



FRAME DAN PERSPEKTIF MASJID JOGOKARIYAN PADA ULASAN GOOGLE MAPS; KAJIAN LINGUISTIK KORPUS

(Frames and Perspectives of Jogokariyan Mosque in Google Maps Reviews: A Corpus Linguistics Study)

Rahmat Hidayat^{1*)}, Ni Gusti Ayu Roselani²⁾

¹⁾Magister Linguistik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia
E-mail: dangmat3112@gmail.com

²⁾Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia
E-mail: roselani@ugm.ac.id

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima
Desember 2024
Disetujui Maret
2025
Dipublikasikan
April 2025

Abstrak

Masjid Jogokariyan merupakan lokasi wisata religi di Yogyakarta. Banyak masyarakat yang sudah mengenal masjid Jogokariyan baik dari warga Yogyakarta maupun luar Yogyakarta. Beberapa pengunjung memiliki pandangan berbeda terhadap masjid Jogokariyan. Perbedaan tersebut dapat diketahui dari ekspresi kebahasaan pengunjung, baik dari wawancara secara langsung, komentar warganet di media sosial dan ulasan di Google Maps. Pendapat pengunjung pada aplikasi Google Maps Masjid Jogokariyan menunjukkan pikiran individu terhadap Masjid tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pikiran pengunjung Masjid Jogokariyan, khususnya dalam sudut pandang ulasan google Maps. Data penelitian berupa ulasan-ulasan pengunjung, yang dikumpulkan melalui teknik transkripsi. Data yang terkumpul dianalisis dalam dua tahap, pertama diklasifikasikan menggunakan pendekatan linguistik korpus menggunakan software *Antconc_64bit*, kedua, dianalisis menggunakan pendekatan linguistik kognitif, teori *Frame and Perspektif* Fillmore. Hasil penelitian menunjukkan 100 kata kunci yang diklasifikasikan berdasarkan rangking kata dan kesamaan kata. Hasil berikutnya menunjukkan kata kunci "manajemen" menjadi pusat perspektif pengulas yang penulis petakan dalam dua bagian yaitu manajemen keuangan dan manajemen sumber daya manusia. Dua hasil pemetaan tersebut menunjukkan sudut pandang dominan pengunjung terhadap masjid Jogokariyan adalah masjid dengan manajemen keuangan dan manajemen sumber daya manusia yang baik. Data disajikan dalam bentuk formal yaitu menggunakan tabel dan bagan, dan dalam bentuk informal yaitu menggunakan penjelasan bahasa biasa.

Kata Kunci: frame and perspektif, Masjid Jogokariyan, ulasan google maps, linguistik korpus, linguistik kognitif.

Abstract

The Jogokariyan Mosque is a religious tourism location in Yogyakarta. Many people already know the Jogokariyan mosque both from Yogyakarta residents and outside Yogyakarta. Some visitors have different views about the Jogokariyan mosque. The difference can be seen from the linguistic expressions of visitors, both from direct interviews, netizens' comments on social media and reviews on Google Maps. The opinions of visitors on the Google Maps application of the Jogokariyan Mosque show individual thoughts on the mosque. This research aims to find out the thoughts of visitors to the Jogokariyan Mosque, especially from the point of view of google maps review. The research data is in the form of visitor reviews, which are collected through transcription techniques. The collected data were analyzed in two stages, first, classified using a corpus linguistic approach using Antconc_64bit software, second, analyzed using a cognitive linguistic approach, Frame theory and Fillmore Perspective. The results of the study showed 100 keywords classified based on word rank and word similarity. The next results show that the keyword "management" is the center of the reviewer's perspective that the author maps in two parts, namely financial management and human resource management. The two mapping results show that the dominant viewpoint of visitors towards the Jogokariyan mosque is a mosque with good financial management and human resource management. The data is presented in formal form, namely using tables and charts, and in informal form, namely using ordinary language explanations.

Keywords: *frame and perspective, Jogokariyan Mosque, google maps review, corpus linguistics, cognitive linguistics*

PENDAHULUAN

Nama diketahui masyarakat karena mempunyai nilai menurut Keraf (2010) dan Hidayat & Pangesti (2024c). Nama yang memiliki nilai baik nilai filosofis maupun sejarah akan dikenal masyarakat (Nakrowi, 2022), (Hidayat and Pangesti, 2024a), (Hidayat and Pangesti, 2024b). Beberapa nama digunakan untuk menandai benda hidup dan benda tak hidup menurut Nurcahyo, dkk, (2022) dan Hidayat, dkk (2024). Penelitian Mahdi, dkk (2022), Hidayat & Arimi (2024), dan Hidayat & Pangesti (2023) menjelaskan bahwa nama pada benda hidup adalah nama manusia, nama binatang dan nama tumbuhan, sedangkan nama untuk benda tak hidup adalah nama benda yang tak hidup secara alamiah dan benda tak hidup karena hasil rekayasa manusia seperti nama tempat, nama bangunan, nama jalan, dan nama-nama benda tak hidup lainnya. Menurut Hidayat & Pangesti (2023) salah satu nama benda tak hidup yang terkenal di Yogyakarta salah satunya adalah seperti masjid Jogokariyan. Bangunan ibadah tersebut dikenal dan dikunjungi oleh masyarakat karena memiliki nilai spiritual dan keunikan menurut Letmiros (2020). Penelitian ini mengkaji pikiran

masyarakat terhadap masjid Jogokariyan melalui suatu ulasan atau komentar pada *Google Maps*.

Penelitian ini penting untuk mengetahui nilai-nilai yang diyakini oleh masyarakat dan terkandung di dalam masjid Jogokariyan. Para jemaah sering mengunjungi wisata religi tersebut pada hari biasa dan hari-hari besar lainnya menurut Azzam & Muhyani (2019). Pikiran masyarakat yang akan diteliti bersumber dari ulasan atau komentar pengulas pada perangkat lunak *Google Maps* masjid Jogokariyan. Menurut Prakoso & Hermawan (2023) dan Cahyani (2023), *Google Maps* adalah perangkat lunak navigasi peta yang dapat diakses dan digunakan oleh pengguna internet untuk membantu mencari lokasi yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Selain itu, perangkat *Google Maps* telah berkembang menjadi perangkat yang mendukung bisnis, dengan adanya fitur *rating* (bintang satu sampai lima), fitur ulasan, fitur unggah foto dan video, dan fitur lapor lokasi yang salah. Kemudahan yang ditawarkan oleh *Google Maps* menjadikan perangkat lunak tersebut sering digunakan oleh pengguna internet, khususnya untuk mencari tempat yang ingin dikunjungi. Lebih lanjut, sekarang ini *Google Maps* dipertimbangkan oleh masyarakat sebagai alat ukur mencari tempat yang relevan, dengan melihat aktivitas lokasi sering dikunjungi, rating yang tinggi dan ulasan yang banyak ditulis oleh pengulas.

