

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, pemilu biasanya diselenggarakan secara serentak lima tahun sekali,(Santoso & Nugroho, 2019). Pada tahun 2024 ini dilakukan pemilihan presiden dan wakil presiden Indonesia. Sebagai seorang politikus ingin maju untuk mencalonkan diri atau di calonkan partai sebagai Calon Presiden dan Wakil Calon Presiden Indonesia, tentu akan mempertimbangkan tingkat popularitas berdasarkan komentar masyarakat di sosial media tentunya. Twitter merupakan salah satu media sosial terpopuler yang berperan sebagai wadah komunikasi di masyarakat. Dengan menggunakan Twitter/X, seluruh orang di dunia dapat terhubung dengan keluarga, teman, dan kerabat melalui komputer atau ponsel mereka.(Fikri et al., 2020). Pada awalnya Twitter/X hanya di gunakan sebagai jejaring pertemanan saja, dan seiring berjalannya waktu, Twitter telah mengalami penggeseran sebagai sarana untuk mempengaruhi orang lain, menyebarkan berita, atau berpolitik dan sangat berguna untuk memberikan informasi kegiatan para tokoh politik atau publik. Twitter merupakan salah satu media sosial yang sangat populer dikalangan pengguna internet, hal ini dikarenakan kesederhanaan dan kemudahan dalam penggunaannya, serta pengguna dapat dengan bebas mengeluarkan pendapat atau opini mereka.(Giovani et al., 2020). Setiap pengguna Twitter/X, bebas mengunggah konten atau berkomentar tanpa ada batasan. Dengan keberadaan interaksi ini akan memberi efek interaksi sosial melalui media X dan membentuk semacam jaringan pertemanan atau komunitas.

Di era informasi yang semakin maju ini, media sosial telah memperkuat posisinya sebagai panggung utama di mana masyarakat dari berbagai lapisan dan latar belakang dapat berinteraksi, berbagi pemikiran, perasaan, dan opini tentang berbagai isu yang mencakup segala aspek kehidupan, termasuk politik. Dari *platform-platform* media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya, setiap individu memiliki kemampuan untuk mengekspresikan pandangan mereka secara langsung kepada *audiens* yang luas tanpa hambatan geografis atau waktu. Fenomena ini telah mengubah lanskap komunikasi dan partisipasi publik secara signifikan, memberikan suara kepada yang sebelumnya tidak terdengar dan memungkinkan dialog yang lebih luas dan terbuka tentang masalah-masalah krusial yang memengaruhi masyarakat. Namun, dengan kekuatan ini juga muncul tanggung jawab besar, karena setiap komentar, postingan, atau opini yang diungkapkan di media sosial memiliki potensi untuk mempengaruhi persepsi orang lain dan membentuk opini publik. Oleh karena itu, penting bagi pengguna media sosial untuk mempertimbangkan dampak dari setiap kata yang mereka sampaikan, serta untuk memastikan bahwa informasi yang mereka bagikan didasarkan pada fakta yang akurat dan pemikiran yang matang. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi alat yang sangat kuat dalam memperkuat partisipasi publik dalam proses politik dan meningkatkan pemahaman kolektif tentang isu-isu yang memengaruhi kita semua. Komentar-komentar dalam bentuk teks dikumpulkan dan dapat dianalisis menggunakan teknik analisis sentimen. Analisis sentimen bertujuan untuk memahami opini atau pendapat yang mengungkapkan persepsi dengan sentimen positif atau negatif, (Santoso & Nugroho, 2019). Data yang dibutuhkan untuk *analisis* ini berasal dari komentar-komentar masyarakat terhadap calon

Presiden dan Wakil Presiden Indonesia untuk tahun 2024 yang terdapat di *platform* Twitter/X. pendapat-pendapat yang ada di laman twitter menarik untuk diklasifikasikan ke dalam sentimen positif ataupun sentimen negatif. Klasifikasi sebuah pendapat merupakan bagian dari *data mining* khususnya *text mining* atau penambangan teks.(Aji Andika & Amalia Nur Azizah, 2019). Pada penelitian ini digunakan *naïve bayes* sebagai metode pembelajaran mesin, karena metode ini telah diuji dalam banyak penelitian berdasarkan *Naive Bayes* dan memberikan akurasi dan hasil evaluasi yang tinggi. (Al Muqsith Prasetyo & Hermawan, 2023).

