) dengan arsitektur LSTM. dan ditemukan bahwa mayoritas opini masyarakat itu bersifat negatif. Selain itu, Hakim et al. (2020) melakukan penelitian menggunakan Metode Support Vector Machine (SVM) dengan memanfaatkan komentar pengguna Instagram mengenai kebijakan bantuan kuota internet oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, yang menunjukkan bahwa analisis sentimen publik bisa dilakukan pada media sosial.

Penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian yang dibahas. Penulis menggunakan model IndoBERT (Indonesian Bidirectional Encoder Representations from Transformer) yaitu model berbasis transformer seperti BERT (Devlin et al., 2019), tetapi dilatih sepenuhnya sebagai masked language model menggunakan framework Hugging Face. Model ini dirancang khusus untuk Bahasa Indonesia agar dapat memahami konteks, struktur, dan makna bahasa secara lebih akurat.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sentimen warganet terhadap kebijakan penghentian impor pakaian bekas melalui komentar di Instagram menggunakan model IndoBERT. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai persepsi publik serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam menyusun kebijakan terkait impor pakaian bekas di masa mendatang.

B. KAJIAN PUSTAKA

Analisis sentimen merupakan proses mendeteksi, mengekstraksi, dan mengklasifikasikan pendapat mengenai suatu hal. Analisis sentimen melibatkan opini yang dibuat oleh pengguna sosial media untuk dikumpulkan dan dianalisis (Wirayudha et al., 2025). Menurut Liu (2012) analisis sentimen ini tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga mengandung emosi dan opini yang dapat diukur sistematis. Tujuan dari analisis sentimen ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap opini tersebut.

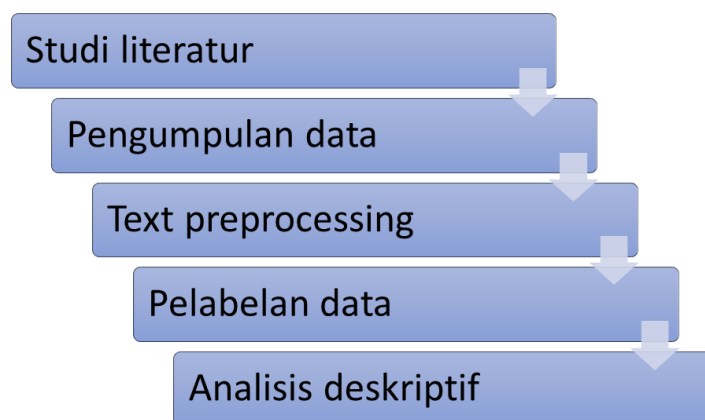
Thomas R. Dye (2013) mengemukakan bahwa kebijakan publik mencakup segala bentuk tindakan pemerintah berupa regulasi, program, atau keputusan. Sementara itu, Nugroho (2020) menekankan bahwa kebijakan publik merupakan instrumen pemerintah untuk mengarahkan, mengatur, serta mengendalikan perilaku masyarakat agar tercapai kondisi sosial yang diharapkan. Dengan demikian, kebijakan publik ini bukan hanya sebuah bentuk

tindakan pemerintah saja tetapi merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan yang melibatkan berbagai kepentingan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.

Hubungan antara teori analisis sentimen dan teori kebijakan publik dalam penelitian yang penulis lakukan terletak pada upaya untuk memahami respon warganet terhadap suatu kebijakan pemerintah. Teori kebijakan publik digunakan untuk menjelaskan bahwa kebijakan penghentian impor pakaian bekas merupakan kebijakan pemerintah dalam mengatur aktivitas ekonomi dan sosial untuk kepentingan warganet. Sementara itu, teori analisis sentimen digunakan sebagai pendekatan untuk mengukur dan menganalisis persepsi masyarakat di media sosial terhadap kebijakan tersebut. Melalui analisis sentimen, peneliti dapat mengetahui bagaimana persepsi warganet baik positif, negatif, maupun netral terhadap kebijakan publik yang diterapkan pemerintah.

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, metode ini dipilih untuk mengetahui respon warganet di instagram mengenai kebijakan penghentian impor pakaian bekas di Indonesia. Penelitian ini juga meneliti seberapa akurat penelitian menggunakan analisis sentimen, penulis menggunakan *indoBERT* sebagai salah satu cabang dari *machine learning* yang dirancang untuk memproses bahasa indonesia. Tahapan yang dilakukan adalah studi literatur, pengumpulan data, teks *preprocessing*, pelabelan data, dan pendeskripsian analisis yang divisualisasikan dalam diagram alir. Data ini kemudian diklasifikasikan menjadi positif, negatif, dan netral. Hasil analisis sentimen divisualisasikan melalui diagram batang dan *wordcloud* untuk memberikan gambaran pola opini masyarakat secara terukur dan sistematis.