Ulasan yang ditulis oleh para pengunjung yang telah mengunjungi lokasi tersebut mampu memberikan informasi bagi calon pengunjung. Isi ulasan tersebut meliputi pengalaman pribadi seperti suasana di lokasi, pelayanan, kritikan dan hal lainnya. Mereka yang menulis ulasan *Google Maps* tersebut, menunjukkan ekspresi bahasa dan perasaan yang diungkapkan sebagai kebutuhan untuk berekspresi dengan menyampaikan pendapat masing-masing selama berada di lokasi tersebut. Selain itu, fitur ulasan tersebut akan menampilkan ulasan terbaru, sehingga para pengguna *Google Maps* dapat mengetahui informasi terbaru tentang lokasi yang ingin mereka kunjungi. Menurut Ipmawati (2024) fitur ulasan ini sangat membantu pengguna *Google Maps* untuk menyimpulkan bahwa tempat yang ingin mereka kunjungi layak atau tidak, dengan membaca ulasan-ulasan yang cenderung mirip dari para pengulas sebelumnya. Dengan adanya ulasan para pengguna *Google Maps*, penelitian sekarang ini dapat menganalisis pikiran majemuk masyarakat. Pikiran majemuk masyarakat tersebut tercermin dari ulasan ulasan *Google Maps* yang berbeda pada objek yang sama, sehingga akan menunjukkan pikiran mayoritas dan pikiran minoritas masyarakat terhadap suatu tempat.

Untuk mengetahui kebaruan penelitian terkait *frame* dan perspektif masyarakat pada ulasan *Google Maps*, beberapa tinjauan penelitian terdahulu diklasifikasikan berdasarkan kesamaan dengan penelitian yang sekarang ini. Tinjauan penelitian-

penelitian terdahulu dibagi menjadi dua bagian. Pertama, penelitian yang mengkaji ulasan *Google Maps* seperti penelitian yang ditulis oleh Khofifah, dkk (2022) yang meneliti wisata pantai di kabupaten Karawang, kemudian penelitian Utami & Erfina (2022) yang mengkaji objek wisata di Bali, selanjutnya riset yang dilakukan oleh Panjaitan & Supriadi (2023) yang menganalisis wisata *Heritage* kota Semarang. Ketiga penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh ulasan *Google Maps* terhadap antusiasme pengunjung. Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu terkait ulasan *Google Maps*, penelitian yang sekarang ini berbeda karena meneliti ulasan *Google Maps* pada masjid Jogokariyan Yogyakarta.

Kedua, tinjauan penelitian yang menggunakan pendekatan yang serupa dengan penelitian sekarang ini adalah dengan menggunakan pendekatan linguistik korpus dan *frame* Fillmore (1979) seperti penelitian yang ditulis oleh Cahyani (2023), dan Ipmawati, dkk (2024) yang meneliti tentang ulasan *Google Maps* pada tempat wisata dan penelitian mereka memiliki kesamaan pendekatan penelitian dengan menggunakan pendekatan *Support Vector Machine* (SVM). Kemudian penelitian yang ditulis oleh Aryadi, dkk (2023) yang meneliti ulasan *Google Maps* pengunjung hotel dan Mubaroroh, dkk (2022) yang meneliti ulasan Ruang Guru, keduanya menggunakan pendekatan yang sama yaitu menggunakan korpus dengan memanfaatkan perangkat lunak *Antconc*. Adapun penelitian lainnya adalah seperti yang ditulis oleh Prakoso & Hermawan (2023) yang meneliti ulasan *Google Maps* pengunjung Keraton Yogyakarta menggunakan pendekatan model *Machine Learning* (ML), namun memiliki kesamaan dengan penelitian Cahyani (2023) dan Mubaroroh, dkk (2022) yang menganalisis sentimen pengunjung. Beberapa tinjauan penelitian diatas berbeda dengan pendekatan penelitian yang sekarang ini, karena penelitian ini menggunakan korpus dan *Antconc* versi *Antconc* versi *_64bit* untuk mengumpulkan data. kemudian menganalisis data korpus menggunakan pendekatan *frame* dan perspektif Fillmore (1979).

Adapun penelitian lainnya yang tidak mengkaji ulasan *Google Maps*, tetapi menggunakan pendekatan korpus dengan perangkat lunak *Antconc* adalah seperti penelitian yang ditulis oleh Azzahra (2020) yang mengkaji kamus kedokteran Arab-Indonesia. Kemudian penelitian yang dikaji oleh Hizbullah, dkk (2019) yang meneliti *manuskrip* Arab di Nusantara. Selanjutnya penelitian terkait Covid 19 yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2022) yang meneliti istilah *Covid 19* dalam bahasa Indonesia dan Korea, dan riset yang dilakukan oleh Puspitasari & Sukma (2022) yang menganalisis konten berita hoax *Covid 19*. Berikutnya adalah penelitian yang ditulis oleh Az-Zahra dan Roselani (2024) yang meneliti berita terkait kekerasan seksual dalam media Jakarta Pos dan penelitian yang dilakukan oleh Alimuddin dkk, (2022) yang meneliti

berita-berita media Tirto.id. Selain itu, beberapa penelitian lainnya mengkaji teks bahasa lisan seperti penelitian yang dilakukan oleh Salama (2021) yang meneliti pidato presiden Donald Trump dan penelitian yang ditulis oleh Ilham & Sajarwa (2023) yang meneliti komentar warganet pada akun Instagram Rachel Venya. Beberapa penelitian diatas adalah penelitian yang bersumber dari teks formal (kamus, berita, dan manuskrip) dan teks non formal bahasa lisan (komentar warganet dan pidato), sedangkan penelitian yang sekarang ini menganalisis teks nonformal bahasa lisan *ulasan Google Maps* masjid Jogokariyan Yogyakarta, sehingga berbeda dengan tinjauan penelitian terdahulu.

