

**IDENTIFIKASI POLA KORUPSI KOMUNIKASI DALAM  
*GOVERNMENTAL BRANDING NOISE*: ANALISIS KONTEN  
SENTIMEN NEGATIF TERKAIT UTANG PEMERINTAH  
PADA MEDIA SOSIAL**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Rhoric Andra Fahreza**

**1201923005**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Rhoric Andra Fahreza**

**NIM : 1201923005**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : Maret 2023**


## HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Rhoric Andra Fahreza  
NIM : 1201923005  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Identifikasi Pola Korupsi Komunikasi dalam  
*Governmental Branding Noise: Analisis Konten  
Sentimen Negatif terkait Utang Pemerintah pada  
Media Sosial*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., Dr. (  )

Penguji I : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si. (  )

Penguji II : Dr. Nur Kholisoh, M.Si (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : Mei 2023

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah Azza Wa Jalla atas segala rahmat, hidayah dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Identifikasi Pola Korupsi Komunikasi dalam *Governmental Branding Noise: Analisis Konten Sentimen Negatif terkait Utang Pemerintah pada Media Sosial*" ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Selama menjalani masa Pendidikan hingga penyusunan Tugas Akhir ini penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Indratno dan Ibu Anna Yulianti, selaku orang tua penulis, atas segala doa, kasih sayang, dan dukungannya sehingga penulis dapat melalui perkuliahan dan Tugas Akhir dengan lancar,
2. Fanny Shafira Rianidewi, selaku istri tercinta, yang senantiasa menemani dan memberikan doa, dukungan serta semangat kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini;
3. Bapak Bambang Sukma Wijaya, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran serta dengan sabar membantu menyelesaikan permasalahan yang penulis hadapi, serta memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
4. Seluruh teman-teman kantor di Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko, terutama teman-teman di Subbagian Layanan Informasi, yang selalu membantu dan mendukung penulis selama menjalani Pendidikan dan penyusunan Tugas Akhir di Universitas Bakrie;
5. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis;
6. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi *Batch* 15 yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam proses perkuliahan di Universitas Bakrie dari awal hingga akhir,

7. Serta pihak-pihak lain yang tanpa penulis sadari telah membantu terwujudnya penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Azza Wa Jalla berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam menyusun Tugas Akhir ini, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga penelitian ini membawa manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

Jakarta, 25 Maret 2023

Penulis



Rhoric Andra Fahreza

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rhoric Andra Fahreza  
NIM : 1201923005  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“IDENTIFIKASI POLA KORUPSI KOMUNIKASI DALAM  
GOVERNMENTAL BRANDING NOISE: ANALISIS KONTEN SENTIMEN  
NEGATIF TERKAIT UTANG PEMERINTAH PADA MEDIA SOSIAL”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 25 Maret 2023

Yang menyatakan,



Rhoric Andra Fahreza

**IDENTIFIKASI POLA KORUPSI KOMUNIKASI DALAM  
GOVERNMENTAL BRANDING NOISE: ANALISIS KONTEN  
SENTIMEN NEGATIF TERKAIT UTANG PEMERINTAH  
PADA MEDIA SOSIAL**

**Rhoric Andra Fahreza**

---

**ABSTRAK**

Utang pemerintah adalah bagian dari pengelolaan fiskal dan menjadi komponen dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko sebagai unit pengelola utang pemerintah memiliki tugas untuk menyampaikan informasi dan kebijakan terkait utang pemerintah kepada masyarakat. Dalam praktiknya, utang pemerintah sering dinarasikan secara negatif oleh berbagai pihak di media sosial. Isu utang sering dikorupsi secara komunikasi sehingga menjadi gangguan komunikasi dalam proses pemerekan pemerintahan DJPPR. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pola korupsi komunikasi pada isu utang pemerintah dalam gangguan komunikasi pemerekan pemerintahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten terarah (*Directed Content Analysis*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya korupsi komunikasi pada isu utang pemerintah berdampak dan menjadi gangguan komunikasi pada pemerekan pemerintahan. Komunikasi yang terjadi pada isu utang pemerintahan dikorupsi dengan menjalin logika sesat, membingkai isu dengan bingkai yang tidak berimbang dan memanipulasi persepsi terkait utang pemerintah. Oleh karena itu, perlu adanya strategi komunikasi dari DJPPR yang dapat memitigasi pola-pola korupsi komunikasi pada isu utang agar pesan bisa diterima masyarakat dengan baik.

**Kata Kunci: Korupsi Komunikasi, Pemerekan Pemerintahan, Gangguan Komunikasi, Media Sosial, Utang Pemerintah**

**THE IDENTIFICATION OF COMMUNICATION  
CORRUPTION PATTERNS IN GOVERNMENTAL  
BRANDING NOISE: CONTENT ANALYSIS OF NEGATIVE  
SENTIMENS RELATED TO GOVERNMENT DEBT ON  
SOCIAL MEDIA**

**Rhoric Andra Fahreza**

---

***ABSTRACT***

Government Debt is a part of fiscal management and one of the components in State Budget (APBN). Directorate General of Budget Financing and Risk Management (DJPPR) as a manager of government debt has a duty to convey information and policies related to government debt to the public. In practice, government debt is often narrated negatively by various parties. These issues are often corrupted in communication so that it become communication noise in governmental branding process of DJPPR. This research aims to describe the pattern of communication corruption on the issue of government debt in governmental branding noise. The research uses a qualitative approach with a directed content analysis method. The result shows that the existence of communication corruption on government debt issue has an impact on governmental branding and becomes communication noise. Communication that occurs on the government debt issue is corrupted by interweaving misguided logic, unbalance framing and manipulating perceptions regarding government debt. Therefore, it is necessary to have a communication strategy from DJPPR that can mitigate communication corruption patterns on government debt issues so that messages can be well received by the public.

