

## PENGARUH OPINI PUBLIK PADA AKUN INSTAGRAM @barengwarga TERHADAP CITRA PEMERINTAH MENAIKAN PPN 12%

Teuku Muhammad Gufran<sup>1</sup>, Hayu Lusianawati<sup>2</sup>

Universitas Sahid Jakarta

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Agustus 2025

Revised Agustus 2025

Accepted Agustus 2025

Available online Agustus 2025

#### Email:

[gufranteuku@gmail.com](mailto:gufranteuku@gmail.com)

[hayu\\_lusianawati@usahid.ac.id](mailto:hayu_lusianawati@usahid.ac.id)



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh opini publik yang muncul pada akun Instagram @barengwarga terhadap citra pemerintah dalam kebijakan menaikkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12%. Kenaikan tarif PPN yang direncanakan pemerintah pada tahun 2025 memicu berbagai reaksi dari masyarakat yang diekspresikan melalui media sosial, salah satunya Instagram. Akun @barengwarga dipilih sebagai objek penelitian karena aktif dalam menyuarakan kritik dan opini publik terkait isu sosial-politik, termasuk kebijakan kenaikan PPN. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori dan teknik pengumpulan data melalui survei menggunakan kuesioner terhadap 100 responden yang merupakan pengguna aktif Instagram dan berinteraksi dengan konten @barengwarga. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linear sederhana menggunakan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini publik pada akun Instagram @barengwarga berpengaruh signifikan terhadap citra pemerintah dalam kebijakan menaikkan PPN 12%. Temuan ini menegaskan bahwa opini yang terbentuk di media sosial dapat membentuk persepsi dan citra publik terhadap pemerintah. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk memperhatikan dinamika opini publik di media sosial dalam merancang strategi komunikasi kebijakan publik.

**Kata Kunci:** Opini publik, Instagram, @barengwarga, citra pemerintah, PPN 12%.

### Abstract

This study aims to determine the influence of public opinion expressed on the Instagram account @barengwarga on the government's image regarding the policy to increase the Value Added Tax (VAT) to 12%. The planned VAT hike in 2025 triggered various public responses, many of which were conveyed through social media, particularly Instagram. The @barengwarga account was selected as the research object due to its active role in voicing criticism and public opinion on social and political issues, including the VAT increase policy. This study uses a quantitative method with an explanatory approach and data collection through a survey using questionnaires distributed to 100 Instagram users who interacted with @barengwarga's posts. Data analysis was conducted using simple linear regression with the assistance of SPSS. The results show that public opinion on the @barengwarga Instagram account has a significant influence on the government's image regarding the 12% VAT policy. These findings confirm that public opinion formed on social media can shape public perception and the image of the government. Therefore, it is important for the government to pay attention to the dynamics of public opinion on social media when designing public policy communication strategies.

**Keywords:** public opinion, Instagram, @barengwarga, government image, VAT 12%.

## PENDAHULUAN

Pajak merupakan setoran yang sifatnya wajib dibayarkan kepada negara oleh warga negara sebagai wajib pajak tanpa adanya manfaat langsung, yang digunakan untuk kesejahteraan masyarakat dan keperluan negara. Dari sekian jenis pajak di Indonesia, terdapat pajak pertambahan nilai (PPN). PPN adalah pajak yang dipungut atas seluruh transaksi penjualan/pembelian yang dilakukan oleh wajib pajak baik orang pribadi maupun badan yang telah dikukuhkan sebagai pengusaha kenaikan pajak. Tahun 2025, pemerintah akan menaikkan tarif PPN dari 11% menjadi 12% (Putri, Stiemb, 2024) Kenaikan pajak pertambahan nilai (PPN) di Indonesia dari 10% menjadi 11% dan rencana lebih lanjut untuk mencapai 12% bertujuan meningkatkan pendapatan negara guna mengurangi defisit anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBN) yang semakin besar akibat pandemi COVID-19 (Aulia dkk, APPIHI, 2025) Namun, Adanya kenaikan tarif PPN 12% ini memicu beragam respon dan opini dari masyarakat. Opini tersebut mengandung beragam sentimen positif dan negatif serta argumen pro dan kontra. Dikarenakan kebijakan kenaikan tarif PPN 12% menimbulkan kekhawatiran di kalangan masyarakat, terutama bagi kelompok berpenghasilan rendah yang akan lebih merasakan dampaknya. Kenaikan harga barang dan jasa yang dikenakan PPN dapat menekankan daya beli masyarakat, mengingat sebagian besar kebutuhan sehari-hari melibatkan produk-produk konsumsi yang terkait pajak ini. Meskipun kebutuhan pokok seperti pangan, layanan kesehatan, pendidikan, dan sosial dikecualikan dari PPN, dampak pada barang sekunder dan tersier tetap signifikan, yang berpotensi memperlebar kesenjangan ekonomi. (Aulia, APPIHI, 2025)