Penelitian yang sekarang ini tidak sama dengan tinjauan penelitian terdahulu. Objek penelitian ini adalah ulasan Google Maps masjid Jogokariyan Yogyakarta yang belum pernah dikaji oleh peneliti terdahulu karena mayoritas berapa penelitian terdahulu mengkaji ulasan *Google Maps* pada tempat-tempat wisata. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan korpus yang dikombinasikan dengan *frame* dan perspektif Fillmore (1979). Berbeda dengan tinjauan penelitian terdahulu yang mayoritas menggunakan korpus digabungkan dengan analisis wacana kritis. Berdasarkan tinjauan penelitian yang ada, rumusan masalah dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu (1) Apa pendapat masyarakat tentang masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam ulasan *Google Maps*? dan (2) Bagaimana bentuk tinjauan pemikiran masyarakat terhadap masjid Jogokariyan dalam ulasan *Google Maps*?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian campuran antara penelitian kualitatif dan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan tangkapan layar (*screen capture*) dan transkrip ulasan *Google Maps* masjid Jogokariyan. Data yang digunakan adalah tuturan ulasan yang ditulis *reviewer* di *Google Maps* Jogokariyan dari tahun 2015-2024. Data ulasan ulasan yang dicatat dan ditranskrip tersebut dikumpulkan, kemudian diberi nama Korpus Google Maps Ulasan Masjid Jogokariyan 2024 yang disingkat (KUMJ24). Data ulasan *Google Maps* yang terkumpul dalam KUMJ24 sebanyak 18.432 ulasan dengan rating kepuasan sebanyak 4,9 bintang.

Data KUMJ24 yang terkumpul dalam bentuk *txt* kemudian diolah dengan pendekatan linguistik Korpus, dengan bantuan perangkat lunak *Antconc_64bit*. *Antconc_64bit* adalah perangkat lunak yang dapat menghitung jumlah kata, kemunculan token kata, dan identifikasi kata yang disambung. Data yang diperoleh dengan menggunakan korpus tersebut kemudian dianalisis menggunakan pendekatan linguistik kognitif, yaitu *frame* dan perspektif Fillmore (1979).

Ulasan yang diklasifikasikan berdasarkan korpus akan menghasilkan jumlah kata yang berbeda. Sehingga akan mudah dipahami jumlah kata terbanyak, frasa terbanyak, dan klausa yang paling dominan. Data ulasan mayoritas tersebut akan dianalisis menggunakan *frame* dan perspektif Fillmore (1979) untuk melihat kecenderungan pikiran yang ideal dan dominan dari para pengulas yang berbeda. Pikiran dominan yang sudah dianalisis menggunakan pendekatan *frame* dan perspektif Fillmore (1979) tersebut, akan menunjukkan tema-tema yang terkandung dalam ulasan masjid Jogokariyan. Lebih lanjut, tema tema yang berhasil dikelompokkan menggunakan pendekatan *frame* dan perspektif Fillmore (1979) akan mengerucut pada tema utama yang mencerminkan kesatuan pemikiran para pengulas Google Maps masjid Jogokariyan.

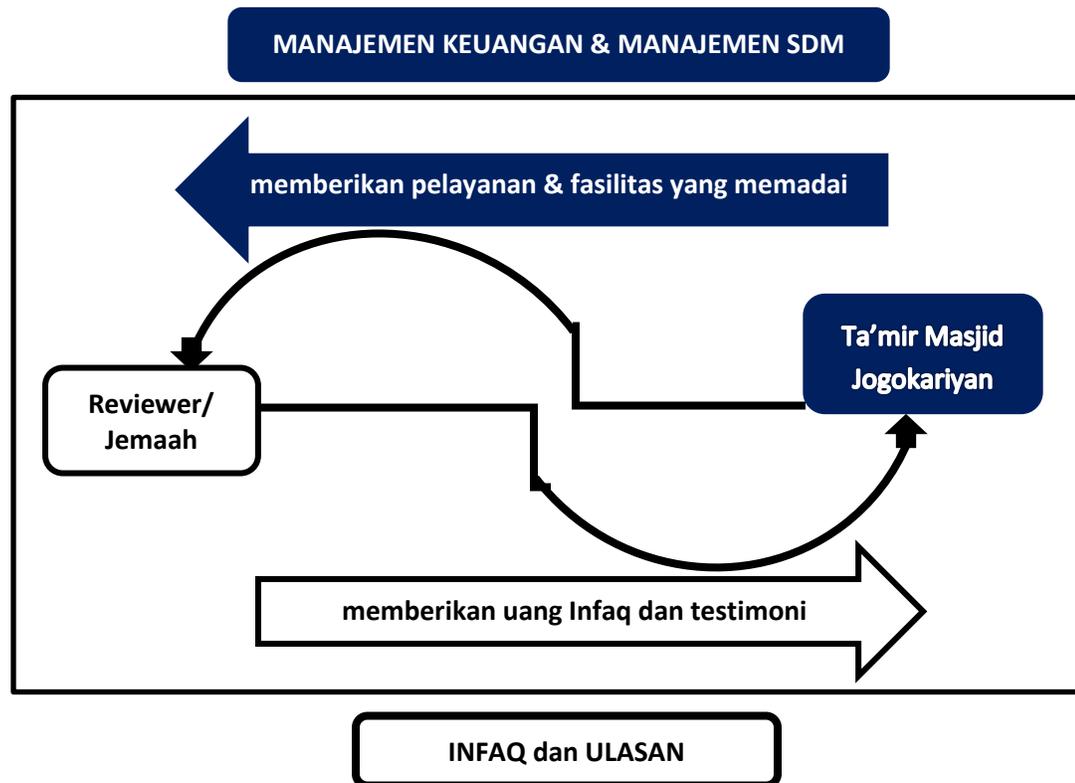
Tema utama yang telah ditentukan akan menunjukkan wacana yang ada di balik ulasan-ulasan yang ditulis para pengulas. Wacana yang dibangun dari tema utama tersebut merupakan hasil dari penelitian yang sekarang ini. Data penelitian ini disajikan dalam bentuk formal dan informal. Data penelitian yang disajikan dalam bentuk formal adalah data yang dijabarkan dalam bentuk bagan dan tabel, sedangkan data penelitian yang disajikan dalam bentuk informal adalah data yang dijelaskan dan diuraikan menggunakan bahasa biasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang sekarang ini dilakukan menunjukkan perspektif utama masyarakat terhadap masjid Jogokariyan yang ada di balik ulasan *Google Maps*. Ulasan-ulasan *Google Maps* yang serupa menunjukkan kata kunci, terkait tema yang sering dibahas oleh para pengulas. Beberapa tema yang dianalisis menghasilkan perspektif dominan di masyarakat yaitu masjid Jogokariyan adalah masjid yang memiliki kemampuan manajemen terbaik. Kesimpulan ini dihasilkan dari analisis dua tema mayoritas ulasan yaitu “manajemen keuangan” dan “manajemen sumber daya manusia”. Beberapa kata kunci dan tema yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Kata Kunci Perspektif Masyarakat

No	Komposisi Kata Kunci	Tema
1	Ramadhan/ Puasa/ Buka/ takjil/ Berbuka/ ngabuburit/ gratis/	Buka Puasa
2	Infaq/ infak/ saldo/ kas/ nol rupiah/ uang	Infaq
3	Manajemen/ management/ pengelolaan/ role model/ panutan/ terkenal/ nyaman	Manajemen
4	Wajib/ jemaah/ masyarakat/ sholat/ puasa/ berbuka/ penginapan gratis, makana gratis/ minuman gratis	Pelayanan



