Dengarkan.id

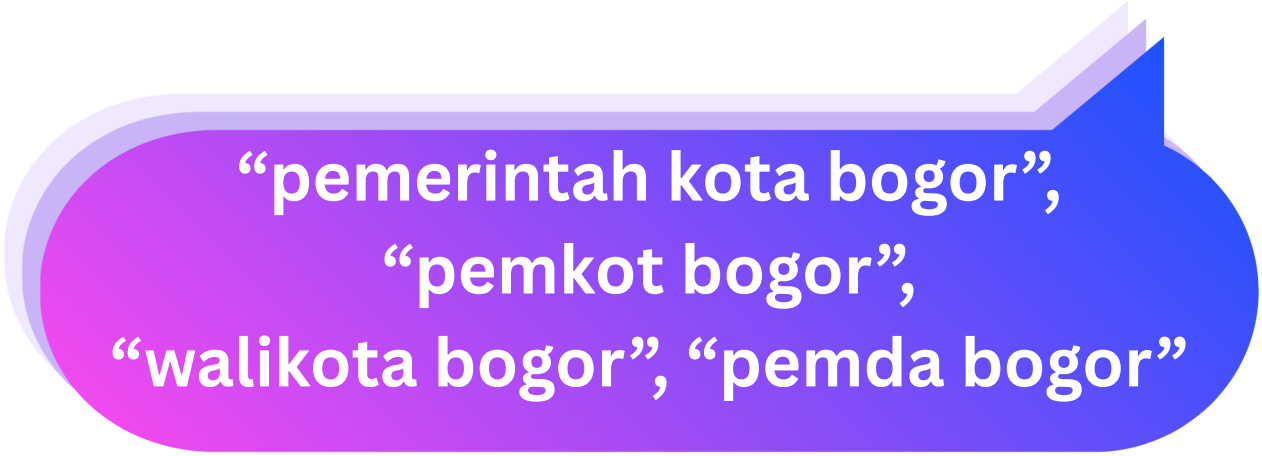
INSIGHT

BOGOR

PERIODE 1 JUNI - 23 JULI 2026

Bagaimana DENGARKAN Memetakan Isu

DENGARKAN menggunakan analisa big data untuk mendapatkan message dengan keywords

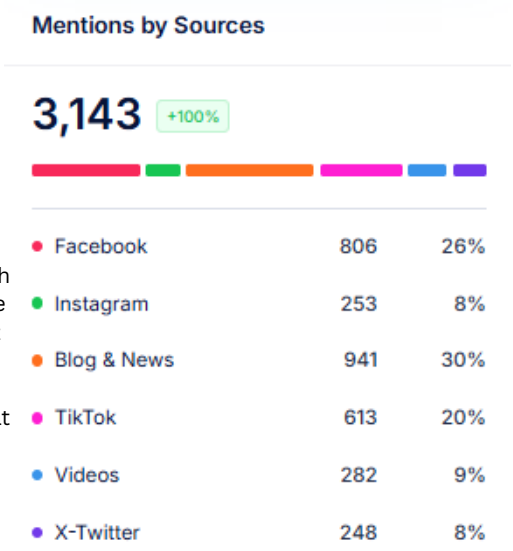


Agar data relevan, mesin kami menggunakan filter kata kunci berlapis. Lapisan pertama menangkap isu makro 'Pemkot Bogor'. Lapisan kedua memisahkan percakapan yang secara spesifik menyebut pimpinan daerah (Wali Kota & Wakil Wali Kota). Lapisan ketiga secara otomatis mendistribusikan aduan atau apresiasi warga ke dinas terkait, seperti memisahkan keluhan jalan ke PUPR atau urusan sampah ke Dinas Lingkungan Hidup.
Insight yang disajikan DENGARKAN merupakan tarikan data pada periode 1 Juni - 23 Juli 2026.

“Kami tidak hanya memantau berita resmi pemerintah, tetapi juga 'mendengarkan' apa yang dibicarakan warga di media sosial. Dari total 3.143 data yang masuk, kami membaginya ke dalam sumber pemberitaan formal seperti Portal Berita/Blog (941 sebutan) dan keluhan/opini warga di media sosial seperti TikTok (613 sebutan), Instagram (253 sebutan), hingga X/Twitter (248 sebutan)."