Media sosial Instagram telah menjadi platform utama bagi masyarakat untuk menyampaikan opini, kritik, dan dukungan terhadap kebijakan pemerintah. Opini, kritik dan dukungan terhadap kebijakan pemerintah disampaikan melalui komentar pada akun-akun media sosial Instagram yang membahas tentang isu-isu sosial, dan politik seperti isu kenaikan PPN 12%.

Diantaranya:

1. @narasinewsromm dengan jumlah 1.340 komentar.
2. @kumparan dengan jumlah 94 komentar.
3. @Officialnews\_ dengan jumlah 82 komentar.
4. @pinterpolitik dengan jumlah 9 komentar.
5. @barengwarga dengan jumlah 129 komentar.

Salah satu platform yang kerap menjadi wadah diskusi terkait isu-isu kebijakan publik adalah akun Instagram **@BarengWarga**.

Akun ini secara aktif menyajikan konten yang berfokus pada informasi kebijakan, edukasi masyarakat, serta berbagai isu sosial, sehingga berhasil menarik minat dari berbagai kalangan. Komentar dan respons yang muncul di akun ini mencerminkan beragam opini publik terhadap kebijakan pemerintah termasuk kenaikan PPN 12%. Dinamika opini publik yang berkembang di akun Instagram @barengwarga dapat memengaruhi citra pemerintah, terutama dalam konteks kebijakan kenaikan PPN 12%. Berbagai unggahan dan komentar viral di media sosial sering kali membentuk persepsi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah. Jika opini publik yang berkembang bersifat negatif, maka dapat menurunkan citra pemerintah, menciptakan ketidakpercayaan, dan memicu kritik yang lebih luas.

Sebaliknya, jika opini yang terbentuk cenderung positif, kebijakan tersebut dapat diterima dengan lebih baik oleh masyarakat. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yakni, bagaimana pengaruh opini publik pada akun Instagram @barengwarga terhadap citra pemerintah karena kebijakan kenaikan PPN 12%. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh opini publik pada akun Instagram @barengwarga terhadap citra pemerintah dalam kebijakan kenaikan PPN 12%.



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penyelidikan empiris sistematis yang menggunakan Teknik statistik, matematika, atau komputasi untuk mengumpulkan dan menganalisis data numerik. Ini menekankan objektivitas, replikasi, dan penerapan metode statistik untuk menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan (Ardyan dkk, 2023). Untuk mengetahui bagaimana dan mengapa variabel Independen memengaruhi variabel dependen, maka penelitian ini masuk ke jenis penelitian eksplanatory (Ali dkk, JPIB, 2022).

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah survei. Survei digunakan dalam evaluasi untuk membuat pencanderaan secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap fakta-fakta serta sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Macam-macam metode penelitian kuantitatif seperti survei digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data informasi tentang populasi yang besar. Biasanya menggunakan sampel yang relatif lebih kecil. Macam-macam metode penelitian kuantitatif seperti survei digunakan untuk memecahkan masalah-masalah isu skala besar yang aktual dengan populasi sangat besar, sehingga diperlukan sampel ukuran besar (Abdullah dkk, 2022).

Sugiyono (dalam Juliani, 2024: 38) populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan di ukur, yang merupakan unit yang di teliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna akun Instagram, yang memberikan opini atau berinteraksi pada unggahan akun Instagram @barengwarga mengenai isu kenaikan PPN 12%. Sugiyono (dalam Juliani, 2024: 38) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pengguna akun Instagram yang memberikan opini atau interaksi pada unggahan akun Instagram @barengwarga mengenai isu kenaikan PPN 12% (Juliani, Teewan Jurnal, 2024).

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Purposive Sampling. Sugiyono (dalam Ani, 2021: 667) purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah dirumuskan terlebih dahulu (Ani dkk, Scribd, 2021).

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang telah dilakukan dengan cara memberikan beberapa macam pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Sugiyono (dalam Prawiyogi, 2021: 449) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Prawiyogi, Jurnal Basicedu, 2021).