Bagan 1. Pola Terbentuk Perspektif Jemaah

Pada bagan terbentuknya perspektif jemaah di atas terjadi pertukaran manfaat antara jemaah dan pengurus masjid Jogokariyan. Infaq dari para jemaah yang terkumpul digunakan pengurus masjid untuk memberi pelayanan terbaik kepada jemaah. Para jemaah masjid Jogokariyan baik yang aktif maupun yang pasif mendapatkan hak yang sama yaitu pelayanan terbaik dari pengurus masjid Jogokariyan, sehingga mereka memberikan timbal balik ke masjid Jogokariyan berupa uang infak dan ulasan positif. Ulasan-ulasan tersebut dianalisis dan mengarah ke pemahaman masyarakat bahwa masjid Jogokariyan memiliki sistem manajemen keuangan yang dapat dipercaya dan manajemen sumber daya manusia yang profesional. Pemahaman masyarakat terkait tema manajemen keuangan yang baik dan manajemen individu yang berkualitas, menunjukkan pendapat mayoritas masyarakat dalam ulasan *Google Maps* bahwa masjid Jogokariyan adalah masjid dengan sistem manajemen teladan.

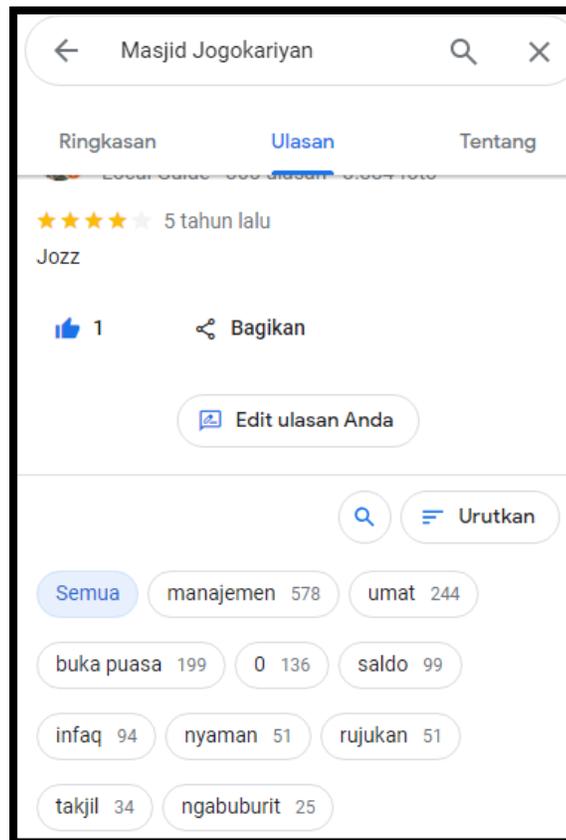
PEMBAHASAN

Frame adalah latar belakang pengetahuan yang dimiliki individu dan masyarakat. Menurut Fillmore (1979) kumpulan pengetahuan individu membentuk *frame* yang dapat dilihat dari tata bahasa tradisional. Sedangkan perspektif menurut

fillmore(1972) merupakan modalitas sudut pandang seseorang yang dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan karakter. Dalam penelitian yang sekarang ini, akan menganalisis pikiran ideal masyarakat terhadap masjid Jogokariyan Yogyakarta. Pikiran masyarakat tersebut diekspresikan menggunakan bahasa, salah satunya yang dituliskan di dalam ulasan *Google Maps* masjid Jogokariyan. Ulasan-ulasan terkait masjid Jogokariyan Yogyakarta tersebut akan diteliti, dan akan diklasifikasi bentuk kata, frasa, klausa, dan lainnya. Data-data tersebut akan menunjukkan perspektif ideal masyarakat yang ada dalam ulasan *Google Maps*. Perspektif ideal yang telah dianalisis tersebut dapat memperjelas *frame* utama apa yang ada di pikiran masyarakat terkait masjid Jogokariyan. Pembahasan pada penelitian yang sekarang ini, menjadi tiga bagian pembahasan yaitu; proses mengklasifikasi kata kunci, mengelompokkan kata kunci, dan menentukan perspektif dan frame masjid Jogokariyan Yogyakarta.

Mengklasifikasikan Kata Kunci

Eksprei bahasa yang dimunculkan dalam ulasan *Google Maps* diteliti secara bertahap. Langkah awal guna mengklasifikasikan kata kunci dalam penelitian ini, yaitu dengan mengumpulkan algoritma topik yang sering dibicarakan dalam ulasan *Google Maps*. Algoritma tersebut muncul, akibat adanya pengulangan penulisan kata yang persis dalam ulasan *Google Maps*. Letak algoritma kata kunci *Google Maps* dapat dilihat di bagian laman atas *dashboard Google Maps*. Bentuk algoritma tersebut adalah kata-kata yang berbeda dan menunjukkan angka yang menandai seberapa sering kata tersebut diulang. Satuan kata dalam algoritma, kemudian dipilih untuk melihat lebih banyak ulasan utuh pada *Google Maps* masjid Jogokariyan. Berikut tampilan algoritma *Google Maps* masjid Jogokariyan;



Bagan 2. Algoritma Ulasan Google Maps

Setiap algoritma kata kunci di atas, akan memuat kata dengan jumlah ulasan yang berbeda. Ada kata kunci yang jumlah ulasannya kurang dari seratus dan bahkan ada yang mencapai lebih dari lima ratus ulasan. Oleh karena itu, proses pengumpulan data ulasan dibatasi dengan sampling. Apabila jumlah ulasan dari kata kunci algoritma kurang dari seratus lima puluh ulasan, maka seluruh ulasan tersebut akan ditranskrip. Pembatasan berikutnya yaitu apabila kata kunci algoritma memuat lebih dari seratus lima puluh (150) ulasan, maka sampling yang akan ditranskrip sebanyak seratus lima puluh ulasan. Semua ulasan dijadikan ke dalam satu *file word* untuk di koreksi secara manual terkait apakah ada ulasan yang sama, dari pengulas yang sama tertulis dua kali, yang dapat menyebabkan kerancuan saat menghitung seluruh jumlah kata seluruh ulasan. *File* ulasan yang sudah bebas dari pengulangan akan dijadikan dalam file *txt* agar dapat dibaca oleh perangkat lunak *Antconc 64_bit*.

