

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu bahan pokok yang paling banyak ditemukan di beberapa negara tetangga Asia adalah beras. Selain digunakan untuk dijadikan nasi, beras merupakan makanan lezat yang juga dijadikan bahan dasar berbagai macam makanan. (indonesia-investments.com, 2022). Maka dari itu ketika harga beras mengalami kenaikan akan begitu mempengaruhi di aspek kehidupan masyarakat khususnya di Indonesia. Pertumbuhan penduduk Indonesia sendiri menjadi tantangan untuk memenuhi kebutuhan pangan (cnnindonesia.com, 2022). Menurut databoks.katadata.co.id harga beras di Indonesia mengalami kenaikan, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data Sistem Pemantauan Pasar dan Kebutuhan Pokok (SP2KP) Kementerian Perdagangan, pada Oktober 2022 dari nilai rata – rata harga beras nasional per bulan (Maret 2018 – Oktober 2022).

Media *social* yang ramai digunakan di masyarakat meliputi *whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *twitter*. *Facebook* adalah salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh kalangan masyarakat. Menurut *kreativv.com* berdasarkan laporan dari perusahaan riset Insider Intelligence memprediksi *Facebook* merupakan media sosial yang paling populer, di tahun 2022 *Facebook* akan mempunyai pengguna aktif bulanan dengan total mencapai 2,1 miliar. Ini jumlah paling besar dibandingkan dengan sosmed lainnya, khususnya *Instagram*, *TikTok*, dan *Twitter* (*kreativv.com*, 2022). Terutama pada saat beredar berita mengenai Kenaikan harga beras. Banyak diperoleh berbagai tanggapan berupa komentar ataupun pendapat keluhan dan luapan dari berbagai kalangan masyarakat, di akun resmi *Facebook* CNN Indonesia pada postingannya pada tanggal 23 September 2022 (CNN Indonesia, 2022).

Masyarakat umum menyampaikan berbagai jenis keluhan dan luapan kekesalan masyarakat di akun media sosial CNN Indonesia di *Facebook*. (CNN Indonesia, 2022). Beragam opini dari masyarakat tersebut dapat menjadi bahan evaluasi serta acuan untuk pemerintah dalam menangani masalah kenaikan beras yang terjadi di Indonesia (*gramedia.com*, 2021). Informasi berfungsi sebagai dasar

pengambilan keputusan sedangkan keputusan ilmiah membutuhkan informasi yang akurat. Setiap pernyataan pemerintah harus didukung oleh dialog antara publik dan pembuat pernyataan, serta dialog dan partisipasi publik yang berkelanjutan. (gamedia.com, 2021).

Sentiment analysis atau analisis sentimen merupakan teknik untuk menganalisa pendapat, sentimen, sikap, penilaian, evaluasi dan emosi tentang produk, layanan, kegiatan tertentu atau pribadi. Tujuan dari analisis sentimen untuk menentukan opini dari seseorang dengan memperhatikan topik tertentu (C.Hasri & D.Alita, 2022). Tidak hanya itu, analisis sentimen adalah metode untuk mengumpulkan informasi pendapat masyarakat umum menggunakan *platform* media sosial yang berisi informasi umum dan peristiwa terkini (P.Suryani dkk, 2019) contohnya seperti yang sedang ramai saat ini yaitu kenaikan harga beras. Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis sentimen adalah menentukan domain dataset, *preprocessing*, *featured selection*, pelabelan, klasifikasi dan evaluasi (S.Lina dkk, 2022). Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah opini maupun tanggapan tersebut bersifat positif, negatif atau netral. Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk *sentiment analysis* diantaranya *Support Vector Machine*, *Machine learning*, *Random Forest*, *K-Nearest Neighbor*, *Decision Tree*, *Naïve Bayes Classifier* (M.cindo dkk, 2019). Salah satu metode yang digunakan dalam analisis sentimen yaitu metode *Naïve Bayes Classifier* (S.Lina dkk, 2022).

Algoritma *Naïve Bayes Classifier* merupakan salah satu algoritma klasifikasi yang banyak digunakan pada Data Mining ataupun Teks Mining. Metode ini dipilih dikarenakan sangat cocok untuk *short* data teks. Kelebihan dari *Naïve Bayes Classifier* adalah metode sederhana tetapi memiliki akurasi serta performansi yang tinggi dalam pengklasifikasian teks dari pada SVM (C.Hasri & D.Alita, 2022). Beberapa riset sebelumnya yang mengulas tentang analisis sentimen diantaranya analisis sentimen aplikasi e-government di Google Play dengan menggunakan algoritma *Naive Bayes Classifier*. Pada penelitian ini didapatkan rating tertinggi sebesar 89% untuk aplikasi review data Sentuh Tanahku. (A.Tanggraeni&.M.Sitokdana, 2022). Penelitian selanjutnya Analisis sentimen kinerja Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) pada twitter menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*. Menurut penelitian dengan menggunakan algoritma Naive Bayes,

yang mendapatkan skor akurasi sekitar 0,8 atau 80%, ini berarti bahwa sistem mampu memprediksi secara akurat 80% data yang diuji dari total sekitar 20%. (D.Duei Putri dkk, 2022).

Pengklasifikasi Metode *Naïve Bayes* banyak digunakan dalam pembelajaran mesin dibandingkan dengan metode pengajaran lainnya, metode ini sangat efektif dan mudah digunakan (M. Cindo et al., 2019). Ada beberapa penelitian yang menggunakan pengklasifikasi naif Bayes, seperti yang dilakukan oleh (S.Lina dkk, 2022) mengenai Analisis sentimen kenaikan harga BBM pertamax pada media sosial menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*. Penelitian ini menghasilkan tingkat akurasi tertinggi yaitu mencapai 99%. Penelitian selanjutnya Analisis Sentimen tweet KRI Manggala 402 di twitter menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier* menghasilkan tingkat akurasi sebesar 73% proses analisa dilakukan dengan metode *Naïve Bayes* untuk klasifikasi dokumen tweet (Djamaludin dkk, 2022). Metode klasifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Naïve Bayes Classifier*.

