

BAGIAN II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu & Novelty

2.1.1. Persepsi dan Partisipasi Masyarakat terhadap Peninggalan Situs Cagar Budaya Gua Jepang dan Upaya Pelestariannya (Ekowati et al., 2019)

Temuan: Situs cagar budaya Gua Jepang dianggap seram dan mistis oleh sebagian besar masyarakat setempat. Secara umum masyarakat setempat memiliki pengetahuan minimum tentang sejarah Gua Jepang, sehingga persepsi yang muncul berupa kepercayaan bahwa Gua Jepang adalah situs peninggalan nenek moyang. Beberapa masyarakat telah memahami sejarah Gua Jepang. Sikap positif ditunjukkan oleh masyarakat setempat untuk mendukung pelestarian dan perlindungan Gua Jepang. Lokasi: Kupang, Indonesia. Metode: Kualitatif deskriptif.

2.1.2. Persepsi Masyarakat terhadap Objek Pelestarian Cagar Budaya di Kota Pontianak (Yulianingrum et al., 2018)

Temuan: Terdapat 14 obyek cagar budaya yang diteliti. Ditemukan satu cagar budaya dengan usia kurang dari 50 tahun. Terjadi perubahan fungsi pada empat situs cagar budaya. Hasil pengamatan menunjukkan gaya kolonial dan tradisional melayu mendominasi bangunan cagar budaya di Kota Pontianak. Syarat asumsi analisis dipenuhi oleh delapan bangunan cagar budaya. Terdapat tiga kategori prioritas dalam pelestarian cagar budaya di Kota Pontianak berupa: (1) prioritas rendah (tiga situs); (2) prioritas sedang (delapan situs); dan (3) prioritas tinggi (tiga situs). Lokasi: Pontianak, Indonesia. Metode: Deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan kuisioner.

2.1.3. Nilai Ruang Terkini Alun-alun Utara pada Kota Yogyakarta (Alhazmi, 2020)

Temuan: Studi yang dilakukan menjelaskan pergeseran nilai ruang terkini dari Alun-alun Utara yang digunakan sebagai ruang berkumpul dan aktivitas niaga, termasuk kegiatan lain di luar lingkup keraton. Dampak negatif yang terjadi adalah merusak citra Alun-alun Utara sebagai ikon Kota Yogyakarta, yaitu terjadi perbuatan asusila di sekitar dua pohon

beringin bagian tengah alun-alun. Lokasi: Yogyakarta, Indonesia. Metode: Epistemologi dari sisi fenomenologi dengan survei lapangan serta wawancara.

2.1.4. *The Altamira Controversy: Assessing The Economic Impact of A World Heritage Site for Planning and Tourism Management (Dans & González, 2017)*

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa *The Altamira Controversy* (AC) menarik pengunjung secara signifikan dan sebagai faktor penentu utama untuk memilih Cantabria sebagai tujuan wisata. Studi mengungkapkan kurangnya bukti bahwa pembukaan kembali gua yang asli akan memberikan dampak ekonomi yang signifikan ke wilayah tersebut. Hanya peningkatan substansial jumlah perizinan pengunjung ke gua yang sebenarnya yang memberikan dampak relevan, namun akan membawa ancaman bagi keberlanjutan fisik gua. Lokasi: Cantabria, Spanyol. Metode: Analisis kuantitatif input-output (IO).

2.1.5. Analisis Isi Kualitatif Twitter “#TaxAmnesty” dan “#AmnestyPajak” (Rumata, 2017)

Temuan: Dilakukan uji analisis isi kualitatif terhadap 358 cuitan tentang #TaxAmnesty dan #AmnestyPajak per 1-8 Agustus 2016. Ditemukan tiga tema besar wacana cuitan melalui kedua tagar. Tema pertama memuat dukungan program amnesti pajak yang memuat penjelasan, kekaguman, keyakinan, dan harapan terkait program tersebut. Tema kedua memuat unsur oposisi amnesti pajak. Hasil identifikasi kategori memuat perasaan ragu, takut, pendapat negatif, dan upaya pembekuan amnesti pajak. Temuan tema ke tiga menunjukkan wacana kritis program amnesti pajak, yang terungkap lewat cuitan dugaan program amnesti pajak memiliki tendensi untuk melindungi kelompok tertentu. Penulis menekankan dalam akhir penelitian dengan mengutip pernyataan Weber (1990 dalam Elo dan Kyngas, 2008) bahwa prosedur penelitian analisis isi bertumpu pada fleksibilitas dan tidak ditemukan satu pun pedoman yang memiliki kesahihan penuh. Lokasi: Twitter. Metode: Analisis isi kualitatif dengan pendekatan induktif.

2.1.6. Novelty

Sejauh ini belum ditemukan penelitian tentang cagar budaya yang menggunakan jenis penelitian opini publik. Dari aspek kasus yang diangkat, belum ada penelitian yang membahas tentang pemugaran Alun-alun Utara Yogyakarta beserta polemik yang terjadi dalam proses pembangunannya. Terlebih belum ditemukan penelitian tentang konservasi cagar budaya di Indonesia yang menggunakan media sosial sebagai lokasi kasus. Dengan demikian penelitian opini publik tentang persepsi dan penerimaan masyarakat tentang pelestarian situs cagar budaya dengan basis polemik pemugaran Alun-alun Utara Yogyakarta di Twitter menarik dan layak untuk diteliti.

2.2. Definisi Penelitian Opini Publik

Ditemukan definisi penelitian opini publik oleh tiga peneliti yang berbeda. Lingkup penelitian opini publik telah memiliki banyak makna sejak lama (Lee, 1968). Penelitian opini publik didefinisikan sebagai bentuk penerapan ilmu sosial yang berguna untuk berbagai disiplin ilmu (Donsbach & Traugott, 2008; Lavrakas, 2008). Istilah penelitian opini publik secara luas menggambarkan berbagai bentuk investigasi tentang opini publik yang sebenarnya bersifat kompleks (Mortimore, 2018). Penelitian opini publik selain sebagai kegiatan penelitian sosial juga telah menjadi fokus wacana publik (Donsbach & Traugott, 2008).