"Mesin kami menghitung seberapa besar 'ledakan' sebuah isu. Sebuah keluhan mungkin hanya diposting oleh satu orang, tetapi jika jangkauannya mencapai jutaan pengguna dengan interaksi yang masif, itu adalah krisis yang terdeteksi lebih awal."

Lanskap Suara Netizen

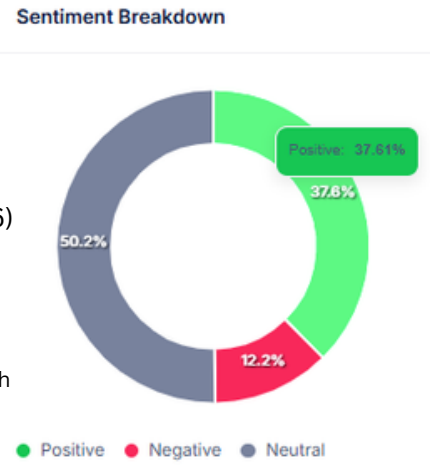


Analisis Sebaran Platform Percakapan Kota Bogor

Berdasarkan pemantauan Dengarkan.id, persebaran wacana publik terkait Kota Bogor menghasilkan 3.143 sebutan (mentions) dengan lonjakan aktivitas yang signifikan (+100%). Distribusi platform ini memperlihatkan pola komunikasi publik yang menarik untuk dicermati:

- **Dominasi Kanal Formal (Blog & News - 30%):** Dengan 941 sebutan, portal berita dan blog menjadi penyumbang eksposur terbesar. Hal ini mengindikasikan bahwa narasi makro Kota Bogor masih disetir kuat oleh publikasi media arus utama, rilis kebijakan pemerintah, serta jurnalisme lokal. Citra Pemkot di kanal ini cenderung lebih terstruktur dan bersifat komunikasi satu arah.
- **Kekuatan Basis Komunitas (Facebook - 26%):** Tingginya angka percakapan di Facebook (806 sebutan) menunjukkan bahwa masyarakat Bogor masih sangat aktif berdiskusi di grup-grup komunitas lokal atau halaman publik. Facebook menjadi wadah utama bagi warga (terutama demografi usia dewasa) untuk berbagi informasi akar rumput, opini, hingga keluhan sehari-hari.
- **Signifikansi Konten Viral (TikTok - 20%):** TikTok menyumbang 613 sebutan, angka yang cukup besar untuk platform berbasis video pendek. Hal ini menjadi sinyal penting bahwa warga Bogor semakin gemar mendokumentasikan kondisi kota secara visual (misalnya keluhan jalan rusak, tumpukan sampah, atau justru inovasi ruang publik). TikTok berpotensi menjadi titik mula krisis jika tidak dipantau secara berkala.
- **Platform Pelengkap (YouTube, Instagram, X-Twitter - 25% Gabungan):** Meskipun persentasenya masing-masing di bawah 10%, platform seperti X-Twitter (8%) dan Instagram (8%) tetap memegang peran krusial sebagai ruang eskalasi protes (Twitter) maupun visualisasi gaya hidup dan apresiasi estetika kota (Instagram).

Barometer Sentimen



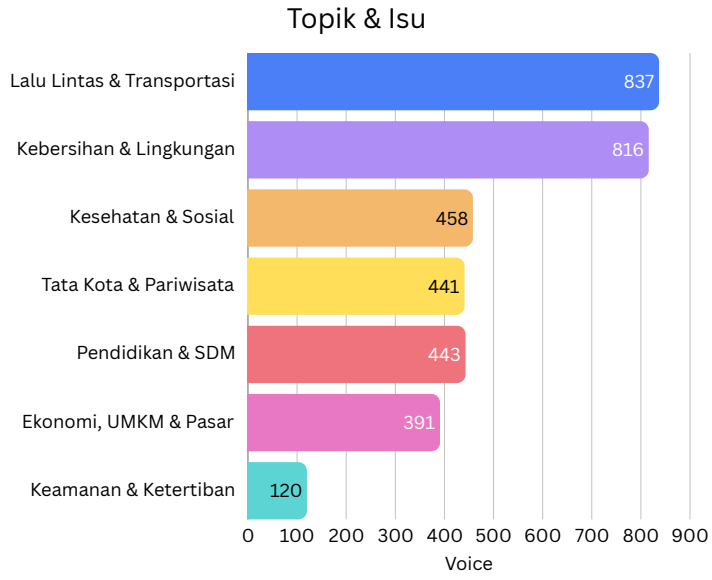
Analisis Sentimen dan Distribusi Platform (Periode 1 - 23 Juli 2026)