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena tertentu di masyarakat. Bentuk skala ini adalah sangat senang (SS), senang (S), netral (N) tidak senang (TS) dan sangat tidak senang (STS). Bentuk lain adalah sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N) tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Terdapat juga pilihan jawaban untuk skala ini adalah selalu, sering, kadang kadang, jarang, tidak pernah. Skor untuk skala ini sesuai dengan jumlah pilihan jawaban. Pilihan jawaban diatas diberi skor 1(STS atau tidak pernah) sampai dengan 5 (SS atau selalu) (Abdullah dkk, 2022).

Adapun langkah-langkah untuk menguji instrumen penelitian ini diantaranya:

### A. Uji Validitas

Uji ini diperlukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan sudah memadai atau belum. Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-

pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner (Janna, OSF, 2021).

## B. Uji Reliabilitas

Notoatmodjo (dalam Widi, 2011: 31), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. (Widi, Jurnal Kedokteran Gigi, 2011).

Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu, Variabel Independen (X) dan Variabel Dependen (Y) yakni:

### a. Variabel Independen (X)

Sugiyono (dalam Hayati, 2023: 50), Variabel Independen adalah variabel yang memengaruhi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen.

### b. Variabel Dependen (Y)

Sugiyono (dalam Hayati, 2023: 50) Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya independen (Hayati dan Saputra, Mandala Nursa, 2023).

Adapun tahapan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Tahap Pendahuluan

Pada tahap ini penulis akan mencari informasi seputar permasalahan atau fenomena yang terjadi di kalangan para pengguna akun Instagram yang berinteraksi pada unggahan akun Instagram @barengwarga mengenai isu kenaikan PPN 12%.

### b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini penulis akan menyebarkan kuesioner untuk pengumpulan data mengenai Pengaruh Opini Publik Pada Akun Instagram @barengwarga Terhadap Citra Pemerintah Menaikan PPN 12%.

### c. Tahap Akhir

Pada tahap terakhir penulis akan menganalisis dan menyusun laporan dan pada tahap ini penulis akan menggunakan perhitungan statistik untuk menghitung hasil angket mengenai permasalahan atau fenomena yang diangkat dalam penelitian ini.

Untuk teknik analisis data penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Pengolahan data, Setelah semua data dalam kuesioner dikumpulkan, data dianalisa dengan menggunakan teknik analisa kuantitatif, dalam pengolahan data dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

### a. *Editing* (Pengeditan)

*Editing* adalah suatu kegiatan untuk pengecekan dan perbaikan isian formulir atau kuesioner. Kuesioner yang diisi melalui kuesioner online/gform oleh responden akan diperiksa kelengkapan pengisiannya oleh penulis terutama identitas responden beserta jawaban yang diberikan.

### b. *Coding*

Pada langkah ini penulis melakukan pemberian kode pada variabel-variabel yang diteliti, misalnya nama responden menjadi nomor.

### c. *Entry*

Data entry yakni jawaban-jawaban dari masing-masing responden yang masih dalam bentuk "kode" (angka atau huruf) dimasukkan kedalam program komputer yang digunakan peneliti yaitu program komputer.

### d. *Data Processing*

Semua data yang telah di input kedalam aplikasi komputer akan diolah sesuai dengan

kebutuhan dari penelitian (Juliani, Teewan Journal, 2022).

## 2. Analisis data

Analisis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah Regresi Linear. Analisis regresi linear dilakukan jika antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab-akibat) atau hubungan fungsional. Mustikoweni dalam buku Teknik Praktis Riset Komunikasi menjelaskan, regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi persamaan. Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang dua variabel tersebut. (Kriyanto, 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden, guna untuk menguji pengaruh citra pemerintah menaikkan PPN 12%. Pengolahan data menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana serta analisis korelasi, dengan tujuan menguji hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Responden	%
Laki-laki	52	52%
Perempuan	48	48%