Dijelaskan lebih lanjut, opini publik merupakan konsep penting dalam teori kontrol sosial dan penegakan norma dalam masyarakat (Donsbach & Traugott, 2008, hal 2). Opini publik merupakan kebebasan fundamental masyarakat, tetapi dapat dibentuk melalui pengaruh dari jenis media yang berbeda, politik, dan bahkan kriteria sosial (Mayssa, 2020). Hasil penelitian menunjukkan dengan jelas bahwa keadaan opini publik yang dirasakan dapat memengaruhi pandangan orang-orang yang merasakannya (Mortimore, 2018). Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, penelitian opini publik dapat disimpulkan sebagai ilmu sosial

terapan untuk berbagai disiplin ilmu, yang menginvestigasi berbagai opini pada wacana publik.

2.2.1. Karakteristik Penelitian Opini Publik

Dalam penelitian opini publik setidaknya terdapat tiga karakteristik yang pernah dirumuskan oleh Mortimore (2018). Bentuk penelitian opini publik yang paling populer menggunakan survei kuantitatif dengan kuesioner yang terstruktur, tetapi metode tersebut bukan satu-satunya metode yang digunakan (Mortimore, 2018). Kebanyakan jajak pendapat opini publik gagal membedakan antara opini publik dan penilaian public (Ferguson, 2000, hal. 19). Hal ini dilakukan untuk sejumlah tujuan yang berbeda (Mortimore, 2018).

Pengamatan perilaku menawarkan peluang untuk menyimpulkan pendapat dari aktivitas daring seperti penggunaan media sosial (Mortimore, 2018). Data dari platform media sosial menangkap berbagai informasi dan diperoleh dalam beragam bentuk, dengan metode dan level ketersediaan akses yang berbeda (Murphy et al., 2014). Untuk memperoleh data yang lebih rinci, penelitian kualitatif memungkinkan melibatkan interview mendalam atau grup diskusi, dan dapat dilakukan secara daring atau melalui telepon sebagaimana tatap muka (Mortimore, 2018). Dalam penelitian opini publik ini, pengamatan perilaku dari aktivitas di media sosial merupakan karakter kunci untuk melakukan penelitian di Twitter.

2.2.2. Fokus dan Penilaian Opini Publik

Terdapat perbedaan fokus penelitian opini publik antara temuan yang dikemukakan oleh Heath et al. (2005) dan Murphy, et al. (2014). Fokus awal dari survey ini adalah sikap politik dan perilaku (Heath et al., 2005). Namun, proliferasi teknologi baru, seperti perangkat seluler dan platform media sosial, mengubah lanskap masyarakat tempat peneliti opini publik beroperasi (Murphy et al., 2014). Peningkatan popularitas dalam beberapa tahun terakhir juga menjadi alasan pertimbangan media sosial digunakan dalam penelitian opini publik dan penelitian survey (Murphy et al., 2014). Alasan lain yang menguatkan melalui sebuah temuan fakta mengungkapkan bahwa Twitter sebagai salah satu media sosial digunakan untuk

mengukur dan memprediksi kejadian di dunia nyata (Mislove et al., 2011). Dengan demikian, diketahui melakukan pengamatan perilaku dalam penelitian opini publik dapat dilakukan di media sosial.

Eksperimen dengan melakukan survei opini populer merupakan metode yang tepat untuk dilakukan, meskipun kelahiran jajak pendapat modern mengubah wajah penelitian opini public (Fine & Voss, 2004). Kualitas dari penilaian akan bergantung dari kualitas pengetahuan yang masyarakat miliki pada aspek yang diberikan (Mayssa, 2020). Dalam teori *spiral of silence*, Noelle-Neumann berpendapat bahwa prosedur perwujudan opini didasarkan pada pandangan persepsi opini populer (Mayssa, 2020).

Dalam hal perbedaan opini yang timbul antara masyarakat dan pemerintah, Ferguson (2000) menjelaskan bahwa celah antara tokoh elit dan publik adalah hubungan yang lemah. Sistem pengumpulan kecerdasan yang efektif dapat memastikan bahwa pemerintah mengerti tentang pandangan publik sebagaimana publik memahami pandangan dari tokoh pemimpin elit (Ferguson, 2000, hal. 19). Meskipun fakta bahwa penelitian opini publik berusaha untuk memahami lebih baik faktor-faktor penentu opini yang timbul, sejauh ini masih sedikit perhatian yang diberikan pada nilai-nilai yang mendasari opini publik (Rokeach, 1968).

Opini publik tidak dapat diukur dengan jajak pendapat, melainkan harus disimpulkan dari pernyataan publik (Donsbach & Traugott, 2008, hal. 192). Diperlukan pengumpulan data dalam beragam bentuk dan melibatkan analisis data untuk memperoleh wawasan kualitatif atau perkiraan kuantitatif (Murphy et al., 2014). Konsep opini publik dengan demikian tidak dapat dipisahkan dari konsep pengambilan keputusan kolektif (Price & Neijens, 1997).

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, fokus pengamatan perilaku pada penelitian opini publik memungkinkan untuk dilakukan di media sosial. Terdapat tiga hal yang penting untuk dipahami dalam melakukan penilaian pengamatan penelitian opini publik. Pertama adalah pandangan persepsi opini populer yang timbul bergantung pada kualitas pengetahuan masyarakat. Kedua adalah faktor penyebab timbulnya berbagai opini

antara masyarakat dan pemerintah disebabkan oleh seberapa jauh masyarakat memahami pemerintah dan sikap sebaliknya. Ketiga adalah penentuan keputusan kolektif didasari oleh kesimpulan beragam pernyataan publik dan berdasarkan data dalam beragam bentuk.

2.3. Twitter

2.3.1. Definisi Twitter

Twitter merupakan layanan pesan teks daring yang memiliki beragam kesamaan karakteristik seperti alat komunikasi daring lain yang sudah umum digunakan (Tim O'Reilly & Sarah Milstein, 2009). Twitter baru-baru ini muncul sebagai sistem sosial populer di mana pengguna berbagi dan berdiskusi tentang segala hal, termasuk lelucon, berita, opini tentang suatu kejadian, hingga suasana hati (Benevenuto et al., 2010). Twitter adalah sistem berbagi informasi, di mana pengguna mengikuti pengguna lain untuk mendapatkan informasi tentang tautan sosial (Benevenuto et al., 2010). Twitter menghadirkan kesempatan unik untuk memeriksa komunikasi publik dari sebagian besar populasi (Mislove et al., 2011). Dapat disimpulkan, Twitter merupakan media sosial daring populer berbasis teks yang berguna untuk berbagi informasi dan diskusi publik.