1. Makro Sentimen: Kondusif dan Terkendali
persepsi publik terhadap Kota Bogor berada pada level yang sangat kondusif. Sentimen didominasi oleh perbincangan Netral (50,6%) dan Positif (37,61%). Sentimen Negatif (12,2%) berada pada porsi yang relatif kecil. Fakta bahwa 87,8% perbincangan bersifat non-negatif menunjukkan bahwa program kerja pemerintah dan komunikasi publik berjalan dengan stabil, tanpa ada krisis reputasi yang bersifat sistemik atau berskala masif selama periode ini.
2. Anatomi Sentimen Berdasarkan Platform (Kanal Distribusi)
berdasarkan platform, sentimen masyarakat memiliki karakteristik yang sangat berbeda di setiap salurannya:

- **News (Portal Berita) sebagai Katalis Netral:** Lonjakan sentimen "Netral" (mencapai lebih dari 640 sebutan) secara absolut didorong oleh portal berita. Hal ini sangat wajar karena jurnalisme bekerja berdasarkan pelaporan fakta (informatif). Ini membuktikan bahwa mesin kehumasan Pemkot Bogor berhasil mendistribusikan agenda/rilis resmi secara konsisten ke media arus utama.
- **Instagram & Facebook sebagai Lumbung Positif:** Grafik menunjukkan porsi warna hijau (Positif) yang sangat dominan di Instagram dan Facebook. Instagram menjadi ruang aman (safe space) yang ideal untuk mempublikasikan estetika kota, capaian inovasi, dan gaya hidup warga yang memicu apresiasi. Sementara itu, diskusi di grup Facebook terbukti konstruktif dan suportif.
- **TikTok, YouTube, & Twitter sebagai Kanal Kritis (Radar Krisis):** Meski TikTok memiliki sentimen positif yang tinggi, platform ini (bersama YouTube dan X/Twitter) memiliki blok sentimen Negatif (merah) yang paling terlihat proporsinya dibandingkan platform lain. Kanal-kanal berbasis video dan micro-blogging ini sering digunakan warga sebagai ruang eskalasi protes, pelaporan langsung dari lapangan (seperti jalan rusak atau kemacetan), dan opini kritis.



Fokus Perhatian Publik saat ini





link



link

Berdasarkan penarikan data DENGARKAN.ID (total 3.143 sebutan/mentions), percakapan terkait Bogor dapat dipetakan ke dalam beberapa isu utama.
Berikut adalah rincian isu-isu dominan yang paling banyak dibicarakan oleh masyarakat dan diberitakan oleh media selama periode tersebut:

Lalu Lintas & Transportasi

Isu seputar mobilitas warga dan infrastruktur jalan menjadi topik yang paling disoroti.

- **Konteks Isu:** Percakapan didominasi oleh sorotan terhadap Angkot tua yang masih beroperasi padahal sudah ditandai oleh Dishub, keluhan terkait fasilitas Halte Biskita di Pajajaran yang terbengkalai (bahkan dijadikan tempat buang air), serta keluhan kemacetan atau kondisi jalan.
- **OPD Terkait:** Dinas Perhubungan (Dishub) dan Dinas PUPR.

Kebersihan & Lingkungan

Isu lingkungan menempati urutan kedua teratas dengan volume yang sangat masif, dipicu oleh agenda pemerintah dan viralitas warga.

- Konteks Isu: Fokus utamanya ada pada permasalahan sampah. Terdapat percakapan positif terkait inisiatif Pemkot (Dedie Rachim) dalam mendorong solusi mendasar jutaan ton deposit sampah lewat PSEL (Pengolahan Sampah menjadi Energi Listrik). Namun di sisi lain, muncul sentimen negatif dari warga terkait tumpukan sampah plastik di Alun-alun Kabupaten Bogor usai acara nobar final Piala Dunia.
- OPD Terkait: Dinas Lingkungan Hidup (DLH).

Kesehatan & Sosial

- Konteks Isu: Meliputi ketersediaan layanan rumah sakit di Bogor, informasi kesehatan publik, hingga bantuan sosial.
- OPD Terkait: Dinas Kesehatan (Dinkes) dan Dinas Sosial.