Dari perolehan data, 52 dari 100 responden terdapat laki-laki, sedangkan 48 dari 100 responden terdapat perempuan. Hal ini menunjukn bahwa responden laki-laki sedikit lebih dominan daripada responden perempuan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Penyataan	Person Correlation r (hitung)	R tabel	Keterangan
Opini Publik Pada Akun Instagram @barengwarga	X1	0,438	0,268	Valid
	X2	0,601	0,268	Valid
	X3	0,654	0,268	Valid
	X4	0,586	0,268	Valid
	X5	0,744	0,268	Valid
	X6	0,748	0,268	Valid
	X7	0,747	0,268	Valid
	X8	0,672	0,268	Valid
	X9	0,556	0,268	Valid
	X10	0,780	0,268	Valid
	X11	0,660	0,268	Valid
	X12	0,677	0,268	Valid
	X13	0,797	0,268	Valid
	X14	0,678	0,268	Valid
	X15	0,799	0,268	Valid
	X16	0,714	0,268	Valid
	X17	0,743	0,268	Valid
	X18	0,732	0,268	Valid
	Y1	0,559	0,268	Valid

Citra Pemerintah Menaikan PPN 12%	Y2	0,406	0,268	Valid
	Y3	0,591	0,268	Valid
	Y4	0,503	0,268	Valid
	Y5	0,531	0,268	Valid
	Y6	0,464	0,268	Valid
	Y7	0,526	0,268	Valid
	Y8	0,493	0,268	Valid
	Y9	0,346	0,268	Valid
	Y10	0,396	0,268	Valid
	Y11	0,575	0,268	Valid
	Y12	0,563	0,268	Valid

Berdasarkan pada tabel 2., pengujian validitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS dengan metode Korelasi Pearson Product Moment. Hasil korelasi tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai  $r$  Tabel yang ditentukan berdasarkan jumlah responden sebanyak 54 orang dan taraf signifikansi sebesar 5% yaitu 0,268. Maka, item kuesioner dinyatakan valid jika  $r$  Hitung  $>$   $r$  Tabel.

Berdasarkan hasil analisis, seluruh item kuesioner menunjukkan nilai  $r$  Hitung yang melebihi  $r$  Tabel, termasuk item kuesioner nomor 27 yang memiliki nilai  $r$  Hitung paling rendah diantara semua item kuesioner. Nilai tersebut tetap memenuhi kriteria validitas sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Opini Publik Pada Akun Instagram @barengwarga (X)	18	0,930	Sangat Realibel
Citra Pemerintah Menaikan PPN 12% (Y)	12	0,718	Realibel

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel 3., diperoleh nilai Cronbach's Alpha pada item kuesioner variabel X sebesar 0,930 sedangkan, item kuesioner variabel Y sebesar 0,718. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai instrumen variabel X dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi sedangkan, nilai instrumen variabel Y dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi. Oleh karena itu, kedua nilai instrumen variabel X dan Y nilainya melebihi ambang batas 0,60 sehingga kuesioner dinyatakan reliabel. Artinya kuesioner dapat dipercaya untuk dijadikan ukuran konstruk-konstruk dalam penelitian secara konsisten

Tabel 4. Usia Responden

Usia Responden	Responden	%
< 18 Tahun	5	5%
18-24 Tahun	83	83%
25-34 Tahun	12	12%
35 >	0	0%

Dari tabel 1. terlihat bahwa jumlah responden yang paling banyak berusia 18-24 tahun yaitu 83%, sedangkan yang berusia 25-34 tahun yaitu 12%, dan yang berusia < 18 tahun 5%, sedangkan yang berusia 35 > tahun 0%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa rata-rata usia responden paling banyak berumur diantara 18-24 Tahun.

Tabel 5. Frekuensi menggunakan media sosial instagram

Frekuensi	Responden	%
Setiap Hari	85	85%
Beberapa Kali Seminggu	13	13%
Beberapa Kali Sebulan	0	0%
Jarang	0	0%
Tidak Pernah	0	0%

Berdasarkan tabel 2. apat dilihat bahwa frekuensi responden menggunakan media sosial Instagram setiap hari 85%, sedangkan yang beberapa kali seminggu yakni 13 %. Selebihnya beberapa kali sebulan 0%, Jarang 0%, tidak pernah 0%. Hasil ini menunjukkan bahwa frekuensi responden menggunakan Instagram paling banyak yang setiap hari.

Tabel 6. Hasil Penelitian Variabel X

Opini Publik Pada Akun Instagram @barengwarga	Responden	%
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Tidak Setuju (TS)	3	3%
Netral (N)	13	13%
Setuju (S)	49	49%
Sangat Setuju (SS)	33	33%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan hasil penelitian mengenai pengaruh opini publik pada akun @barengwarga jumlah keseluruhan terbesar diperoleh skor 49% (49 responden). Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyampaikan opini mereka melalui komentar pada akun Instagram @barengwarga, yang berkaitan dengan isu kenaikan PPN 12% adalah setuju/baik, sesuai dengan indikator opini publik seperti isu, masyarakat yang memiliki keterkaitan dan kepentingan, kompleksitas preferensi, ekspresi, sejumlah orang yang mem bahas nya.