2.3.2. Fitur dan Pengguna

O'Reilly & Sarah Milstein (2009) dalam bukunya *The Twitter Book* menjelaskan berbagai fitur yang dimiliki Twitter. Pesan pada Twitter dibatasi pada 140 karakter (Anger & Kittl, 2011; Tim O'Reilly & Sarah Milstein, 2009), yang disebut sebagai cuitan (Benevenuto et al., 2010). Dengan jutaan pengguna di dunia yang memposting cuitan, sistem pencarian waktu secara nyata dan berbagai jenis alat penambangan muncul untuk memungkinkan orang melacak dampak peristiwa dan berita di Twitter (Benevenuto et al., 2010). Pengguna memulai menambahkan symbol '@' pada awal nama akun untuk mengirimkan pesan umum atau merujuk seseorang di Twitter (Anger & Kittl, 2011; Benevenuto et al., 2010; Tim O'Reilly & Sarah Milstein, 2009).

Retweet adalah tindakan memposting ulang cuitan seseorang dengan mencantumkan nama penulis yang asli (Anger & Kittl, 2011; Tim O'Reilly & Sarah Milstein, 2009). Pesan retweet biasanya dimulai dengan 'RT @username', di mana '@' merupakan symbol yang merepresentasikan siapa yang pertama kali memposting pesan tersebut (Benevenuto et al., 2010). Pengguna dapat berlangganan pembaruan dari pengguna lain dengan mengikuti (*follow*) mereka (Anger & Kittl, 2011). Fitur pencarian lanjutan (*advance search*) berguna untuk memudahkan penemuan pengguna, lokasi, sikap, atau link tertentu secara spesifik di Twitter (Tim O'Reilly & Sarah Milstein, 2009).

Pengguna Twitter biasanya menggunakan tagar (#) untuk mengidentifikasi topik tertentu (Benevenuto et al., 2010; Tim O'Reilly & Sarah Milstein, 2009). Tagar atau kata kunci yang populer pada cuitan akan menjadi *trending topic* dalam fitur pencarian. Umumnya *trending topic* mencerminkan berita yang mengejutkan atau terbaru, atau suatu kejadian yang muncul di media massa (Benevenuto et al., 2010). Fitur *trending topic* mencantumkan sepuluh kata atau frasa paling populer yang dicuitkan pada periode waktu tertentu (Tim O'Reilly & Sarah Milstein, 2009).

Dari segi pengguna, terdapat sekitar 554,7 juta orang di seluruh dunia yang secara aktif memposting 58 juta cuitan kolektif setiap hari (Anger & Kittl, 2011; Benevenuto et al., 2010; Pamela & Walck, 2019). Banyak yang berpendapat bahwa angka tersebut cukup besar akan tetapi baru mewakili sebagian kecil dari total populasi dunia (Pamela & Walck, 2019).

Dari 554,7 juta pengguna yang ada (Anger & Kittl, 2011), dikutip dari penelitian milik Mislove, et al. (2011) lebih dari 91% pengguna Twitter memilih untuk menampilkan profil dan riwayat komunikasi mereka secara publik. Fitur tersebut memungkinkan peneliti mengakses sebagian besar data dalam situs tersebut. Setiap detik pemikiran dan perasaan jutaan manusia di dunia terekam dalam bentuk cuitan 140 karakter melalui Twitter (Mislove et al., 2011).

Di antara jutaan pengguna, terdapat persentasi kecil yang disebut kelompok “*influencer*” atau pengguna alfa. Konten milik *influencer* terdistribusi pada jaringan yang lebih kecil dan mendapat perhatian dari sejumlah besar pengguna meskipun mereka mungkin bukan pengikut langsung *influencer* tersebut (Anger & Kittl, 2011), baik dalam bentuk teks biasa atau tautan (Anger & Kittl, 2011; Benevenuto et al., 2010). Ditemukan bahwa kategori pengguna yang berbeda menekankan jenis konten yang berbeda, dan jenis konten yang berbeda menunjukkan rentang waktu karakteristik yang sangat berbeda, mulai dari kurang dari satu hari hingga berbulan-bulan (Wu et al., 2011).

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan, didapatkan kesimpulan tentang fitur dan pengguna Twitter melalui uraian berikut. Secara umum Twitter memiliki fitur sebagai berikut: cuitan 140 karakter, mesin pencarian *realtime* yang dapat diakses publik, simbol ‘@’ untuk menunjuk pengguna secara langsung, *retweet* untuk mengulang cuitan, *advance search* untuk pencarian lengkap dan detail, ‘#’ untuk mengidentifikasi topik tertentu, dan *trending topic* sebagai penunjuk topik populer atau mengejutkan. Jumlah pengguna yang besar mewakili sebagian kecil populasi dan umumnya pengguna menampilkan profil secara publik. Terdapat kelompok kecil pengguna yang menjadi pengguna alfa atau *influencer*.

2.3.3. Fenomena dan Fungsi

Twitter sebagai media sosial mampu membawa fenomena tersendiri sebagaimana terungkap dalam berbagai penelitian. Tidak dapat disangkal bahwa sebagai platform komunikasi, Twitter semakin menyatu sebagai bagian dalam kehidupan sehari-hari, terlepas dari lokasi geografis seseorang (Pamela & Walck, 2019). Twitter telah berkembang menjadi kumpulan arus informasi yang terus diperbarui dan terdiri dari tautan, pembaruan status singkat, dan berita tentang kejadian nyata (Anger & Kittl, 2011). Terdapat fakta bahwa baru-baru ini peneliti mulai menggunakan konten pesan Twitter untuk mengukur dan memprediksi fenomena dunia nyata, termasuk pengembalian film layar lebar, pemilihan umum, dan pasar saham (Mislove et al., 2011).

Namun, terlepas dari potensi besar yang disajikan oleh sumber data yang luar biasa ini, belum bisa didapatkan pemahaman tentang populasi di dalam Twitter: Siapa pengguna Twitter? Seberapa representatif dari keseluruhan populasi mereka? (Mislove et al., 2011). Di samping itu, efek yang timbul seperti perubahan perilaku, sikap, dan lain-lain, tetap sulit diukur melalui Twitter (Wu et al., 2011). Perlu untuk dicatat pula, kuantitas tidak merepresentasikan kualitas dan audiens kecil dari pengguna aktif lebih berharga daripada audiens besar dari pengguna yang kurang aktif (Anger & Kittl, 2011).