Tata Kota & Pariwisata

Konteks Isu: Perbincangan berfokus pada ruang terbuka publik dan konservasi. Isu yang cukup menonjol adalah kesuksesan modernisasi Kebun Raya oleh pihak swasta dan BRIN yang tetap menjaga fungsi konservasi (sentimen positif). Di sisi lain, masyarakat juga menyoroti penggunaan fasilitas publik atau perombakan kawasan.

Pendidikan & SDM

Isu pendidikan mendulang sentimen yang sangat positif selama periode ini.

- Konteks Isu: Berkisar dari agenda PPDB, orientasi/pengarahan teknis PPPK, peluncuran forum "Bogor SMART Corpu" oleh BKPSDM, hingga pelatihan multimedia bagi ratusan anggota Karang Taruna Bogor.
- OPD Terkait: Dinas Pendidikan (Disdik) dan BKPSDM.

Ekonomi, UMKM & Pasar

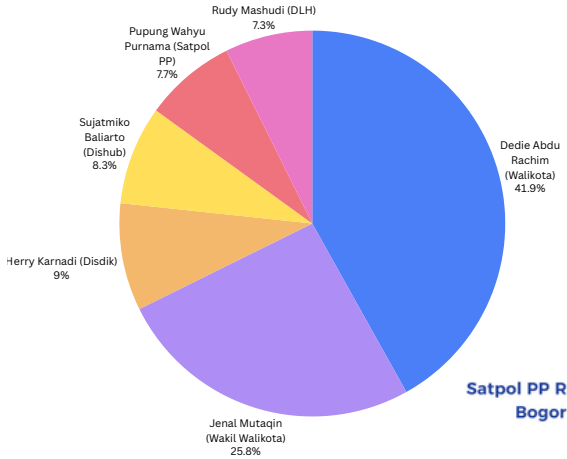
- Konteks Isu: Aktivitas usaha kecil menengah dan ekonomi kerakyatan. Disorot dari agenda peringatan Hari Koperasi ke-79 yang mengajak UMKM, hingga konten viral yang bersifat organik (seperti pedagang ketoprak yang laris di RS Marzuki Mahdi berkat atraksi uniknya).
- OPD Terkait: Dinas Koperasi dan UKM.

Keamanan & Ketertiban

Meski volumenya paling sedikit di antara pilar lainnya, isu ini menyumbang sentimen negatif yang tajam dan perlu mitigasi krisis.

- Konteks Isu: Didominasi oleh berita kriminal dan ketertiban sosial, seperti informasi simpang siur mengenai perampokan di Citeureup, penangkapan begal sadis, hingga aksi sweeping (penertiban sepihak) oleh remaja terhadap waria di kawasan Pasar Anyar yang akhirnya direspons langsung oleh Wali Kota.
- OPD Terkait: Satpol PP dan institusi Kepolisian.

Peta Atribusi Tokoh





link



link



link

Berdasarkan data yang ditarik dari mesin DENGARKAN.ID (periode 1 Juni - 23 Juli 2026), figur pimpinan daerah mendominasi secara absolut dibandingkan dengan jajaran Organisasi Perangkat Daerah (OPD).

1. **Wali Kota Bogor (Dedie A. Rachim)** Total Perbincangan: 354 Mentions
   - Sentimen: 164 Positif, 183 Netral, 7 Negatif.
   - Analisa: Wali Kota menjadi magnet utama perbincangan. Sentimen positif didorong oleh inisiatif besarnya, seperti presentasi "Master Plan Bogor 2045" dan keberaniannya merespons langsung keresahan warga (seperti dalam kasus sweeping di Pasar Anyar dan isu PSEL sampah).

2. **Wakil Wali Kota Bogor (Jenal Mutaqin)** Total Perbincangan: 218 Mentions
   - Sentimen: 109 Positif, 105 Netral, 4 Negatif.
   - Analisa: Wakil Wali Kota juga memiliki porsi eksposur yang sangat masif dengan reputasi yang amat terjaga (sentimen negatif di bawah 2%). Publik banyak mengatribusikan program-program kolaboratif langsung kepada figur kepemimpinannya.