Dalam penelitian yang dilakukan, implementasi hasil dari penerapan *algoritma Naive Bayes* dan *algoritma K-Nearest Neighbor (KNN)* pada analisis sentimen pembukaan destinasi pariwisata di masa pandemi Covid-19 berhasil dilakukan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *algoritma Naive Bayes* mencapai tingkat akurasi tertinggi sebesar 75,53%, dengan *precision* positif tertinggi mencapai 71%, *precision* negatif tertinggi mencapai 25%, *recall* positif tertinggi mencapai 99%, dan *recall* negatif tertinggi mencapai 14%. Sementara itu, untuk *algoritma K-Nearest Neighbor (KNN)*, tingkat akurasi tertinggi yang diperoleh adalah 48,66%, dengan *precision* positif tertinggi mencapai 69%, *precision* negatif tertinggi mencapai 14%, *recall* positif tertinggi mencapai 69%, dan *recall* negatif tertinggi mencapai 28%. Perbandingan tingkat akurasi antara kedua algoritma menunjukkan bahwa *algoritma Naive Bayes* memberikan kinerja terbaik dalam menganalisis sentimen masyarakat pengguna media sosial terkait pembukaan pariwisata di masa pandemi Covid-19.(Era et al., 2023).

Penelitian ini akan menggunakan metode *naive bayes* dalam analisis sentimen pilihan presiden di Indonesia tahun 2024, bertujuan untuk mengimplementasikan

sistem yang mampu mengklasifikasikan komentar-komentar yang tersebar di Twitter terkait pemilihan presiden, baik yang bersifat positif maupun negatif. Data yang digunakan diperoleh dari Twitter melalui teknik pengambilan data yang dilakukan melalui API Twitter, Setelah melakukan *crawling* pada Twitter/X dengan topik pilihan presiden di Indonesia tahun 2024, penelitian ini melibatkan proses pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut: *Cleaning, Case Folding, Normalizing, Tokenizing dan Stemming* kemudian di visualkan menggunakan *Wordcloud*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dalam uraian latar belakang di atas, maka penulis ingin memaparkan sebuah pernyataan, sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas *algoritma Naive Bayes* dalam melakukan analisis sentimen terhadap opini publik terkait Pemilihan Calon Presiden tahun 2024, dan sejauh mana akurasi model tersebut dalam mengklasifikasikan sentimen sebagai positif atau negatif, setelah melalui tahap pra-pemrosesan data yang komprehensif dan penggunaan teknik representasi teks yang sesuai?

UNUGIRI

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui efektivitas algoritma Naive Bayes dalam melakukan analisis sentimen terhadap opini publik terkait Pemilihan Calon Presiden tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi akurasi model Naive Bayes dalam mengklasifikasikan sentimen sebagai positif, negatif, atau netral setelah melalui tahap pra-pemrosesan data yang komprehensif dan penggunaan teknik representasi teks yang sesuai. Dalam konteks ini, penelitian akan mengeksplorasi sejauh mana algoritma Naive Bayes mampu mengenali dan memahami sentimen yang terkandung dalam opini publik terkait Pemilihan Calon Presiden tahun 2024.

1.4 Batasan Masalah

Adapun untuk memperoleh hasil dalam penelitian ini, terdapat Batasan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini akan menggunakan data ulasan masyarakat kepada pemilihan calon Presiden Indonesia tahun 2024, dari *platform* sosial media yang di ambil dari Twitter/X.
2. Penelitian ini akan menggunakan *algoritma Naive Bayes* untuk melakukan klasifikasi sentimen pada data yang di dapatkan dari hasil *Crawling* dari media sosial Twitter/X.
3. Data akan di proses dengan menginput data lalu di *Preprocessing* dan di klasifikasikan menggunakan algoritma *Naive Bayes*