**Keywords: Communication Corruption, Governmental Branding, Communication Noise, Social Media, Government Debt**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1. Manfaat Teoretis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1. Konsep yang relevan.....	9
2.1.1. <i>Governmental Branding</i> .....	9
2.1.2. Gangguan Komunikasi ( <i>Communication Noise</i> ).....	13
2.1.3. Korupsi Komunikasi.....	15
2.1.4. Media Sosial Twitter .....	20
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	21
2.3. Model Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Desain dan Pendekatan .....	34
3.2. Objek Penelitian.....	36
3.2.1. Objek Utama.....	36
3.2.2. Objek Pendukung .....	44
3.2.3. Objek Perbandingan .....	44
3.3. Pengumpulan Data.....	45
3.3.1. Observasi Teksual .....	45
3.3.2. Penelusuran Dokumen.....	46
3.3.3. Dokumentasi.....	46
3.4. Analisis Data .....	47
3.5. Triangulasi Data.....	49
3.6. Operasionalisasi Konsep.....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1. Gambaran Konteks Penelitian .....	59
4.1.1. Profil Kementerian Keuangan .....	59
4.1.2. Profil Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko .....	61
4.1.3. Profil Teks .....	63
4.2. Penyajian Data .....	67
4.2.1. Korupsi Pesan Berkaitan dengan <i>Governmental Branding                 Noise</i> .....	67

4.2.2. Korupsi Media Berkaitan dengan <i>Governmental Branding Noise</i> .....	71
4.2.3. Korupsi Konteks Berkaitan dengan <i>Governmental Branding Noise</i> .....	72
4.2.4. Korupsi Perilaku Berkaitan dengan <i>Governmental Branding Noise</i> .....	75
4.3. Pembahasan dan Diskusi .....	76
4.3.1. Menjalin Logika Sesat .....	76
4.3.2. Cacat Framing .....	80
4.3.3. Manipulasi Persepsi .....	82
4.3.4. Korupsi Komunikasi, Media Sosial dan <i>Governmental Branding Noise</i> .....	83
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
5.1. Simpulan .....	87
5.2. Kendala dan Keterbatasan .....	88
5.2.1. Kendala Teoretis .....	88
5.2.2. Kendala Metodologis .....	88
5.3. Saran dan Implikasi .....	88
5.3.1. Saran Teoretis .....	88
5.3.2. Saran Metodologis .....	89
5.3.3. Saran Praktis .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Historis Sentimen Negatif pada Isu Utang Pemerintah di Twitter..	5
Gambar 1.2 Contoh Cuitan Terkait Utang Pemerintah .....	6
Gambar 2.1 Posisi Utang Pemerintah per 30 September 2022 .....	12
Gambar 2.2 <i>Linear Model of Communication</i> 14	
Gambar 2.3 <i>Transactional Model of Communication</i> .....	15
Gambar 2.4 Dimensi Koruptivitas Komunikasi dalam Proses Manajemen Makna .	19
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 3.1 Contoh cuitan terkait isu utang pemerintah.....	37
Gambar 3.2 Contoh cuitan terkait utang pemerintah .....	38
Gambar 3.3 Data Historis Jumlah Cuitan terkait Isu Utang Pemerintah .....	39
Gambar 3.4 Kata Kunci pada mesin SATELIT .....	40
Gambar 3.5 Cuplikan Laporan Harian Analisis Media Kementerian Keuangan..	44
Gambar 3.6 Buku APBN KITA .....	45
Gambar 3.7 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif .....	47
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kementerian Keuangan.....	60
Gambar 4.2 Struktur Organisasi DJPPR .....	62
Gambar 4.3 Cuitan C1 .....	63
Gambar 4.4 Cuitan C2 .....	64
Gambar 4.5 Cuitan C3 .....	65
Gambar 4.6 Cuitan C4 .....	66
Gambar 4.7 Cuitan C5 .....	66
Gambar 4.8 Cuitan C6 .....	67
Gambar 4.9 Data Keseimbangan Primer.....	70
Gambar 4.10 Pola Menjaln Logika Sesat .....	78
Gambar 4.11 Pola Cacat Framing .....	81
Gambar 4.12 Contoh Berita Dari Narasumber Politisi .....	81
Gambar 4.13 Pola Manipulasi Persepsi .....	83
Gambar 4.14 Pola Hubungan Korupsi Komunikasi, Sosial Media dan Governmental Branding Noise pada Isu Utang Pemerintah .....	85

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Isu Populer Pada Topik Utang Pemerintah Tahun 2018 .....	2
Tabel 1.2 Data Isu Populer Topik Utang Pemerintah Tahun 2019 .....	3
Tabel 2.1 Perbedaan dengan Penelitian-Penelitian Sebelumnya .....	26
Tabel 3.1 Tiga Pendekatan dalam Analisis Konten Kualitatif .....	35
Tabel 3.2 Tabel Kodifikasi Cuitan Isu Utang Pemerintah .....	42
Tabel 3.3 Tabel Operasionalisasi Konsep .....	50