Beberapa fitur dalam perangkat lunak korpus *Antconc_64_bit* yang digunakan untuk menentukan ranking mayoritas kata adalah *Word List*, *Cluster N/gram*, dan *Concordance*. Dengan menggunakan beberapa fitur tersebut, penelitian berhasil mengelompokkan kata, dari kata dengan jumlah ulasan terbanyak ke yang paling

dikit. Ulasa kemudian diurutkan berdasarkan jumlah kata, mulai dari kata terbanyak ke-satu hingga ke-seratus. Berikut adalah tampilan sebagian urutan kata terbanyak dari urutan ke-satu hingga ke-tiga puluh delapan.

Rank	Freq	Word
1	1262	mesjid
2	618	yang
3	558	dan
4	522	di
5	352	untuk
6	342	yg
7	319	ini
8	253	ada
9	222	dengan
10	198	ramadhan
11	197	puasa
12	193	selalu
13	191	banyak
14	191	jamaah
15	191	jogokariyan
16	162	bisa
17	159	ke
18	155	dari
19	155	juga
20	153	sangat
21	137	buka
22	130	umat
23	122	sholat
24	120	karena
25	118	manajemen
26	118	saldo
27	113	nya
28	108	tempat
29	107	bulan
30	106	tidak
31	104	luar
32	102	setiap
33	101	infaq
34	96	biasa
35	93	sekitar
36	89	menjadi
37	89	takjil
38	88	mesjid

Bagan 3. Ranking Kata Dalam Ulasan Google Maps

Seratus ranking kata tersebut akan dikoreksi secara manual terkait kata apa saja yang memiliki hubungan dengan kata masjid Jogokariyan, sehingga perlu dicermati secara bertahap. Data yang dipilih adalah kata sifat dan kata benda yang cenderung mencerminkan pendapat masyarakat, sedangkan kata preposisi (*ke, dari, juga*) yang memiliki jumlah yang cukup banyak, tidak dimasukkan ke dalam klasifikasi kata kunci tahap pertama. Sehingga dari seratus (100) kata teratas, penulis kerucutkan menjadi dua puluh (20) kata yang diperkirakan mewakili perspektif masyarakat dalam ulasan *Google Maps*. Dua puluh kata tersebut adalah berikut;

Tabel 2. Klasifikasi Kata Kunci Tahap Pertama

No	Rank	Kata	Jumlah Kemunculan
1	10	Ramadhan	198
2	11	Puasa	197
3	15	Jamaah	191
4	21	Buka	137
5	22	Umat	130
6	23	Sholat	122
7	25	Manajemen	118
8	26	Saldo	118
9	33	Infaq	101

10	36	Takjil	89
11	39	Gratis	87
12	45	Berbuka	78
13	46	Pengelolaan	77
14	48	Nyaman	73
15	61	Nol	62
16	68	Terkenal	56
17	82	Kas	51
18	83	Infak	50
19	87	Ummat	47
20	90	Takmir	46

Dua puluh kata kunci diatas, akan diperiksa kembali dari kemungkinan adanya kata yang sama tetapi ulasannya berbeda seperti kata Infak dan infaq, yang sebenarnya merupakan kata yang sama. Perbedaan cara penulisan kata kata kunci tersebut disebabkan oleh banyak faktor, yaitu ketidakformalan bahasa pengulas, ketidaktelitian, atau disebabkan bahasa lisan. Dengan kekurangan tersebut, menunjukkan batasan dan kelemahan perangkat lunak *Antconc* yang tidak dapat mengelompokkan kata yang sama ketika penulisannya berbeda atau salah. Sehingga tahap pengelompokkan kata yang sama masih berlanjut pada tabel berikut;

Tabel 3. Kata Kunci yang Sama

Kata Kunci	Kata kunci yang sama	Bentuk Ulasan
Buka Puasa	takjil/ buka/ /buka puasa/ berbuka/ ngabuburit/ makanan/ minuman	Takjil gratis/ 3000 porsi buka makan gratis/ minuman gratis/
Infak	Infak/ infak/ uang	Infak nol rupiah/ infaq nol rupiah/ infaq beras
Saldo	saldo/ kas	Saldo kas harus 0/ saldo kas setiap hari 0/ saldo kas yang selalu 0/ saldo kas tiap bulan harus nol/ saldo nol persen/ saldo nol rupiah.
Manajemen	Manajemen/ pengelolaan/ role model/ manajemen/ panutan	Manajemen masjid modern, manajemen terbaik/ manajemen masjidnya luar biasa/ Pengelolaan masjid istimewa/

Setelah kata-kata yang sama dengan variasi tulisan yang berbeda berhasil dikelompokkan, tahap berikutnya adalah mengklasifikasikan kata berdasarkan tujuan yang sama. Hal ini dilakukan untuk menentukan kelompok kata yang lebih spesifik guna menentukan kata kunci, sebagai analisis berikutnya.

Mengelompokkan Kata Kunci

Beberapa kata yang sudah dikelompokkan ke dalam beberapa bagian yang lebih kecil, akan diamati secara berulang. Hal ini dilakukan untuk dapat menentukan kata kunci yang relevan mencerminkan apresiasi para jemaah atau pengulas kepada pengurus masjid Jogokariyan. Kata-kata kunci yang dipilih tersebut, menunjukkan ekspresi timbal balik antara keduanya. Sehingga dalam bagian ini kata kata kunci berupa klasifikasi kata sesuai tema yang digunakan pada analisis berikutnya.

Tabel 4. Kata Kunci Perspektif Pengulas

Tema	Komposisi Kata Kunci
Kampoeng Ramadhan Jogokariyan (KRJ)	Ramadhan/ Puasa/ Buka/ takjil/ Berbuka/ ngabuburit/ gratis/
Keuangan	Infaq/ infak/ saldo/ kas/ nol rupiah/ uang
Manajemen	Manajemen/ management/ pengelolaan/ role model/ panutan/ terkenal/ nyaman
Pelayanan	Wajib/ jemaah/ masyarakat/ sholat/ puasa/ berbuka/ penginapan gratis, makana gratis/ minuman gratis

Setelah kata-kata kunci dan tema berhasil diidentifikasi, tahap berikutnya adalah menentukan perspektif masyarakat dalam ulasan *Google Maps*.

Menentukan Perspektif Masyarakat dalam Ulasan Google Maps

Kata kata kunci dalam ulasan *Google Maps* yang dihasilkan akan dianalisis dengan pendekatan perspektif Fillmore (1979) untuk menentukan *frame* masyarakat terhadap masjid Jogokariyan. Ada dua perspektif yang dihasilkan yaitu perspektif eksternal masjid dan internal masjid. Perspektif eksternal masjid adalah jemaah, pengunjung, dan masyarakat sekitar yang sebagian aktif dan pasif dalam mengikuti kegiatan di masjid. Sedangkan perspektif internal masjid adalah aktor yang merupakan bagian inti masjid seperti takmir masjid, Dewan Kemakmuran Masjid (DKM), Imam, dan pengurus harian masjid Jogokariyan.

