

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kementerian Dalam Negeri melalui Direktorat Jendral Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Zudan Arif Fakrullah menyatakan jika jumlah penduduk Indonesia saat ini mencapai 273.879.750 jiwa, (*Kemendagri Merilis Data Penduduk Terbaru, Ada 273,8 Juta Jiwa Di Indonesia*, n.d.). Banyaknya jumlah penduduk Indonesia juga menyebabkan meningkatnya jumlah kendaraan, menurut data pada Badan Pusat Statistik pada tahun 2018-2020 tercatat bahwa, total kendaraan penduduk Indonesia mencapai 391.263.239 juta kendaraan, (*Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2018-2020*, n.d.). Dari jumlah kendaraan yang sangat banyak, tentu juga berpengaruh pada bahan bakar pada kendaraan itu sendiri, ketergantungan pada bahan bakar fosil memiliki dampak yang sangat besar bagi kelangsungan kehidupan manusia, seperti menipisnya cadangan minyak bumi, kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) akibat meningkatnya jumlah permintaan yang tidak sebanding dengan produksi minyak yang ada dan efek polusi udara. Disisi lain, pemerintah juga mendorong masyarakat untuk beralih dari kendaran berbasis bahan bakar minyak (BBM) ke kendaraan listrik, peraturan tersebut juga sudah ada yakni Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) No. 56 tahun 2020 tentang konversi sepeda motor dengan penggerak motor bakar menjadi Sepeda Motor Listrik Berbasis Baterai, (*Pemerintah Terus Dorong Penggunaan Mobil Listrik*, n.d.).

Hal tersebut dapat ditindak lanjuti untuk mengetahui opini masyarakat tentang kendaraan bahan bakar minyak dengan kendaraan motor listrik. Analisis sentiment merupakan proses yang dibutuhkan dalam menyaring opini masyarakat melalui berbagai media sosial contohnya pada *Twitter*, yang kemudian data tersebut diklasifikasi ke dalam kelas positif, netral atau negatif.

Dalam dunia bisnis, analisis sentimen pada *Twitter* itu sendiri dapat memberi keuntungan bagi masyarakat, pemerintah, ataupun perusahaan penyedia layanan atau produk melalui opini yang dituliskan pada *Twitter*. Pada penelitian analisis sentimen ini untuk melihat opini seseorang tentang penggunaan sepeda motor

listrik, dimana hasil sentimen yang diperoleh dapat memberi data atau masukan pada produsen kendaraan sepeda motor listrik dalam meningkatkan kualitas produknya selain itu juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam memilih kendaraan sepeda motor listrik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mendapatkan data opini publik pada media sosial *Twitter* yang digunakan untuk melakukan analisis sentimen?
2. Bagaimana persepsi masyarakat Indonesia terhadap kendaraan sepeda motor listrik dan motor bensin?
3. Berapa banyak *trend tweet* yang positif, netral, dan negatif terkait penggunaan kendaraan motor listrik dan motor bensin di *Twitter*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari permasalahan dalam penelitian, diperlukan adanya batasan masalah, adapun batasan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Proses klasifikasi analisis sentiment hanya untuk kata dengan tweet yang *berhashtag* motor bensin dan motor listrik.
2. Klasifikasi sentimen terbagi atas sentiment positif, netral dan negatif.
3. Jumlah data yang digunakan 480 data.

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat melakukan pengambilan data baik secara *crawling* atau *scrapping*.
2. Memberikan data kepada pemerintah atau pelaku bisnis untuk meningkatkan layanan ataupun kualitas produk kendaraan listrik serta sebagai acuan kepada masyarakat dalam memilih jenis kendaraan tersebut. .
3. Dapat mengukur trend positif, netral dan negatif tentang penggunaan kendaraan motor listrik dan motor bensin.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bermanfaat dalam memberikan informasi mengenai sentiment positif dan negatif terhadap penggunaan kendaraan motor listrik.
2. Memberikan data kepada pemerintah atau pelaku bisnis agar mengetahui kualitas pelayanan atau kualitas produk.
3. Menjadikan referensi bagi peneliti mendatang bila akan melakukan penelitian analisis sentiment dengan tema terkait.