Fungsi Twitter sebagai media sosial dijelaskan lebih spesifik melalui uraian berikut. Didapatkan temuan bahwa Twitter adalah tempat untuk memulai percakapan, dari pada menyimpulkan (Pamela & Walck, 2019). Penelitian menunjukkan bahwa Twitter lebih berorientasi pada konten yang melibatkan jaringan pada topik atau subyek tertentu daripada individu dan percakapan mereka (Anger & Kittl, 2011). Peneliti mencatat 39% dari seluruh cuitan bertujuan untuk membagi berita, dari pada membagikan pendapat pribadi (Pamela & Walck, 2019). Dapat diamati bahwa sebagian besar pengguna Twitter me-retweet dan memperkuat konten yang dianggap menghibur, bermanfaat, atau berita terbaru (Anger & Kittl, 2011). Kondisi ini sesuai dengan tujuan dari Twitter: komunikasi sosial di era Twitter sebagai jalan untuk membuka dialog (Pamela & Walck, 2019).

Twitter mewakili spektrum penuh komunikasi antar pribadi hingga khalayak, bahkan media massa tradisional. Pengguna biasa di Twitter menerima informasi dari ribuan sumber berbeda, yang sebagian besar bukan media massa konvensional, hanya sekitar 15% dari cuitan yang diterima oleh pengguna biasa diterima langsung dari media (Wu et al., 2011). Twitter mampu memberikan konteks yang menarik, memungkinkan seseorang dengan mudah mengamati arus informasi di antara anggota ekosistemnya (Wu et al., 2011). Fenomena mengikuti pengguna yang bukan bagian dari jaringan sosial dapat memberikan lebih banyak informasi baru (Anger & Kittl, 2011).

Dengan demikian dapat diketahui bahwa Twitter merupakan media sosial yang telah menyatu dalam kehidupan sehari-hari yang mengandung kumpulan arus informasi dan dapat digunakan untuk mengukur dan memprediksi fenomena dunia nyata. Meskipun demikian, pemahaman populasi dan beberapa faktor lain sulit diukur melalui Twitter. Twitter memiliki kecenderungan sebagai media untuk memulai percakapan, melalui konten, berita, dan *retweet*, dari pada menyimpulkan suatu topik tertentu. Selain itu, Twitter merupakan representasi dari berbagai spektrum komunikasi dan informasi-informasi baru.

2.4. Pemagaran Alun-Alun Utara sebagai Hasil Konservasi Cagar Budaya

2.4.1. Konservasi Cagar Budaya

Berdasarkan temuan dari tiga literatur yang berbeda, istilah konservasi mengalami penyesuaian dari waktu ke waktu. ICOMOS (1999) mengemukakan konservasi merupakan seluruh proses pemeliharaan sebuah tempat untuk mempertahankan signifikansi budayanya. Sedangkan Feilden (2007) mendefinisikan konservasi sebagai suatu kegiatan untuk mencegah kerusakan suatu bangunan dan mengelola perubahan yang telah dan akan terjadi pada bangunan. Mengelola perubahan diartikan sebagai membuat keputusan konservasi yang optimum mengenai usulan perubahan pada bentuk, material, dan teknik. Hingga akhirnya konservasi didefinisikan sebagai suatu proses mengelola perubahan (Kwanda, 2013).

Cagar budaya terdiri dari sumber daya yang diwarisi dari masa lalu dalam segala bentuk dan aspek – berwujud, tidak berwujud, dan digital (lahir digital dan didigitalisasi), termasuk monumen, situs, lansekap, keterampilan, praktik, pengetahuan dan ekspresi kreativitas manusia, serta koleksi yang dilestarikan dan dikelola oleh badan publik dan swasta seperti museum, perpustakaan, dan pusat arsip (Council Union of The European, 2014). ICOMOS New Zealand (2010) mendefinisikan warisan budaya sebagai nilai estetika, arkeologi, arsitektur, sejarah, monumental, ilmiah, sosial, spiritual, simbolik, teknologi, tradisional, dan nilai berwujud atau tidak berwujud lainnya yang terkait dengan aktivitas manusia. Warisan budaya sebagai ekspresi berwujud atau tidak berwujud merupakan hasil

meringkas identitas masyarakat, dan membentuk identitas masyarakat, yang kemudian berkontribusi pada penciptaan modal sosial (Nugroho & Hardilla, 2020).

Tujuan dari konservasi cagar budaya berakar pada keseimbangan dan hubungan berkelanjutan antara lingkungan perkotaan dan alam, antara kebutuhan generasi sekarang dan masa depan, dan warisan masa lalu (Nugroho & Hardilla, 2020). Konservasi cagar budaya tidak melawan perkembangan, tetapi hal itu dapat berjalan bersama secara sukses jika dalam perencanaan prinsip-prinsip konservasi dipertahankan. Pelestarian cagar budaya tidak hanya menyangkut pelestarian fasad bangunan, melainkan juga pelestarian budaya yang membentuk lingkungan kawasan cagar budaya. Perlindungan warisan budaya tidak melawan pembangunan, melainkan dapat berjalan beriringan dengan pembangunan (Bindajam et al., 2020).

Sebagai tambahan, dalam merencanakan penerapan prinsip konservasi cagar budaya menyatakan pentingnya mempertahankan karakteristik historis kota; menciptakan lingkungan ramah wisata; mengembangkan standar kehidupan; dan meningkatkan perkembangan ekonomi (Chen et al., 2021). Dengan demikian, konservasi cagar budaya dapat diartikan sebagai proses mengelola perubahan dari segala sumber daya yang diwarisi dari masa lalu dalam segala bentuk dan aspek.

2.4.2. Desain dan Simbol Alun-Alun Utara

Secara umum alun-alun merupakan halaman depan rumah, namun dalam ukuran yang lebih besar (Haryono & Suhardi, 2021). Thomas Nix (1949) dalam (Haryono & Suhardi, 2021) menjelaskan bahwa alun-alun merupakan lahan terbuka yang terbentuk dengan membuat jarak antara bangunan-bangunan gedung (Hartono & Handinoto, 2005). Pada masa lampau, alun-alun selalu menjadi bagian dari kompleks keraton (Putra et al., 2015) dan merupakan salah satu identitas kota-kota di Jawa (Hartono & Handinoto, 2005). Pola dasar dari penataan alun-alun pada kota-kota di Jawa berasal dari zaman Hindu Jawa (Santoso,

1981). Dari uraian di atas, dapat diartikan bahwa alun-alun merupakan lahan terbuka luas bagian dari kompleks keraton.