Dibandingkan dengan metode lain, metode *Naive Bayes Classifier* memberikan kinerja yang lebih baik, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian dari (Harun&Ananda, 2021) mengenai Analisis Sentimen opini publik tentang vaksinasi covid19 diIndonesia menggunakan *Naive Bayes* dan Decision tree. Penelitian ini menghasilkan tingkat akurasi Akurasi 100.00% dan Decision Tree dengan nilai akurasi 50.39% untuk data pada komentar *Facebook Page* Kementerian Kesehatan. Pada penelitian tersebut dapat diimplementasikan *Naive Bayes Classifier* sebagai algoritma rekomendasi terkait dengan sentimen masyarakat di Indonesia pada Fanspages Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Penelitian selanjutnya Penerapan metode *Naive Bayes Classifier* dan Support Vector Machine pada Analisis Sentimen terhadap dampak virus corona di twitter. Penelitian ini menghasilkan nilai akurasi data sebesar 81, 07 % untuk algoritma *Naive Bayes Classifier*, sedangkan untuk perbandingan menggunakan algoritma lain yaitu *Support Vector Machine* menghasilkan tingkat akurasi sebesar 79, 96% (C.Hasri & D.Alita, 2022).

Berdasarkan berbagai penjelasan latar belakang tersebut, maka akan dilakukan penelitian untuk memanfaatkan analisis Sentimen. Dataset yang

digunakan adalah dataset yang penulis lakukan sendiri menggunakan teknik *Scraping*. Pengambilan data teks merupakan data pada komentar *Facebook Page* CNN Indonesia berupa sentimen tentang Kenaikan Harga Beras Di Indonesia. Pada saat beredar berita mengenai kenaikan harga beras, banyak diperoleh berbagai tanggapan berupa komentar maupun pendapat keluhan dan luapan dari berbagai kalangan masyarakat. Data teks itulah yang dibuat dataset untuk proses latih dan uji *Machine learning* untuk klasifikasi memanfaatkan keunggulan metode klasifikasi *Naïve Bayes Classifier* (NBC) untuk menentukan polaritas sentimen bersentimen positif dan negatif.

Setelah proses klasifikasi selesai, selanjutnya proses visualiasi menggunakan diagram batang dan wordcloud dilakukan untuk mengetahui jumlah kata yang sering muncul pada keseluruhan sentimen yang diberikan terhadap kenaikan harga beras di Indonesia. Pada sentimen komentar negatif dan positif yang dihasilkan akan dilakukan analisis menggunakan diagram batang untuk mengetahui faktor – faktor penyebabnya. Hasil dari diagram batang tersebut diharapkan berguna bagi lembaga manajemen pemerintah dalam melakukan perbaikan dan mengetahui faktor – faktor apa saja yang mungkin menjadi perhatian atau saran dari berbagai golongan masyarakat umum.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memastikan tanggapan atau pendapat dari berbagai golongan masyarakat terhadap berita kenaikan harga beras di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan akan berfungsi untuk pemerintah sebagai sumber evaluasi serta penyelesaian masalah kenaikan harga beras di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah ditulis di Latar belakang, penelitian ini akan diselesaikan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana metode *Naïve Bayes Classifier* dapat digunakan untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap terhadap kenaikan harga beras di Indonesia pada media sosial *Facebook*?
2. Bagaimana cara saat melakukan klasifikasi sentimen untuk mengetahui tingkat akurasi metode *Naïve Bayes Classifier*?

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Kenaikan Harga Beras Di Indonesia Pada Media Sosial *Facebook* Menggunakan Metode *Naïve Bayes Classifier*” bertujuan untuk:

1. Menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier* untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap Kenaikan Harga Beras Di Indonesia dalam komentar media sosial *Facebook*.
2. Mengetahui keakuratan metode *Naïve Bayes Classifier* dalam melakukan klasifikasi sentimen terhadap dataset *record* kenaikan harga beras.

1.4. Batasan Masalah

Batasan Masalah diperlukan untuk menyelesaikan masalah dan kesalahpahaman dalam temuan penelitian dan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Berikut ini adalah batasan pencarian masalah:

1. Dataset berasal dari sosial media *Facebook* dari komentar postingan di akun CNN Indonesia pada tanggal 27 September 2022 sampai dengan 24 Maret 2023.
2. Dataset yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 670 opini record, yang sebelumnya saat *Scraping* data dalam proses *rows* pada *data scraper* diperoleh data sebanyak 1394 selanjutnya dalam proses penyimpanan data dalam bentuk file CSV menjadi 1336 data *opini record*.
3. Klasifikasi ini meliputi dua kelas, yaitu positif dan negatif.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1. Bagi Peneliti

Dalam proses menempuh pendidikan, penelitian ini bermanfaat untuk memenuhi salah satu syarat lulus untuk peneliti. Selain itu, penelitian ini juga dapat menambah wawasan bagi peneliti dalam karya tulis ilmiah khususnya tentang analisis sentimen. Serta peneliti dapat mengetahui hasil pembagian pola data teks atau dataset yang bersentimen negatif dan bersentimen positif.

1.5.2. Bagi pembaca

Akan bermanfaat untuk analisis hasil suatu produk (berupa jasa pelayanan, maupun barang). Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menggambarkan

persepsi berbagai kelompok masyarakat sehingga dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak terkait untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan guna menjamin kepuasan masyarakat.

1.5.3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Analisis Sentimen menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*.