3. **Dinas Pendidikan (Disdik) - Herry Karnadi** Total Perbincangan: 76 Mentions
   - Sentimen: 70 Positif, 6 Netral, 0 Negatif.
   - Analisa: Disdik adalah OPD paling populer dengan kinerja komunikasi paling prima (Nihil sentimen negatif). Perbincangan didorong oleh pelaksanaan program pendidikan (PPDB, orientasi) yang diapresiasi warga.

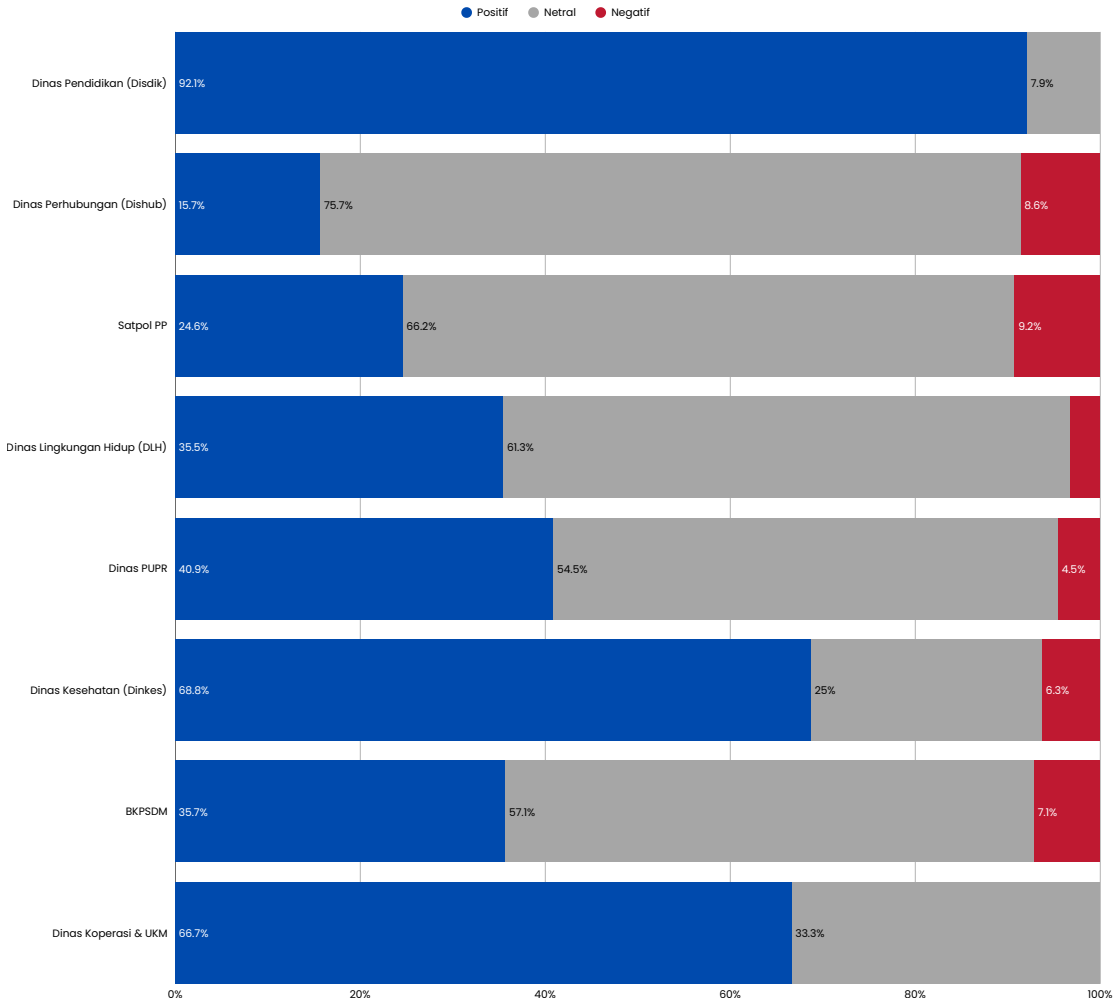
4. **Dinas Perhubungan (Dishub) - Sujatmiko Baliarto** Total Perbincangan: 70 Mentions
   - Sentimen: 11 Positif, 53 Netral, 6 Negatif.
   - Analisa: Eksposur tinggi Dishub sayangnya diikuti oleh sorotan kritis warga. Topik utamanya adalah penertiban angkot tua yang "masih bandel" beroperasi dan halte Biskita yang terbengkalai.