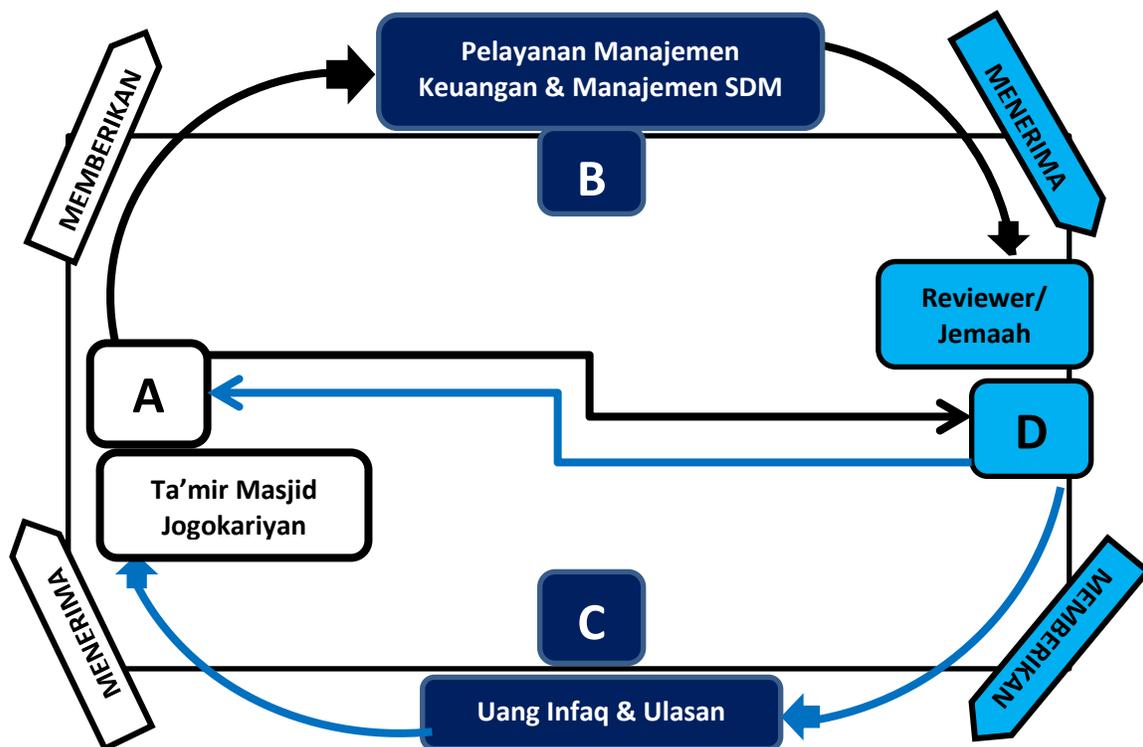
Dalam penelitian ini perspektif masyarakat eksternal masjid Jogokariyan diteliti lebih mendalam, sedangkan perspektif masyarakat internal masjid Jogokariyan tidak diteliti. Masyarakat eksternal cenderung menerima pelayanan dan menikmati fasilitas seperti program sosial-keagamaan dari pengurus masjid Jogokariyan, lain halnya dengan masyarakat internal yang melayani masyarakat eksternal. Perbedaan perspektif masyarakat eksternal dan internal cenderung memicu masyarakat

eksternal untuk mengungkapkan perasaan terkait pelayanan masyarakat internal masjid Jogokariyan. Para aktor dalam perspektif eksternal (jemaah, pengunjung, dan masyarakat) disederhanakan kembali kedalam mereka yang mengulas masjid Jogokariyan atau mereview *Google Maps*. Para pengulas *Google Maps* sebagian besar tergabung dalam *Local guide*. *Local guide* adalah komunitas pengulas *Google Maps*. Beberapa kata kunci yang dipilih membentuk empat tema umum yaitu (1)“Kampoeng Ramadhan Jogokariyan (KRJ)”, (2)“Keuangan”, (3)“Manajemen”, dan (4)“Pelayanan”. Keempat tema umum tersebut meliputi beberapa ulasan yang harus dikoreksi apakah dalam ulasan tersebut mencantumkan atau tidak kata kunci perspektif internal masjid seperti takmir, DKM, imam, dan pengurus harian masjid Jogokariyan. Beberapa ulasan yang mencantumkan aktor internal masjid akan menguatkan keempat tema. Tema yang cenderung lebih banyak mencantumkan kata aktor internal yaitu “manajemen”, “keuangan”, dan “Kampung Ramadhan Jogokariyan”, digabungkan menjadi tema besar sistem manajemen keuangan, sedangkan tema “Kampung Ramadhan Jogokariyan dan “pelayanan” digabungkan dan mengarah kepada sistem pelayanan profesional.

Untuk menentukan *frame* masyarakat terhadap masjid Jogokariyan, beberapa ulasan-ulasan yang telah diklasifikasikan berdasarkan kata kunci dan tema yang telah ditentukan, kemudian dikerucutkan menggunakan perspektif Fillmore (1979). Perspektif Fillmore menunjukkan bahwa kata kunci yang berjumlah mayoritas dan saling berkaitan adalah bagian-bagian dari *frame* masyarakat terhadap masjid Jogokariyan. Hal ini menyebabkan adanya kata kunci yang menduduki jumlah tertinggi, seperti kata kunci Ramadhan (198), Puasa, (197), dan jama’ah (191) namun, tidak cukup membentuk bagian *frame*, karena *frame* selain ditentukan oleh banyaknya kata kunci mayoritas dan saling berkaitannya kata kunci membentuk satu kesatuan. Beberapa kata kunci yang saling berkaitan dan memiliki jumlah yang mayoritas seperti kata kunci Infaq (101)/ infak (50)/ saldo(118)/ kas (51)/ nol rupiah (62)/manajemen (118)/ pengelolaan (77)/ terkenal (56)/ nyaman (73) membentuk frame “manajemen keuangan” sedangkan kata kunci jemaah (191)/ sholat (112)/ puasa (197)/ berbuka (137)/ gratis (87)/ Ramadhan (198)/ takjil (89)/ takmir (46)/ ummat 947)/ pengelolaan (77)/ nyaman (73) membentuk frame “manajemen sumber daya manusia”.