Alun-Alun Utara Kota Yogyakarta merupakan ruang terbuka luas yang terletak di utara Keraton Yogyakarta (Halid, 2012). Alun-Alun Utara Yogyakarta terletak tepat di sebelah utara Keraton Yogyakarta dan beririsan dengan sumbu imajiner (Pratiwi, 2016). Dalam lampiran SK Gubernur DIY No. 75 Tahun 2017 disebutkan bahwa Alun-Alun Utara merupakan salah satu elemen utama dalam tata ruang keraton. Alun-Alun Utara memiliki konsep pada Catur Gatra Tunggal sebagai tempat bertemu seluruh aktivitas dari elemen tiga elemen lain, yaitu: keraton, masjid, dan pasar (Alhazmi, 2020). Santoso (1981) menyatakan kesamaan struktur kota tentang adanya ciri dominasi poros utara-selatan, letak masjid, fungsi dan letak alun-alun, keraton dan pasar pada hakekatnya berasal dari zaman pra Islam.

Terdapat pohon beringin (*Ficus benyamina*) yang ditanam di Alun-Alun Utara, yang melambangkan kekokohan, pengayoman, dan kerakyatan (SK Gubernur DIY No. 75 Tahun 2017, 2017). Adapun jumlah pohon beringin yang di tanam di Alun-Alun Utara adalah 64 batang, termasuk dua beringin yang ditanam di tengah alun-alun. Jumlah pohon beringin tersebut sesuai dengan usia Nabi Muhammad (menurut perhitungan Jawa). Makna simbol pohon beringin tampak jelas dari keberadaan dua *ringin kurung* di Alun-Alun Utara dengan posisi satu di sebelah barat (*Dewadaru*) dan di sebelah timur (*Janadaru/Wijayadaru*). Keduanya melambangkan *Manunggaling Kawula Gusti*; melambangkan konsep *Hablum min Allah wa Hablum min Annas* (hubungan manusia dengan Tuhannya dan hubungan manusia dengan sesama manusia. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa Alun-Alun Utara Yogyakarta memiliki makna lebih dari ruang terbuka hijau di kompleks keraton; yaitu dibangun berdasarkan konsep Catur Gatra Tunggal dan setiap elemen di dalam Alun-Alun Utara merupakan simbol dalam aspek spiritual.

2.4.3. Fungsi Alun-Alun Utara

Alun-alun sebagai ruang publik untuk beragam fungsi telah dinyatakan oleh Haryono dan Suhardi (2021), Putra, et al. (2015), dan Widamaryani, (2003). Alun-Alun merupakan taman kota, yang berada di Pulau Jawa, dengan fungsi sebagai ruang terbuka publik untuk berkumpul dan bersosialisasi (Haryono & Suhardi, 2021; Putra et al., 2015). Kehadiran sebuah alun-alun sebagai ruang terbuka publik dimulai sejak zaman prakolonial. Alun-alun pada masa kini memiliki fungsi sebagai pusat administratif dan sosial budaya bagi penduduk pribumi. Pada sebuah alun-alun terjadi sebuah interaksi pada ruang kota (Putra et al., 2015). Alun-Alun Utara Keraton Yogyakarta merupakan pusat pertemuan antara ruang sakral keraton dengan kehidupan duniawi, menjadi tempat bagi upacara-upacara keraton dan tempat interaksi bagi *wong cilik* dengan raja yang berkuasa (Widamaryani, 2003).

Dalam perjalanan sejarahnya, Alun-Alun Utara telah mengalami perubahan dari ruang terbuka privat keraton menjadi ruang terbuka publik (Widamaryani, 2003). Alun-alun utara mengalami tiga kali perubahan fungsi yang terbagi dalam periode, yaitu: periode pertama (fungsi kasultanan) pada tahun 1756 – 1942 untuk mewadahi kegiatan penunjang kraton; periode kedua (fungsi publik) pada tahun 1945-1972 sebagai ruang publik yang dapat diakses oleh masyarakat umum; dan periode ketiga (fungsi wisata) sejak tahun 1980 hingga kini sebagai situs cagar budaya. Peleburan DIY kepada Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) merupakan awal pembentukan ruang terkini dari Alun-Alun Utara, yang berdampak pada perubahan dari sisi peran, fungsi, hingga produksi ruang (menjadi ruang komersil) (Alhazmi, 2020). Terdapat perubahan fungsi ruang dari ruang terbuka milik privat keraton menjadi fungsi ruang terbuka publik kota (Widamaryani, 2003).

Alun-alun merupakan representasi dari sebuah ruang publik yang inklusif, seperti “paru-paru kota” dan “pengikat sosial” yang merepresentasikan ruang yang responsif, demokratis, dan bermakna dalam konteks pembangunan perkotaan (Haryono & Suhardi, 2021). Terbentuknya Alun-Alun Utara sebagai ruang publik pada masa kini secara tidak langsung terbentuk pada konsep Gatur Catra Tunggal (Widamaryani, 2003). Alun-Alun

Utara pertama kali dibuka untuk umum pasca kemerdekaan pada masa HB IX. Sebagai ruang publik, Alun-Alun Utara dimanfaatkan masyarakat sebagai ruang untuk berkumpul dan perhelatan berbagai acara (baik yang diselenggarakan oleh Kraton maupun umum, termasuk kegiatan yang bersifat formal maupun informal (Alhazmi, 2020). Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa walaupun dahulu Alun-Alun Utara merupakan ruang privat, namun kini Alun-Alun Utara merupakan ruang publik yang digunakan untuk berbagai kegiatan masyarakat.

2.4.4. Pemagaran sebagai Proses Konservasi Alun-Alun Utara

Penetapan Alun-Alun Utara sebagai kawasan cagar budaya diatur dalam Keputusan Gubernur DIY (SK Gubernur DIY No. 75 Tahun 2017, 2017). Dalam lampiran SK tersebut disebutkan bahwa Alun-Alun Utara merupakan komponen utama dalam tata ruang Kraton. Pada tahun 2014, Pemerintah Daerah (Pemda) DIY telah melakukan penataan kawasan terkait Alun-Alun Utara dalam rangka menyiapkan Yogyakarta sebagai kota warisan dunia (Pratiwi, 2016). Kemudian pada tahun 2016, dilakukan rehabilitasi pada Alun-Alun Utara sebagai bangunan Cagar Budaya penanda *City of Philosophy* (Pratiwi, 2016). Pada tahun 2020, mengutip dari artikel terbitan kompas.id (15/07/2020), Kepala Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta, Aris Eko Nugroho pada 15/7/2020, menyampaikan bahwa akan dilakukan pembangunan pagar pada Alun-Alun Utara untuk mengembalikan keaslian alun-alun seperti pada masa lalu.