5. **Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) - Pupung Wahyu Purnama** Total Perbincangan: 65 Mentions
   - Sentimen: 16 Positif, 43 Netral, 6 Negatif.
   - Analisa: Menjadi OPD yang paling sering di-'tag' warga terkait isu keamanan, ketertiban (Kamtibmas), dan aksi sweeping (razia).

6. **Dinas Lingkungan Hidup (DLH) - Rudy Mashudi** Total Perbincangan: 62 Mentions
   - Sentimen: 22 Positif, 38 Netral, 2 Negatif.
   - Analisa: Menjadi garda depan urusan tata kebersihan, DLH cukup disorot terkait isu tumpukan deposit sampah kota, serta sampah peninggalan acara nobar warga.

Masyarakat Bogor menerapkan pola "Atribusi Pimpinan" (lebih sering memanggil nama Wali Kota/Wakil secara personal daripada nama dinas) untuk membicarakan arah kota. Namun, untuk keluhan teknis di lapangan, warga langsung menargetkan 3 OPD teknis utama: Dishub (lalu lintas), Satpol PP (ketertiban), dan DLH (sampah).

Rapor Persepsi Jajaran OPD: Distribusi Kepercayaan Warga



1. Peraih Sentimen Positif Tertinggi (Disdik & Dinkes)

- Dinas Pendidikan tampil sebagai OPD dengan performa reputasi paling cemerlang. Dari 76 perbincangan, 92,1% di antaranya bersentimen positif dan nihil sentimen negatif. Hal ini didorong kuat oleh kesuksesan program bantuan siswa, pelaksanaan PPDB, dan Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah (MPLS) yang mendapat apresiasi luas.
- Dinas Kesehatan menyusul dengan porsi positif yang tinggi (68,7%) berkat komunikasi yang baik terkait layanan fasilitas kesehatan dan penurunan stunting.

2. OPD Paling Disorot Kritis (Dishub & Satpol PP)

- Meskipun volume netralnya sangat tinggi (berasal dari pemberitaan media), Satpol PP dan Dishub menyumbang angka sentimen negatif tertinggi secara persentase (sekitar 8-9%).
- Karakteristik pekerjaan kedua instansi ini yang bersinggungan langsung dengan penertiban masyarakat (seperti razia/ sweeping oleh warga yang menyeret nama Satpol PP, masalah angkot, dan kemacetan jalan) membuat mereka rentan menjadi sasaran keluhan (complaint center) warga.

3. Dominasi Sentimen Netral (DLH)

- Dinas Lingkungan Hidup memiliki porsi sentimen Netral yang sangat dominan (61,3%). Hal ini menunjukkan bahwa isu lingkungan, terutama terkait pengelolaan dan penyelesaian deposit sampah kota (seperti proyek PSEL), lebih banyak didistribusikan sebagai berita informatif di portal berita arus utama (News dan Blog) daripada menjadi perdebatan emosional warga di media sosial.

Kristalisasi Percakapan (Word Cloud)



Word Cloud Perbincangan Kota Bogor

Berdasarkan ekstraksi kata terbanyak (Word Cloud) dari total perbincangan publik, kita dapat memetakan fokus perhatian masyarakat (Top of Mind) terhadap Kota Bogor ke dalam beberapa temuan strategis:

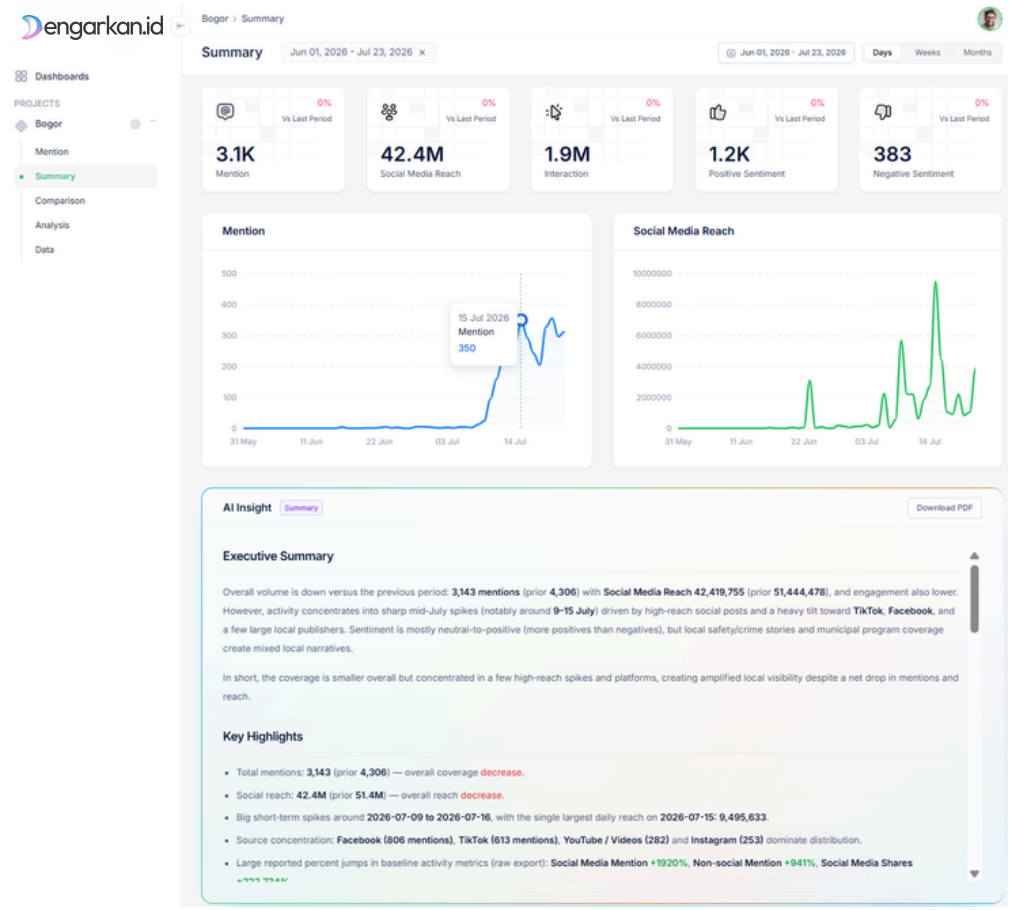
1. Pemetaan Isu Kunci Melalui Kata Benda Kategorial Di luar kata sambung dominan (seperti yang, dan, di, dengan), terdapat kemunculan kata-kata spesifik yang merepresentasikan pilar kinerja pemerintah. Kata seperti "pendidikan", "kesehatan", "pembangunan", "lingkungan", "sampah", "jalan", dan "bersih" muncul secara signifikan. Hal ini memvalidasi data matriks isu sebelumnya, di mana infrastruktur (jalan/pembangunan), kebersihan kota (sampah/lingkungan), serta layanan dasar (pendidikan/sekolah) menjadi topik yang paling banyak menyita perhatian warga.

2. Atribusi Kuat pada Figur dan Institusi Kemunculan kata "pemerintah", "dinas", "wali", dan nama "dedie" berukuran cukup besar membuktikan bahwa masyarakat Bogor memiliki kecenderungan atribusi langsung kepada figur pemimpin dan instansi teknis. Warga secara aktif menautkan nama Wali Kota Dedie Rachim atau instansi terkait baik saat memberikan apresiasi maupun saat menyampaikan aduan pelayanan. Kata "masyarakat" dan "warga" yang berdampingan menunjukkan tingginya interaksi dua arah antara pemerintah dan warganya.