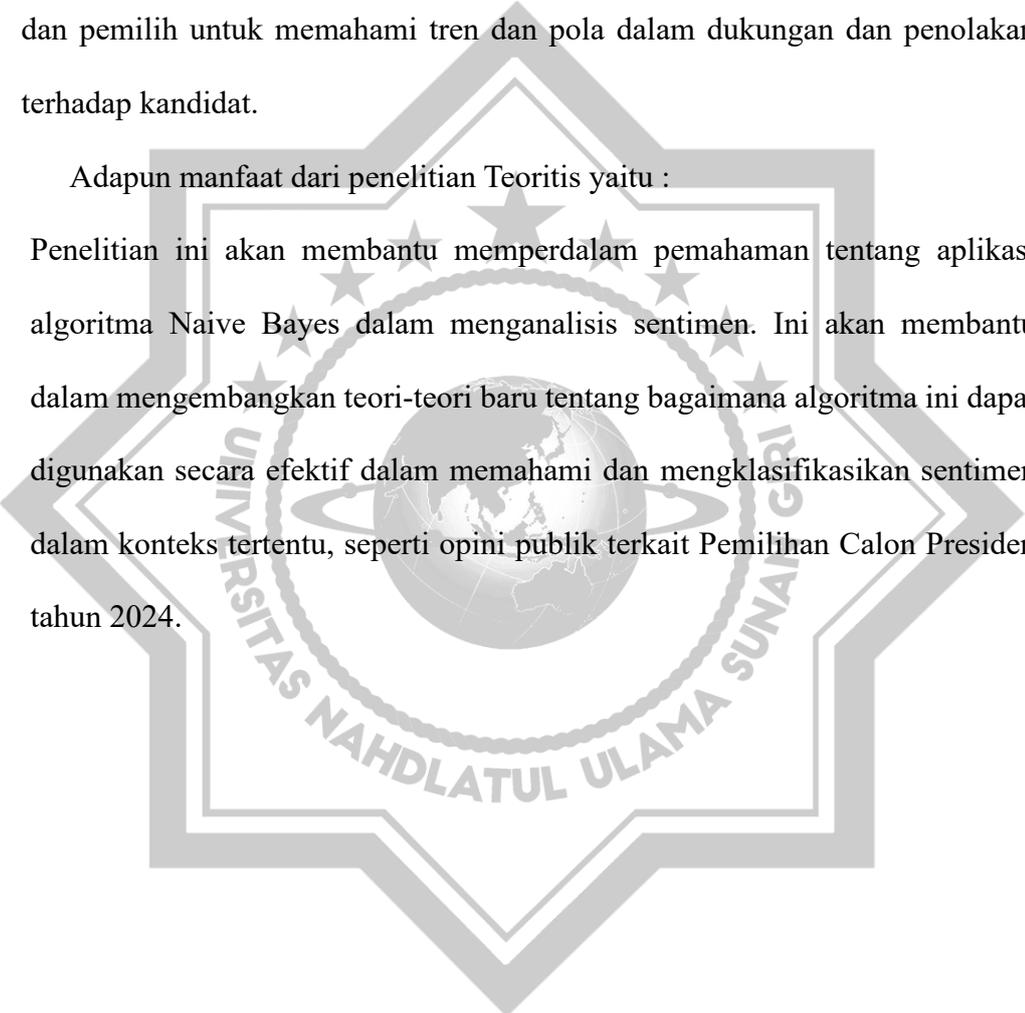
1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian Praktis yaitu :

1. Penelitian ini akan membantu dalam memahami preferensi dan opini publik. Ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para analis politik, kandidat, dan pemilih untuk memahami tren dan pola dalam dukungan dan penolakan terhadap kandidat.

Adapun manfaat dari penelitian Teoritis yaitu :

1. Penelitian ini akan membantu memperdalam pemahaman tentang aplikasi algoritma Naive Bayes dalam menganalisis sentimen. Ini akan membantu dalam mengembangkan teori-teori baru tentang bagaimana algoritma ini dapat digunakan secara efektif dalam memahami dan mengklasifikasikan sentimen dalam konteks tertentu, seperti opini publik terkait Pemilihan Calon Presiden tahun 2024.



UNUGIRI