Frame “manajemen keuangan” berasal dari kesan masyarakat eksternal bahwa materi yang mereka titipkan kepada masjid Jogokariyan diolah dengan sangat baik. Uang infaq tersebut bahkan mampu memberi manfaat kepada masyarakat sekitar dan masyarakat muslim secara lebih luas. Lebih lanjut *frame* “manajemen sumber daya manusia” berasal dari reaksi para jemaah masjid Jogokariyan yang merasa dilayani

dengan baik oleh aktor internal masjid. Pelayanan yang disuguhkan berupa fasilitas dan program yang dapat meningkatkan kenyamanan jemaah baik yang aktif maupun pasif. Masyarakat eksternal masjid, akhirnya merasa dilayani sebagai tamu Allah, dengan pelayanan yang profesional, sehingga pelayanan yang diterima memengaruhi mereka menyebarkan informasi positif tersebut dari mulut ke mulut. Pelayanan yang diberikan oleh para pengurus internal masjid mencoba memberikan pemahaman bahwa masjid dapat melakukan banyak hal, tidak hanya sebatas tempat ibadah. Dengan demikian, para pengurus masjid Jogokariyan rutin melayani para tamu Allah yang ingin beribadah, beristirahat atau hanya sekedar berkunjung karena penasaran dengan masjid Jogokariyan. Untuk menjelaskan pola perspektif pengulas *Google Maps* masjid Jogokariyan adalah sebagai berikut.



Bagan 4. Pola Perspektif Fillmore Pada Pengulas Google Maps Masjid Jogokariyan

Pada bagan di atas (A) Pengulas, (B) Pelayanan (manajemen keuangan dan manajemen sumber daya manusia), (C) Uang infaq dan ulasan, (D) Ta'mir Masjid Jogokariyan. Pengurus masjid menerima Infaq dan ulasan positif di *Google Maps*, sedangkan jemaah mendapatkan pelayanan terbaik dari pengurus masjid Jogokariyan. Hubungan timbal balik ini, sedikit berbeda dengan kegiatan jual beli yang bertujuan untuk mendapatkan profit/keuntungan, karena pengurus masjid melayani para jemaah dengan tujuan, mengharap ridha Allah tanpa mengharap balasan materi

dari para jemaah. Hal ini selaras dengan tindakan yang dilakukan para jemaah yaitu memberikan infaq dan ulasan *Google Maps*. Kepercayaan para jemaah yang diwujudkan dengan memberi Infaq, dan kepuasan mereka diwujudkan dengan memberi ulasan pada *Google Maps*. Ulasan-ulasan positif yang sudah dianalisis secara bertahap menghasilkan *frame* “pelayanan terbaik” yang kemudian diidentifikasi menjadi pelayanan terbaik yang terkait “manajemen keuangan” dan pelayanan terbaik yang terkait “manajemen sumber daya manusia”. Kemasyhuran masjid Jogokariyan dapat menjadi media dakwah yang mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat kepada masjid Jogokariyan, sehingga memengaruhi jemaah dari dalam dan luar Yogyakarta.

PENUTUP

Simpulan

Dalam analisis ulasan *Google Maps* tentang masjid Jogokariyan, penelitian yang sekarang ini berhasil memetakan pokok pikiran para pengulas *Google Maps* masjid Jogokariyan, yakni perspektif dominan di masyarakat. Pokok pikiran masyarakat yang tercermin dalam ulasan *Google Maps* menunjukkan bahwa masjid Jogokariyan mempunyai sistem manajemen yang baik dalam pengelolaannya, baik manajemen keuangan maupun manajemen sumber daya manusianya. Selain itu masjid Jogokariyan juga mempunyai acara khusus yaitu Kampoeng Ramadhan Jogokariyan (KRJ), ATM Beras dan makanan dan minuman gratis, dan kegiatan sosial gratis lainnya. Oleh karena itu, kata kunci yang mendominasi ulasan adalah “manajemen”. Kata “manajemen pelayanan” diperkuat dengan bukti ungkapan manajemen terbaik/ pengelolaan/ panutan/ dan */role model* masjid. Kemudian turunan kata manajemen, merujuk kepada “manajemen keuangan” diperkuat oleh bukti ulasan saldo/ kas infaq/ infak/ nol rupiah/ saldo nol/ infak nol/ infaq nol/ dan/ kas nol rupiah. Berbeda dengan perspektif yang merujuk pada “manajemen sumber daya manusia” dipertegas dengan kata kunci seperti jemaah/ masyarakat/ sholat/ puasa/ berbuka/ penginapan gratis. Ulasan-ulasan yang mengandung kata kunci terkait “manajemen pelayanan”/ “manajemen keuangan”/ dan “manajemen sumber daya manusia” tersebut berasal dari keyakinan dan kepuasan para jemaah yang mendapatkan manfaat dan kemaslahatan yang diupayakan masjid Jogokariyan Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Alimuddin, M.R., Gusnawaty, G., & Salim, A.A. (2022). ‘Stance Expressions Pada Kanal Mild Report Situs Berita Tirto.Id: Analisis Linguistik Korpus’. *Jurnal Edukasi*

- Khatulistiwa : Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2), p. 55. Available at: <https://doi.org/10.26418/ekha.v5i2.59088>.
- Aryadi, J.A. *et al.* (2023). ‘Analisis Data Review Hotel di Google Maps Melalui Text Mining (Studi Kasus : Kabupaten Bandung)’, *JIKO (Jurnal Informatika dan Komputer)*, 7(2), p. 312. Available at: <https://doi.org/10.26798/jiko.v7i2.938>.
- Az-Zahra, R. and Roselani, N.G.A. (2024). ‘A Critical Discourse Analysis of Sexual Violence Narratives in The Jakarta Post’, *Lexicon*, 11(1), p. 34. Available at: <https://doi.org/10.22146/lexicon.v11i1.93145>.
- Azzahra, S.F. (2020). ‘Penyusunan Kamus Kedokteran Arab-Indonesia Dengan Pendekatan Linguistik Korpus’, *TSAQOFIYA Jurusan Pendidikan Bahasa Arab IAIN Ponorogo*, 2(2), pp. 60–66. Available at: <https://doi.org/10.21154/tsaqofiya.v2i2.37>.
- Azzam, A. and Muhyani, Y. (2019). ‘Manajemen Masjid Jogokariyan Yogyakarta Sebagai Pusat Kegiatan Masyarakat’, *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 3(1).
- Cahyani, A.D. (2023). ‘Analisa Kinerja Metode Support Vector Machine untuk Analisa Sentimen Ulasan Pengguna Google Maps’, *Journal of Computer System and Informatics (JoSYC)*, 4(3), pp. 604–613. Available at: <https://doi.org/10.47065/josyc.v4i3.3426>.
- Fillmore, C.J., DAVIDSON, D. and HARMAN, G. (1972). *Semantic of Natural Language*. Second Edition. Boston: D. Reidel Publishing Company (10.1007/978-94-010-2557-7).
- Fillmore, C.J., Kampler, D. and Wang, W.S.-Y. (1979). *Perspectives In Neurolinguistics And Psycholinguistics*. London: Academy Press.
- Hidayat, R. and Arimi, S. (2024). ‘In Absentia Data Bahasa dalam Kejahatan Berbahasa Putusan Mahkamah Agung: Kajian Linguistik Forensik’, *MIMESIS*, 5(1), pp. 48–59. Available at: <https://doi.org/10.12928/mms.v5i1.9579>.
- Hidayat, R., Kesuma, T.M.J. and Pangesti, H.W. (2024). ‘Register dakwah K.H. Said Aqil Siradj; Kajian Sociolinguistik’, *Jurnal Genre (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*, 6(2), pp. 358–370. Available at: <https://doi.org/10.26555/jg.v6i2.10125>.
- Hidayat, R. and Pangesti, H.W. (2023). ‘Sakralitas Sendekolo: Fenomena Spiritual Masyarakat Klaten Jawa Tengah’, *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 14(2), pp. 205–216. Available at: <https://doi.org/10.32505/hikmah.v14i2.7389>.
- Hidayat, R. and Pangesti, H.W. (2024a). ‘Analisis Semantik Leksikal dan Gramatikal Pada Lirik Syi'ir “Al ‘I'tiraf” Karya Abu Nuwas’, *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 14(1), pp. 1–17. Available at: <https://doi.org/10.37905/jbsb.v14i1.23077>.
- Hidayat, R. and Pangesti, H.W. (2024b). ‘Motivasi Keakraban dalam Pelanggaran Kesopanan Pada Iklan Sampo Head and Shoulders: Kajian Pragmatik’, *ESTETIK :*