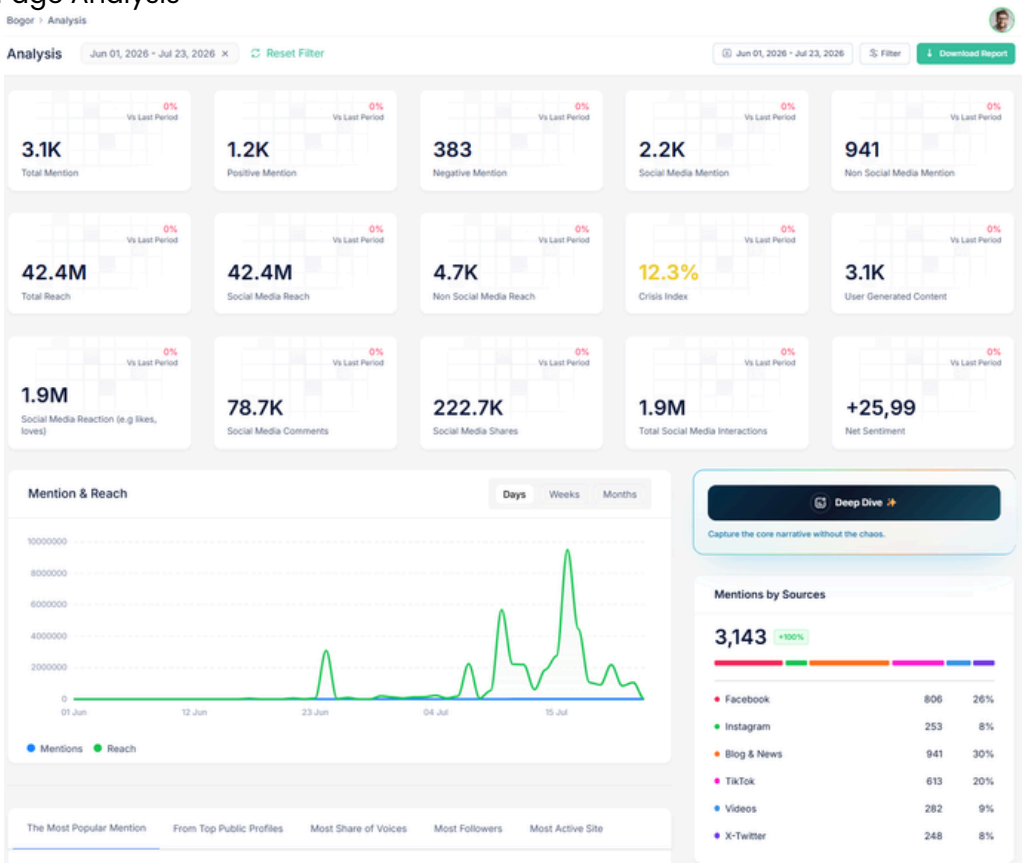
3. Afirmasi Sentimen Positif pada Entitas Utama Berdasarkan tooltip data pada gambar, kata inti "bogor" secara spesifik memiliki kontribusi sentimen Positif (2,03%). Meskipun persentasenya terlihat spesifik pada satu kata, ini mengindikasikan bahwa ketika nama "Bogor" disebut secara mandiri dalam sebuah perbincangan (tanpa keluhan spesifik), asosiasi emosi yang mengikutinya cenderung berupa apresiasi, kebanggaan daerah (local pride), atau promosi kota yang baik.

The Dashboard

Page Summary



Page Analysis



The Dashboard

Page Data ; Source Platforms

Page	Mentions	Voice Share	Influencer Score
facebook.com	806	0	0
instagram.com	253	0	0
depok.tribunnews.com	1	5	0
biroperekonomian.jabarprov.go.id	1	5	0
bogor.inews.id	1	5	0
channel9.id	1	5	0
beritaprioritas.com	1	5	0
beritakini.co.id	1	5	0
achmadnurhidayat.id	1	5	0
beritabuana.co	1	5	0

Rows per page 10 1 - 10 of 159 1 2 3 4 5 ...

Page Data ; Source Influencer

Influencer

Jun 01, 2026 - Jul 23, 2026 Filter

User	Mention	Reach	Followers	Share of Voice	Influencer Score
indosiarid tiktok.com	1	98.3K	20.2M	0.03%	0
KOMPASTV youtube.com	1	3.2K	20M	0.03%	0
Tribunnews youtube.com	1	21.1K	15.6M	0.03%	0
officialinews tiktok.com	1	629.4K	12.3M	0.03%	0
METRO TV youtube.com	3	665	11.2M	0.10%	0
pojoksatu.id tiktok.com	1	329.1K	10.9M	0.03%	0
infoBMKG twitter.com	38	793.6K	10M	1.25%	0
metro_tv tiktok.com	4	180.7K	9.8M	0.13%	0
radar_cianjur tiktok.com	1	522.6K	8.9M	0.03%	0
inilahcom tiktok.com	2	773.5K	8.8M	0.07%	0

Rows per page 10 1 - 10 of 3051 1 2 3 4 5 ...

Dengarkan.id

2026

www.dengarkan.id | boleh@dengarkan.id

dengarkan dengarkan__id dengarkan_id dengarkan_id app.dengarkan.id