Tabel 7. Citra Pemerintah Menaikan PPN 12%

Citra Pemerintah Menaikan PPN 12%	Responden	%
Sangat Tidak Baik (STB)	1	1%
Tidak Baik (TB)	2	2%
Cukup Baik (CB)	23	23%
Baik (B)	62	62%
Sangat Baik (SB)	12	12%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4. menunjukkan hasil penelitian mengenai citra pemerintah menaikan PPN 12%, jumlah keseluruhan terbesar diperoleh skor 62% (62 responden). Dengan demikian, hasil tersebut menunjukkan bahwa citra pemerintah dalam kebijakan menaikkan PPN 12% dinilai **baik** oleh mayoritas responden, dan penilaian ini dipengaruhi oleh indikator persepsi, kognisi, afeksi, dan motivasi.

Tabel 8. Koefisien Korelasi dan Determinasi Antar Variabel X dan Y  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 <sup>a</sup>	.558	.554	4.783

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Opini Publik

Koefisien korelasi (R) ini digunakan untuk mengukur kuatnya hubungan antar variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Sedangkan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau untuk mengukur seberapa berpengaruh variabel X terhadap Y (Mandey, Unsrat, 2023).

Berdasarkan tabel 8., hasil uji Koefisien Korelasi dan Determinasi Antar Variabel X dan Y menjelaskan bahwa nilai R = 0,747 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara opini publik (X) dan citra pemerintah (Y). Artinya, semakin tinggi opini publik yang positif, maka semakin tinggi pula citra pemerintah yang terbentuk di masyarakat. Nilai R Square = 0,558 berarti bahwa 55,8% variasi dalam citra pemerintah dapat dijelaskan oleh opini publik, sedangkan sisanya 44,2% dijelaskan oleh faktor lain. Nilai Adjusted R Square = 0,554 digunakan untuk menyesuaikan R<sup>2</sup> berdasarkan jumlah variabel dan sampel. Perbedaan yang kecil menunjukkan bahwa model stabil.

Tabel 9. Uji Signifikansi/Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2832.294	1	2832.294	123.827	.000 <sup>b</sup>
Residual	2241.546	98	22.873		
Total	5073.840	99			

a. Dependent Variable: Citra Pemerintah

b. Predictors: (Constant), Opini Publik

Berdasarkan tabel 9. hasil ANOVA yang ditunjuka pada tabel, diperoleh nilai F hitung sebesar 123,827 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian in signifikan secara statistik. Artinya, secara simultan atau bersama-sama, variabel opini publik (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel citra pemerintah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan layak untuk digunakan dalam menguji pengaruh antara kedua variabel.

Tabel 10. Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.687	2.939		4.316	.000
Opini Publik	.449	.040	.747	11.128	.000

a. Dependent Variable: Citra Pemerintah

Berdasarkan tabel 10., diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 12,687, yang menunjukkan bahwa jika tidak terdapat pengaruh dari opini publik ( $X = 0$ ), maka nilai citra pemerintah (Y) berada pada angka 12,687. Nilai ini merupakan nilai dasar dari citra pemerintah tanpa mempertimbangkan pengaruh opini publik. Koefisien regresi (b) untuk variabel opini publik adalah sebesar 0,449. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada opini publik akan meningkatkan nilai citra pemerintah sebesar 0,449 satuan. Nilai positif ini menunjukkan bahwa hubungan antara opini publik dan citra pemerintah bersifat positif: semakin positif opini publik, maka semakin baik citra pemerintah yang terbentuk di masyarakat. Selanjutnya, berdasarkan uji t diperoleh nilai t hitung = 11,128, sedangkan t tabel pada derajat kebebasan (df) 98 dan tingkat signifikansi 5% adalah sebesar 1,984. Karena t hitung > t tabel dan nilai signifikansi (Sig.) = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel opini publik berpengaruh secara signifikan terhadap citra pemerintah.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 12,687 + 0,449X$$

Dengan:

Y = Citra Pemerintah

X = Opini Publik

12,687 = konstanta

0,449 = koefisien regresi variabel X

Persamaan ini menjelaskan bahwa opini publik yang berkembang di media sosial, khususnya pada akun Instagram @barengwarga, memiliki peran penting dalam membentuk citra pemerintah. Semakin tinggi tingkat partisipasi dan persepsi positif publik terhadap isu kebijakan kenaikan PPN 12%, maka semakin baik pula citra pemerintah di mata masyarakat.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Opini Publik Pada Akun Instagram @Barengwarga Terhadap Citra Pemerintah Menaikan PPN 12%” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian mengenai pengaruh opini publik pada akun instagram @barengwarga jumlah keseluruhan terbesar diperoleh skor 49% (49 responden) Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menyampaikan opini mereka melalui komentar pada akun Instagram @barengwarga, yang berkaitan dengan isu kenaikan PPN 12% adalah **setuju/baik**, sesuai dengan indikator opini publik seperti isu, masyarakat yang memiliki keterkaitan dan kepentingan, kompleksitas preferensi, ekspresi, sejumlah orang yang mem bahas nya.
2. Dari hasil penelitian mengenai citra pemerintah menaikkan PPN 12% jumlah keseluruhan terbesar diperoleh skor 62% (62 responden). Dengan demikian, hasil tersebut menunjukkan bahwa citra pemerintah dalam kebijakan menaikkan PPN 12% dinilai “**baik**” oleh mayoritas responden, dan penilaian ini dipengaruhi oleh indikatornya persepsi, kognisi, afeksi, dan motivasi.
3. Berdasarkan uji korelasi antara variabel **Opini Publik Pada Akun Instagram @Barengwarga (X)** dengan **Citra Pemerintah Menaikan PPN 12%** dengan menggunakan hasil olahan statistik yaitu SPSS windows menunjukkan nilai  $R = 0,747$  yang berarti terdapat hubungan yang kuat dan positif antara opini publik dan citra pemerintah. Artinya, semakin tinggi opini publik yang positif, maka semakin tinggi pula citra pemerintah yang terbentuk di masyarakat. Nilai  $R^2 = 0,558$  berarti bahwa 55,8% variasi dalam citra pemerintah dapat dijelaskan oleh opini publik, sedangkan sisanya 44,2% dijelaskan oleh faktor lain.
4. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 123,827 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini signifikan secara statistik. Artinya, secara simultan atau bersama-sama, variabel opini publik (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel citra pemerintah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan layak untuk digunakan dalam menguji pengaruh antara kedua variabel.
5. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, dapat disimpulkan bahwa variabel Opini Publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Pemerintah. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,449, yang berarti setiap peningkatan satu satuan opini publik akan meningkatkan citra pemerintah sebesar 0,449 satuan. Selain itu, hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 11,128 > t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga pengaruh tersebut terbukti signifikan secara statistik.

Dengan demikian, opini publik, khususnya yang berkembang di media sosial seperti akun Instagram @barengwarga, memiliki peran penting dalam membentuk citra pemerintah. Semakin positif opini yang disampaikan oleh publik terkait isu kebijakan kenaikan PPN 12%, maka semakin baik pula citra pemerintah di mata masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., dkk. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Ali, M. M., dkk. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif dan penerapannya dalam penelitian. *Jurnal Penelitian Kuantitatif*, 2(2), 2.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce Tokopedia di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 667.



- Ardyan, E., dkk. (2023). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif (Pendekatan kualitatif dan kuantitatif di berbagai bidang)* (Cet. ke-1). Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Aulia, A., dkk. (2025). Dampak kenaikan PPN 12% terhadap pendapatan negara dan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 2(1), 193.
- Hayati, S., & Saputra, L. A. (2023). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening pada CV. Jaya Anugrah. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 50.
- Janna, N. M. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*.
- Juliani, W. R. (2024). *Pengaruh edukasi digital terhadap tingkat pengetahuan anemia pada remaja putri di SMA Unggul Cut Nyak Dhien Langsa* (Skripsi, Universitas Sains Cut Nyak Dhien).
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi* (Cet. ke-7). Jakarta: Kencana.
- Prawiyogi, A. G., dkk. (2021). Penggunaan media Big Book untuk menumbuhkan minat baca siswa di sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 5(1), 449.
- Putri, I. M. (2024). Kenaikan PPN 12% dan dampaknya terhadap ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 8(2), 934.
- Reissela, A. S., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Lazada di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(3), 6.
- Widi, R. (2011). Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian epidemiologi kedokteran gigi. *Jurnal Kedokteran Gigi Universitas Jember*, 8(1), 31.