

**ANALISIS JARINGAN TEKS MEDIA SOSIAL
LEMBAGA KEBIJAKAN PENGADAAN BARANG/ JASA PEMERINTAH
(LKPP) REPUBLIK INDONESIA**

TSABDANY TZARAU LIARANY ANAGUSTI

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari turunnya Instruksi Presiden No. 2 Tahun 2022, melatar belakangi Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN) dan produk Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Koperasi (UMKM) yang perlu ditingkatkan dalam rangka menyukseskan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia pada pelaksanaan pengadaan barang/jasa pemerintah. Realitasnya Kementerian, Lembaga, dan Pemerintah Daerah (KLPD) masih belum dapat menerapkan minimal 95% realisasi belanja produk dalam negeri, yang berdampak pada penerapan sanksi bagi KLPD yang tidak melaksanakan ketentuan. Tujuan penelitian untuk menganalisis jaringan teks media sosial Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah (LKPP) RI. Teori yang digunakan dalam penelitian ini Teori Jaringan Komunikasi oleh Rogers dan Kincaid (pemahaman struktur jaringan komunikasi untuk mengungkap pola distribusi informasi dan keterhubungan antar teks yang diterapkan di media digital). Metode *Mixed Methods* desain *Sequential Explanatory*, pendekatan kuantitatif (analisis struktur jaringan teks, kategorisasi konten, dan analisis sentimen) pada akun Instagram resmi @lkpp_ri. Pendekatan analisis isi jaringan kualitatif dan wawancara terstruktur. Hasil penelitian secara kuantitatif menunjukkan analisis sentimen sebesar 69% sentimen positif mendukung kebijakan afirmatif, sentiment negatif sebesar 24% terkait kendala informasi dan transparansi, serta 7% netral pada konten informatif. Hasil penelitian secara kualitatif menunjukkan isi struktur jaringan teks pada komunikasi digital LKPP RI menonjolkan tkata "LKPP," "pengadaan," "katalog elektronik," "produk dalam negeri," mencerminkan fokus optimalisasi pengadaan berbasis digital dan pemberdayaan produk lokal, meskipun kata pengawasan dan evaluasi kebijakan memiliki keterhubungan rendah. Kategorisasi konten mendukung kampanye afirmatif berdasarkan penggunaan *hashtag* pada *caption* #KatalogElektronik, #Banggabuatanindonesia, #DukungUMKM. Hasil akhir menunjukkan LKPP RI sebagai Lembaga yang membuat Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa secara efektif mengimplementasikan Instruksi Presiden No. 2 Tahun 2022.

Kata Kunci: Jaringan, Kategorisasi, Konten, Sentimen.

**TEXT NETWORK ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA
THE NATIONAL PUBLIC PROCUREMENT AGENCY (LKPP) OF
INDONESIA**

TSABDANY TZARAULIARANY ANAGUSTI

ABSTRAK

This study stems from the issuance of Presidential Instruction No. 2 of 2022, which underscores the need to enhance the use of Domestic Products through MSMEs and P3DN initiatives. Government institutions and regional apparatuses (KLPDs) have yet to achieve the minimum 95% realization target for domestic product expenditure, leading to sanctions for non-compliance. The research aims to analyse the text network on the social media platform of the National Public Procurement Agency (LKPP) of Indonesia. The theoretical framework employs Rogers' Communication Network Theory, which emphasizes on understanding communication network structures to uncover patterns of information distribution and interconnectivity between texts within digital media. This study adopts a mixed-methods approach using a Sequential Explanatory design, combining quantitative methods (text network structure analysis, content categorization, and sentiment analysis) on @lkpp_ri, official Instagram account of LKPP, with qualitative content network analysis and structured interviews. Quantitative findings reveal that sentiment analysis indicates 69% positive sentiment supporting affirmative policies, 24% negative sentiment addressing information and transparency challenges, and 7% neutral sentiment concerning informative content. Qualitative findings highlight the idea of the structure of text networks in LKPP's digital communication prominently features the words "LKPP", "procurement", "electronic catalogue" and "domestic products", reflecting the institution's focus on optimizing digital procurement and promoting local products. However, terms related to "supervision" and "policy evaluation" show lower connectivity. Content categorization supports affirmative campaigns could be seen by the usage of hashtags in captions such as #KatalogElektronik, #Banggabuatanindonesia, and #DukungUMKM. Result indicates that LKPP, as the institution responsible for procurement policies, has implemented Presidential Instruction No. 2 of 2022 effectively.

Keywords: Network, Categorization, Content, Sentiment.