- Jurnal Bahasa Indonesia*, 7(1), pp. 87–108. Available at: <https://doi.org/10.29240/estetik.v7i1.9853>.
- Hidayat, R. and Pangesti, H.W. (2024c). ‘Pola Komunikasi Santri Kelas Tujuh Dalam Memercayai Musyrif di Al Azhar Yogyakarta Boarding School’, *Jurnal Ilmiah KORPUS*, 8(1), pp. 13–22. Available at: <https://doi.org/10.33369/jik.v8i1.34247>.
- Hizbullah, N., Suryaningsih, I. and Mardiah, Z. (2019). ‘Manuskrip Arab Di Nusantara Dalam Tinjauan Linguistik Korpus’, *Arabi : Journal of Arabic Studies*, 4(1), p. 65. Available at: <https://doi.org/10.24865/ajas.v4i1.145>.
- Ilham, H.T.W. and Sajarwa, S. (2023). ‘Dehumanisasi ujaran kebencian dalam penggunaan kata “lu” pada komentar Instagram Rachel Vennya’, *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 6(3), pp. 871–880. Available at: <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.702>.
- Ipmawati, J., Saifulloh, S. and Kusnawi, K. (2024). ‘Analisis Sentimen Tempat Wisata Berdasarkan Ulasan pada Google Maps Menggunakan Algoritma Support Vector Machine: Sentiment Analysis of Tourist Attractions Based on Reviews on Google Maps Using the Support Vector Machine Algorithm’, *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), pp. 247–256. Available at: <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.1066>.
- Keraf, A.S. (2010). *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta: Kompas.
- Khofifah, W., Rahayu, D.N. and Yusuf, A.M. (2022). ‘Analisis Sentimen Menggunakan Naive Bayes Untuk Melihat Review Masyarakat Terhadap Tempat Wisata Pantai Di Kabupaten Karawang Pada Ulasan Google Maps’, *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 16(4), pp. 28–38. Available at: <https://doi.org/10.35969/interkom.v16i4.192>.
- Letmiros, L. (2020) ‘Jogokariyan Mosque In Yogyakarta: As A Legendary And Phenomenal Agent Of Change’, *International Review of Humanities Studies*, 5(02). Available at: <https://doi.org/10.7454/irhs.v0i0.254>.
- Mahdi, R. *et al.* (2022) ‘Analisis Kesalahan Tata Bahasa dan Diksi para Debator dalam Debat Ilmiah Bahasa Arab Muktamar ITHLA IX’, *Al-Ma‘rifah*, 19(1). Available at: <https://doi.org/10.21009/almakrifah.19.01.01>.
- Mubaroroh, H.H., Yasin, H. and Rusgiyono, A. (2022) ‘Analisis Sentimen Data Ulasan Aplikasi Ruangguru Pada Situs Google Play Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Classifier Dengan Normalisasi Kata Levenshtein Distance’, *Jurnal Gaussian*, 11(2), pp. 248–257. Available at: <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v11i2.35472>.
- Nakrowi, Z.S. (2022) ‘Revitalisasi Nilai Kearifan Lokal melalui Pembelajaran Debat Bahasa Indonesia’, *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 8(1). Available at: <https://doi.org/10.30605/onoma.v8i1.1726>.
- Nurcahyo, R., Aruan, A. and Aryana, I.N.R. (2022) *Pedoman Kompetensi Debat Mahasiswa Indonesia Tahun 2022*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (1).

- Panjaitan, C.H.P. and Supriadi, C. (2023) 'Analisis Sentimen Pengunjung Wisata Heritage Kota Semarang Menggunakan Naive Bayes Pada Ulasan Google Maps', *JETI Jurnal Elektronika dan Teknologi InformaSI*, 4(2).
- Prakoso, C. and Hermawan, A. (2023) 'Perbandingan Model Machine Learning dalam Analisis Sentimen Ulasan Pengunjung Keraton Yogyakarta pada Google Maps', *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 4(3), pp. 292–1302. Available at: <https://doi.org/DOI 10.30865/klik.v4i3.1419>.
- Puspitasari, D.A. and Sukma, B.P. (2022) 'Memotret Hoaks Covid-19 di Awal Pandemi Melalui Analisis Wacana Berbasis Linguistik Korpus', *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 11(2). Available at: <https://doi.org/10.26499/rnh.v11i2.5152>.
- Salama, A.H.Y. (2021) 'A methodological synergy of dramatic discourse analysis and corpus linguistics: From the discourse of US Presidents to Trump's 2016 Orlando speech', *Dil ve Dilbilimi Çalışmaları Dergisi*, 17(2), pp. 752–772. Available at: <https://doi.org/10.17263/jlls.904059>.
- Utami, D.S. and Erfina, A. (2022) 'Analisis Sentimen Objek Wisata Bali Di Google Maps Menggunakan Algoritma Naive Bayes', *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer & Informatika)*, 6.
- Wahyuningsih, S. (2022) 'Istilah Baru Era Pandemi COVID-19 di Bahasa Indonesia dan Bahasa Korea: Kajian Neologisme Pendekatan Linguistik Korpus', *JLA (Jurnal Lingua Applicata)*, 5(2), p. 82. Available at: <https://doi.org/10.22146/jla.70955>.