2.5. Polemik Konservasi Cagar Budaya di Media Sosial

2.5.1. Polemik di Media Sosial

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi V polemik diartikan sebagai perdebatan mengenai suatu masalah yang dikemukakan secara terbuka dalam media massa. Sedangkan debat diartikan sebagai pembahasan dan pertukaran pendapat mengenai suatu hal dengan saling memberi alasan untuk mempertahankan pendapat masing-masing.

Danial dan Deni (2008) dalam bukunya yang berjudul *Jago Debat* menjelaskan bahwa penyebab debat identik dengan adu mulut yang berujung pada pertikaian. Perdebatan bisa berpeluang menghasilkan konflik dan permusuhan. Irwandi (2017) menjelaskan bahwa konflik sosial merupakan gambaran tentang perselisihan, percekocokan, ketegangan atau pertentangan sebagai akibat dari perbedaan-perbedaan yang muncul dalam kehidupan masyarakat, baik perbedaan yang bersifat individual maupun perbedaan kelompok.

Konflik-konflik yang sering timbul antar kelompok yang berbeda, sering terjadi karena perbedaan ekonomi (Benjamin et al., 2019). Konflik tidak hanya menyangkut individu dari kelompok yang berbeda, namun berpotensi ke arah yang lebih luas: konflik horizontal antar ras; kepercayaan; etnis dan lain sebagainya (Wirawan, 2010). Konflik bisa muncul pada skala yang berbeda, seperti konflik antar individu (*interpersonal conflict*), konflik antar kelompok (*intergroup conflict*), konflik antar kelompok dengan negara (*vertical conflict*), dan konflik antar negara (*interstate conflict*) (Irwandi, 2017)

Dalam kasus konflik perang tagar politik calon presiden paska debat putaran kedua pemilihan presiden Indonesia tahun 2019 (Fitriana P et al., 2020), tagar #02GagapUnicorn sebagai symbol virtual pengorganisasian teks, sedangkan di tahap produksi teks (messo) kedua pendukung membuat symbol virtual melalui tagar (#) untuk membentuk tren topik bahasan di Twitter. Pada aspek situasional (makro) dipengaruhi oleh fenomena *post-truth* yaitu informasi-informasi samar yang tidak jelas sumbernya, berdampak terhadap penggiringan opini terhadap pembunuhan karakter tertentu.

Melalui uraian yang telah dipaparkan, diketahui istilah polemik berkaitan dengan debat atau konflik yang bersifat terbuka pada skala atau antar kelompok yang berbeda. Maka dapat disimpulkan polemik di media sosial merupakan konflik terbuka yang melibatkan antar kelompok di media sosial.

2.5.2. Polemik terkait Konservasi Situs Cagar Budaya

Hasil studi literatur menunjukkan bahwa upaya pelestarian situs cagar berpotensi menimbulkan polemik. Pelestarian warisan budaya bukannya tanpa biaya dan mengingat sumber daya yang terbatas di banyak negara berkembang, perlu adanya pilihan tentang bagaimana mengalokasikan dana (baik publik maupun swasta) secara paling efektif (Snowball & Courtney, 2010). Intervensi atau pengenalan dari elemen baru, umumnya bangunan atau struktur baru, akan selalu menciptakan argumen-argumen (Bindajam et al., 2020).

Dalam studi kasus di kota Abondance, Perancis, (Suchet & Raspaud, 2010) argumen penolakan perubahan kawasan menjadi kawasan situs warisan budaya didasari oleh 3 alasan. Alasan pertama adalah pemilik toko lokal skeptis bahwa wisata budaya akan menarik banyak pengunjung dan khawatir kebijakan tersebut tidak layak secara ekonomi. Alasan ke-dua yaitu wisata warisan budaya hanya identik dengan bayangan suasana tua, imobilitas bahkan kematian. Alasan ke-tiga yaitu kerugian untuk penduduk setempat karena pendirian situs kunjungan lokal berdampak pada laju kunjungan wisatawan.

Dapat disimpulkan upaya pelestarian cagar budaya perlu dilakukan secara cermat dan matang agar setiap proses yang ditempuh efisien dan tepat guna. Perlu dilakukan pengkajian dampak paska konservasi sebelum upaya tersebut ditempuh, untuk memastikan upaya konservasi tetap dapat membawa manfaat dalam berbagai aspek. Diharapkan upaya tersebut dapat mereduksi dampak timbulnya berbagai polemik.

2.6. Persepsi Publik

2.6.1. Definisi Persepsi Publik

Persepsi merupakan sebuah cara seseorang mengamati, memahami, menginterpretasi, dan mengevaluasi suatu pengalaman, objek, kebijakan, atau aksi (Bennett, 2016). Konsep persepsi publik melibatkan berbagai konteks sosial yang dinamis, sehingga menjadi sulit untuk didefinisikan (Said & Borg, 2017). Dari sudut pandang pragmatis,

persepsi publik adalah cara pandang suatu kelompok terhadap suatu isu pada suatu waktu tertentu.

Persepsi publik memiliki sifat yang fleksibel dan dinamis; berkembang seiring waktu (Bennett, 2016). Interpretasi dari persepsi publik seringkali bersifat konstruktif secara sosial dan terbentuk dari pengalaman dan lingkungan sekitarnya (Bennett, 2016). Umumnya, persepsi publik diperoleh melalui survey tentang opini publik (Said & Borg, 2017). Dengan demikian, persepsi publik dapat dipahami sebagai cara pandang seseorang dengan melibatkan berbagai konteks sosial dan bersifat dinamis.

2.6.2. Persepsi Masyarakat terhadap Konservasi Cagar Budaya

Said & Borg (2017) menjelaskan persepsi publik dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pengaruh faktor internal pada persepsi publik memiliki contoh antara lain status sosioekonomi, ekspektasi, pengalaman, dan interaksi yang berkaitan terhadap objek cagar budaya. Di samping itu, faktor eksternal seperti situasi politik pemerintahan, iklim ekonomi, dan konteks kultur budaya masyarakat juga akan mempengaruhi persepsi publik terkait keputusan konservasi cagar budaya (Said & Borg, 2017). Selain kedua faktor yang disebutkan Said & Borg, terdapat faktor kontekstual seperti kultur, politik, sosioekonomi, pengalaman tentang kejadian yang serupa, dan ciri-ciri dari suatu kelompok (gender, ras, kepercayaan, norma, pengetahuan, dan motivasi) juga akan mempengaruhi persepsi masyarakat tersebut (Bennett, 2016; Nocca, 2017).