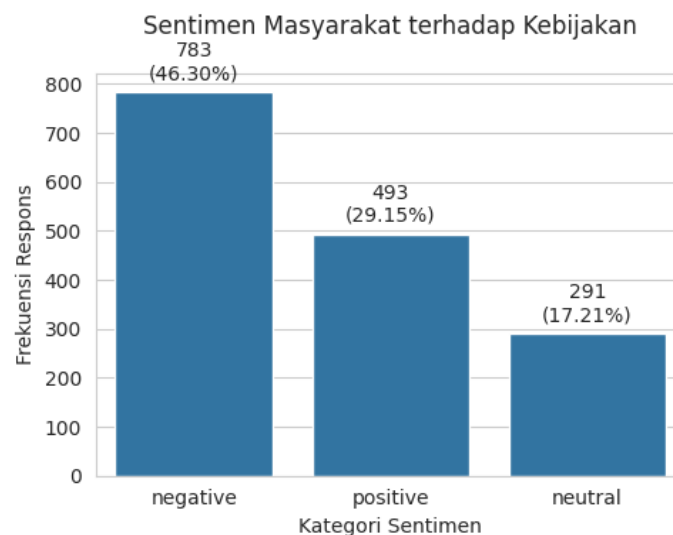
Gambar 1. Diagram Alir Penelitian
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Teknik analisis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengolah dan menafsirkan data sehingga mampu menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Proses analisis dimulai dari studi literatur untuk memperoleh pemahaman teoritis dan metodologis melalui referensi jurnal, buku, serta penelitian relevan. Selanjutnya, data dikumpulkan dari tiga unggahan Instagram milik @officialnewstv, @ussfeeds, dan @kompascom yang membahas kebijakan pemerintah mengenai penghentian impor pakaian bekas di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui metode scraping menggunakan alat bantu *Instant Data Scraper* pada Chrome, yang memungkinkan pengambilan teks secara otomatis. Setelah data diperoleh, dilakukan tahap *text preprocessing* untuk membersihkan dan menormalkan teks, termasuk menghapus simbol, tanda baca, angka, dan URL, beserta menyeragamkan kata tidak baku menjadi bentuk baku agar data lebih konsisten dan siap diproses oleh model. Tahap

berikutnya adalah pelabelan data yang dilakukan secara otomatis menggunakan model IndoBERT untuk mengklasifikasikan setiap komentar ke dalam kategori sentimen positif, negatif, atau netral berdasarkan konteks kalimat. Hasil pelabelan ini kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi kecenderungan sentimen warganet terhadap kebijakan penghentian impor pakaian bekas di Indonesia.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sumber data dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari media sosial Instagram pada unggahan akun @officialnewstv, @ussfeeds, dan @kompascom. Akun @officialnewstv dipilih karena unggahannya memiliki 8.373 suka dan 426 komentar, sedangkan akun @ussfeeds dipilih karena menunjukkan interaksi publik yang lebih tinggi dengan 50,5 ribu suka dan 794 komentar. Akun @kompascom turut dijadikan sumber karena merupakan media terpercaya dengan unggahan yang mendapatkan 6.851 suka dan 1.522 komentar. Ketiga akun tersebut dipilih karena sama-sama menyajikan konten mengenai kebijakan Pemerintah tentang penghentian impor pakaian bekas di Indonesia dan memiliki tingkat interaksi yang relevan untuk dianalisis guna mengetahui sentimen warganet terhadap kebijakan tersebut. Adapun hasil dari analisis sentimen dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Diagram Batang Hasil Sentimen
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Analisis sentimen masyarakat terhadap kebijakan yang dianalisis didominasi oleh sentimen negatif. Dari total 1.706 komentar yang terkumpul melalui proses *scraping*, sebanyak 783 komentar (46,30%) menunjukkan sentimen negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa hampir setengah dari total respon menunjukkan ketidaksetujuan atau ketidakpuasan terhadap kebijakan tersebut. Sementara itu, sentimen positif berjumlah 493 komentar (29,15%), yang berarti sebagian warganet tetap memberikan dukungan atau pandangan yang konstruktif terhadap kebijakan yang dimaksud. Adapun sentimen netral tercatat sebanyak 291 komentar (17,21%), menunjukkan bahwa sebagian kecil masyarakat memberikan tanggapan yang bersifat informatif atau tidak menunjukkan kecenderungan mendukung maupun menolak. Secara keseluruhan, distribusi sentimen tersebut menggambarkan bahwa persepsi warganet cenderung lebih banyak mengarah pada respon negatif dibandingkan dengan respon positif maupun netral.



Gambar 4. Word Cloud Positif
Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2025

<https://jurnal.panengeninsani.com/index.php/pjoik/index>
 Publisher: Panengen Publishing
 issn: 2964-4550



Setelah analisis dilakukan yang mana lebih banyak menghasilkan komentar negatif, pemerintah perlu melakukan evaluasi terhadap kebijakan yang dikemukakan. Maka pemerintah perlu melakukan transparansi dan memastikan aturan yang konsisten agar tidak menimbulkan ketidakjelasan kebijakan serta membuka ruang dialog terbuka agar tidak dianggap sebagai langkah sepihak.