Keseluruhan faktor internal dan eksternal ini dapat mempengaruhi proses konservasi cagar budaya yang terjadi di lingkungan tertentu (Said & Borg, 2017). Peneliti mengasumsikan bahwa tempat sebuah isu berada dan bagaimana media meliput sebuah kejadian dapat memengaruhi persepsi dari audiensi terhadap suatu isu, organisasi, dan kepala eksekutifnya (Ferguson, 2000. Hal. 87). Sebagai contoh, posisi ekonomi suatu lapisan masyarakat akan mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap suatu lembaga atau institusi pemerintahan (Bavel et al., 2020).

Warisan budaya mengekspresikan dan mempertahankan nilai dan tradisi kota dan komunitasnya, tetapi signifikansinya dapat berbeda di antara komunitas dan juga di antara anggota komunitas yang sama (Nocca, 2017). Nilai-nilai tertentu yang dialami atau dianut masyarakat dapat menyebabkan persepsi yang terkadang tidak akurat (Bavel et al., 2020). Persamaan persepsi antara publik dan pemerintah merupakan hal yang penting untuk memperoleh penerimaan konservasi cagar budaya yang baik di lingkungan masyarakat (Bakri et al., 2015). Oleh sebab itu, persepsi masyarakat tentang situs cagar budaya akan bergantung dari faktor internal, eksternal, kontekstual, dan persamaan persepsi antara publik dan pemerintah setempat.

2.7. Penelitian Analisis Isi Kualitatif

2.7.1. Definisi

Teori analisis isi oleh Stone, et al. (1966) telah didukung oleh penelitian-penelitian sesudahnya. Dijelaskan bahwa analisis isi adalah teknik penelitian apapun untuk membuat kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakter spesifik di dalam teks secara sistematis dan objektif (Stone et al., 1966). Analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat kesimpulan dalam teks (atau hal lain yang berarti) yang dapat ditiru dan valid terhadap konteks yang digunakan (Krippendorff, 2004). Analisis isi kualitatif merujuk pada suatu metode sistematis untuk mencari dan menggambarkan makna dalam berbagai macam teks (Drisko & Maschi, 2016, hal. 87). Analisis isi melibatkan pemeriksaan komponen pesan dari proses komunikasi secara presisi, obyektif, dan pengukuran yang sistematis (Ferguson, 2000, 87). Peneliti dapat menggunakan analisis isi untuk mengidentifikasi dan mendokumentasikan perilaku, pandangan, dan minat dari sekelompok individu, grup kecil, atau kelompok budaya yang besar dan beragam (Drisko & Maschi, 2016, hal. 2).

Ide dibalik penelitian kualitatif adalah untuk secara sengaja memilih partisipan atau lokasi (atau dokumen atau materi visual) yang paling membantu peneliti memahami masalah dan pertanyaan penelitian (Creswell & Creswell, 2018; hal. 262). Analisis isi kualitatif dari

fenomena baru, populasi yang beragam, atau latar yang baru dapat secara bersamaan menjelajahi kebaruan wilayah intelektual saat menggambarkan apa yang ditemukan (Drisko & Maschi, 2016, hal. 93). Analisis isi kualitatif dapat berguna untuk evaluasi, komparasi desain, dan bahkan dalam bentuk penelitian eksplanatori (Drisko & Maschi, 2016, hal. 93). Dapat disimpulkan, analisis isi merupakan teknik penelitian untuk membuat kesimpulan dari komponen-komponen berbagai macam teks untuk mengidentifikasi berbagai macam aspek.

2.7.2. Karakter Analisis Isi Kualitatif

Untuk memahami analisis isi, Ferguson (2000) serta Drisko dan Maschi (2016) menjelaskan karakteristik penelitian ini. Analisis isi melibatkan pertanyaan tambahan “Mengapa?” (Ferguson, 2000, hal. 86). Dalam pendekatan analisis isi kualitatif, fokus peneliti terletak pada penggambaran makna dari komunikasi secara naratif, dalam konteks spesifik, dari pada penggunaan hitungan kata secara kuantitatif (Drisko & Maschi, 2016, hal. 1). Analisis isi kualitatif berusaha untuk memperluas data tekstual yang menjadi dasar teks tersebut berasal. Sebaliknya jika dibandingkan pada tujuan mempersingkat data dalam analisis isi dasar, analisis isi kualitatif memiliki kemungkinan untuk memperluas atau memperbesar data asli (Drisko & Maschi, 2016, hal. 87).

Fokus dari analisis isi kualitatif seringkali terletak pada identifikasi kategori atau tema yang keduanya merangkum isi yang ditemukan dalam data set yang lengkap dan sorotan konten utama (Drisko & Maschi, 2016, hal. 88). Analisis isi kualitatif umumnya melihat pendekatan yang lebih fokus pada deskripsi daripada pengembangan konseptual (Drisko & Maschi, 2016, hal. 90). Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dan menyorot bagian terpenting dan paling bermakna dalam teks (Drisko & Maschi, 2016, hal. 93).

Krippendorff (2004) telah mengidentifikasi tiga macam bentuk penelitian yang didalamnya menerapkan analisis isi. Bentuk yang pertama adalah uji eksploratif/deskriptif, yaitu di dalamnya pengetahuan dari isi dan konteks digambarkan atau didefinisikan lebih jelas. Bentuk yang ke-dua adalah uji eksplanatori dari hipotesis yang memeriksa manfaat dan

kegunaan dari analisis konstruksi yang terspesifikasi. Bentuk yang ke-tiga adalah uji eksplanatori dari fungsi diskriminan yang menegaskan atau meniadakan kekuatan penjelas dan kegunaan konstruksi tertentu.

Dapat dipahami dari uraian yang telah dipaparkan, bahwa analisis isi kualitatif memungkinkan perluasan data asli dengan mengidentifikasi kategori atau tema dalam sorotan konten utama. Bentuk penelitian yang melibatkan analisis isi berupa uji eksploratif/deskriptif, uji eksplanatori dari hipotesis, dan uji eksplanatori dari fungsi diskriminan. Peneliti dapat menggunakan salah satu bentuk penelitian yang sesuai dengan topik yang diangkat.