E. KESIMPULAN

Persebaran kategori sentimen berdasarkan model IndoBERT memperlihatkan struktur yang tidak seimbang. Dari total 1.706 komentar, sebanyak 46,30% termasuk kategori negatif, 29,15% positif, dan 17,21% netral. Dari persebaran tersebut menunjukkan bahwa warganet lebih sering menyampaikan kritik daripada dukungan, sementara jumlah komentar netral relatif sedikit dan sebagian besar bersifat informatif atau deskriptif. Maka dari itu, hasil analisis yang dihasilkan kecenderungan sentimen warganet terhadap kebijakan pemerintah tersebut condong ke arah penolakan.

Dominasi komentar negatif menunjukkan bahwa kebijakan penghentian impor pakaian bekas belum diterima dengan baik oleh publik. Kondisi ini menunjukkan adanya persoalan dalam kejelasan tujuan, mekanisme, serta penerapan kebijakan. Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan evaluasi menyeluruh dengan meningkatkan transparansi, memastikan

konsistensi penegakan aturan, dan membuka ruang dialog terbuka dengan masyarakat serta pelaku usaha. Langkah-langkah tersebut penting untuk menghindari kesan bahwa kebijakan dibuat secara sepihak dan untuk memperkuat kembali kepercayaan publik terhadap proses pengambilan keputusan pemerintah.

REFERENSI

- Abdurrohim, I., & Rahman, A. (2024). Penerapan Natural Language Processing Untuk Analisis Sentimen Terhadap Kebijakan Pemerintah. *JURNAL KEBANGSAAN RI*, 1(2), 55–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.31848/jkri.v1i2.3403>
- Adibah, F. (2017). *Jual beli pakaian bekas impor di Tugu Pahlawan Kota Surabaya: Tinjauan UU Perdagangan no. 7 tahun 2014 dan fiqh muamalah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Devlin, J., Chang, M.-W., Lee, K., & Toutanova, K. (2019). Bert: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding. *Proceedings of the 2019 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies, Volume 1 (Long and Short Papers)*, 4171–4186. <https://doi.org/https://doi.org/10.18653/v1/N19-1423>
- Dye, T. R. (2013). *Understanding Public Policy*. Pearson.
- Fajri, A. A., Retnosary, R., & Yani, D. (2025). Minat Masyarakat Terhadap Produk Baju Bekas Studi Kasus: Chang3. Id Karawang. *indonesian Journal Of Digital Business*, 5(3), 679-694.
- Hakim, S. R., Rizki, M. A., Zekha F, N. I., Fitri, N., Rizkie A, Y., & Nooraeni, R. (2020). Analisis Sentimen Pengguna Instagram Terhadap Kebijakan Kemdikbud Mengenai Bantuan Kuota Internet Dengan Metode Support Vector Machine (Svm). *Jurnal Msa (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)*, 8 (2). <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/Msa.V8i2.16795>
- Hidayatullah, A. M., & Muslichah, I. (2023). *Pengaruh Kegiatan Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce Thrift*. Universitas Islam Indonesia.
- Liu, B. (2012). *Sentiment Analysis And Opinion Mining*. Morgan & Claypool Publishers.
- Nalawat, M. (2019). An Overview Of Sentiment Analysis: Concept, Techniques, And Challenges. *Indian Journal Of Computer Science*, 4(4), 24–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.17010/Ijcs/2019/V4/I4/147302>
- Nugroho, R. (2020). *Public Policy 6-Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 Tentang Barang Dilarang Ekspor Dan Barang Dilarang Impor
- Pradana, Y. A. (2024). *Peran Pemerintah Dalam Menanggulangi Maraknya Impor Dan Jual Beli Pakaian Bekas (Thrifting) Di Indonesia*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Puspitasari, R., & Rochmaniah, A. (2024). Strategi Pemasaran Fashion Thrifting di Instagram: Studi Kasus Akun@ den. market. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(1), 48–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/converse.v1i1.2850>
- Siti Rahmawati, Dewi Anggraini, & Rizki Kurniawan. (2024). Natural Language Processing For Automatic Sentiment Analysis In Social Media Data. *International Journal of Information Engineering and Science*, 1(1), 16–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.62951/ijies.v1i1.54>
- Wirayudha, A., Murniyati, M., & Rosdiana, R. (2025). Analisis Sentimen Terhadap Ulasan Access By KAI Pada Google Play Store Menggunakan Metode IndoBERT. *Portal Riset*

Dan Inovasi Sistem Perangkat Lunak, 3(1), 9–20.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59696/prinsip.v3i1.69>