2.7.3. Konten Laten

Drisko dan Maschi (2016) menjelaskan aspek konten laten dalam analisis isi. Konten laten merujuk pada makna yang tidak terlihat jelas dalam sebuah komunikasi. Konten laten terkandung secara implisit atau tersirat di dalam suatu komunikasi, yang sering kali melintasi beberapa kalimat atau paragraf. Konten laten memungkinkan peneliti untuk menafsirkan keseluruhan, atau gestalt, dari komunikasi (Drisko & Maschi, 2016, hal. 4).

Berelson dalam Drisko & Maschi (2016, hal. 4) menggunakan teori semiotik untuk membedakan makna “denotatif” dan “konotatif” dari komunikasi dalam bentuk apapun. Makna denotatif, isi manifes, adalah "penanda tingkat pertama" yang sesuai dengan makna literal, akal sehat, atau jelas menyatakan bahwa “makna konotatif—diambil dari konten laten—dicapai dengan menggabungkan elemen individu dalam sebuah teks untuk memahami makna keseluruhan.” Dalam penelitian ini pengertian konten laten diambil dari penjelasan Drisko dan Maschi (2016) sesuai dengan penjelasan yang sudah dipaparkan.

2.7.4. Metode Analisis Isi

Drisko dan Maschi (2016) menjelaskan penelitian analisis isi tidak hanya dapat dilakukan secara kuantitatif. Penelitian analisis isi dapat dilakukan tanpa pendekatan analisis statistik atau biasa disebut “analisis isi interpretative” dan “analisis isi kualitatif” (Drisko &

Maschi, 2016, hal. 1). Saat terlibat dalam analisis isi dari suatu media, peneliti perlu mempertimbangkan tujuan penelitian. Atas dasar ini, penelitian perlu dibatasi, menentukan apa yang perlu dan tidak perlu dimasukkan yang berkaitan dengan sumber data, serta pemilihan sampel berdasar factor-faktor yang berbeda (Ferguson, 2000, hal. 129).

Dari segi tahapan, terdapat tiga langkah awal dalam menyelesaikan suatu analisis isi melibatkan (1) pembatasan penelitian, (2) pengambilan sampel, dan (3) menentukan suatu unit analisis (Ferguson, 2000, hal. 96). Analisis isi kualitatif dapat melibatkan reduksi data melalui penggunaan analitis dari kategori deskriptif atau tema (Drisko & Maschi, 2016, hal. 94). Terdapat beberapa contoh pertanyaan yang dapat membantu menentukan ruang lingkup seperti: (1) akankah peneliti membatasi analisis pada beberapa jenis material?; (2) bagaimana cakupan geografis yang dipilih; (3) bagaimana cakupan waktu penelitian yang digunakan?; (4) Bagaimana cakupan topik penelitian yang dipilih? (Ferguson, 2000, hal. 89). Terdapat perbedaan pola penyusunan konsep isi dan penggunaan metode untuk mengumpulkan, mengkodekan, dan menganalisis data (Drisko & Maschi, 2016, hal. 1).

Dalam penelitian kualitatif, pembuat kode harus membuat secara individu keputusan kualitatif pada setiap proses (Ferguson, 2000, 108). Istilah pengkodean merujuk pada proses dari klasifikasi data, atau analisis unit, ke dalam kategori-kategori isi (Ferguson, 2000, hal. 105). Studi menunjukkan, bahwa semakin panjang unit pengkodean, semakin besar kemungkinan unit dikategorikan sebagai bias (Ferguson, 2000, hal. 95). Tahap pertama pembuat kode merekam data dasar dari setiap unit isi (Ferguson, 2000, hal. 105). Tahap kedua adalah membaca atau melihat setiap butir data secara individu. Pembuat kode harus menentukan kategori subyek yang muncul dan tidak muncul dalam cakupan (Ferguson, 2000, 108).

Jika analis membuat keputusan pada keseluruhan artikel (bukan dalam suatu kalimat individu di dalam artikel), bagaimanapun analis wajib menempatkan keseluruhan artikel ke dalam satu atau tiga kategori: positif, netral, atau negatif (Ferguson, 2000, hal. 95).

Pengkategorian juga merupakan bentuk reduksi atau rangkuman data yang dapat berguna dalam menganalisis data set yang besar atau sekadar untuk menjelaskan inti di dalam teks (Drisko & Maschi, 2016, hal. 90). Dengan demikian penelitian analisis isi kualitatif dapat dilakukan dengan melibatkan kode-kode, kategori, dan tema pada data set yang akan diteliti.

2.7.5. Sampel

Dalam menentukan sampel penelitian kualitatif tidak ada acuan spesifik untuk jumlah sampel yang dibutuhkan; berbagai literatur memiliki perspektif yang berbeda tentang hal ini (Creswell & Poth, 2018). Peneliti menemukan bahwa meningkatkan ukuran sampel melebihi 12 tidak meningkatkan akurasi hasil (Ferguson, 2000). Sampel dari penelitian kualitatif harus sesuai dengan pertanyaan penelitian (Drisko & Maschi, 2016, hal. 97). Digunakan data kualitatif yang terdiri dari data audiovisual kualitatif dan materi digital (termasuk materi dari media sosial, dapat berupa teks) (Creswell & Cresswell, 2018).

Purposive sampling digunakan untuk meningkatkan kesadaran, menyajikan sudut pandang baru, atau mendeskripsikan suatu kejadian, kepercayaan, atau Tindakan (Drisko & Maschi, 2016, hal. 98). Variasi sampel maksimal memiliki tujuan yang serupa tetapi memerlukan upaya awal untuk mengidentifikasi dan memasukkan berbagai perspektif pada dimensi minat dari peneliti (Drisko & Maschi, 2016). Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode purposive sampling dengan data berupa materi digital untuk mengidentifikasi persepsi masyarakat tentang pemagaran Alun-Alun Utara Yogyakarta.

2.8. Hipotesis Penelitian

Polemik tentang pemagaran Alun-Alun Utara Yogyakarta sebagai konservasi situs cagar budaya yang terjadi di Twitter menimbulkan beragam persepsi. Dugaan penyebab timbulnya ragam persepsi yang berakibat polemik didasari oleh tiga hal: perbedaan pemahaman terkait fungsi Alun-alun Utara, proses konservasi tidak memberikan keuntungan bagi masyarakat, dan proses konservasi cagar budaya menyalahi aturan.