

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia politik saat ini, media sosial telah menjadi platform penting untuk mengekspresikan opini dan sentimen masyarakat. Media sosial adalah sejenis media online yang dapat digunakan untuk melakukan banyak hal, salah satunya adalah memposting opini anda ke media online (Syahrohim dkk., 2024). Pemilihan umum, termasuk pemilihan Presiden tahun 2024 menjadi topik populer di platform media sosial seperti twitter. Pilpres yang diselenggarakan setiap lima tahun sekali dan merupakan acara nasional yang menandai pergantian kepemimpinan, telah menjadi subjek diskusi yang menarik di media sosial. Twitter adalah platform media sosial populer di mana orang menggunakan tweets untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi (Asro dkk.,2023). Hasil pengumuman setelah pemilu presiden 2024 akan berdampak besar terhadap emosi dan persepsi masyarakat. Oleh karena itu, analisis sentimen pada pengguna twitter dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana masyarakat merespon hasil pemilihan.

Twitter telah menjadi salah satu platform utama di mana masyarakat mengungkapkan pendapat, kekhawatiran, dan emosi mereka secara langsung dan terbuka. Dalam konteks Pilpres 2024, twitter menjadi wadah bagi pengguna untuk menyampaikan dukungan, kritik, atau kebingungannya terhadap hasil pemilu. Twitter adalah situs microblog, sebuah blog yang memungkinkan penggunanya menulis pesan singkat yang disebut tweet. Pesatnya peningkatan pengguna twitter setiap tahunnya mengakibatkan terciptanya data yang semakin banyak, fenomena ini disebut juga dengan fenomena big data (Nababan dkk., 2020).

Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 360 Tahun 2024 tentang Penetapan Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden. KPU menggelar Rapat Pleno Terbuka Penetapan Hasil Pemilu 2024 Tingkat Nasional, Rabu 20 Maret 2024 di Kantor KPU (KPU Tetapkan Hasil Pemilu Tahun 2024). Hasil Pilpres 2024 menjadi titik fokus utama analisis sentimen ini karena menjadi momen penentu arah

kebijakan dan kepemimpinan negara dalam periode mendatang. Pengumuman hasil tersebut bukan hanya sekadar pengungkapan angka atau nama pemenang, tetapi juga mencerminkan hasil dari proses demokratis yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Sebagai hasil yang sangat dinanti-nantikan, pengumuman ini dapat memicu reaksi emosional yang kuat dari berbagai segmen masyarakat. Pendukung kandidat yang menang mungkin merayakan dengan kegembiraan, kebanggaan, dan optimisme terhadap masa depan negara, sementara pendukung yang kalah bisa merasa kecewa, frustrasi, atau bahkan marah atas hasil yang tidak sesuai harapan. Analisis sentimen menggunakan metode *naïve bayes classifier* bertujuan untuk menggali dinamika reaksi masyarakat yang kompleks ini lebih dalam.

Tujuan dari analisis sentimen ini adalah untuk memahami pola-pola dalam respon masyarakat terhadap hasil Pilpres 2024 di twitter. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana teknologi, khususnya teknik analisis sentimen dapat digunakan untuk mengekstrak lebih banyak data dari media sosial yang tersedia. Menariknya, analisis sentimen dalam konteks pemilihan umum menarik dari sudut pandang hukum dan teknologi informasi. Setiap warga negara berhak atas informasi yang akurat dan tidak bias tentang setiap kandidat, menurut UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Asro dkk., 2023). Dengan menggunakan metode *naïve bayes classifier*, kita dapat mengklasifikasikan sentimen-sentimen tersebut ke dalam kategori positif dan negatif serta mengidentifikasi tren-tren yang muncul.

Sebelumnya analisis sentimen telah dilakukan menggunakan berbagai metode, termasuk analisis teks berbasis aturan dan pendekatan berbasis mesin pembelajaran seperti *naïve bayes classifier*. Namun metode *naïve bayes classifier* telah terbukti efektif dalam mengatasi kompleksitas bahasa natural dan memungkinkan klasifikasi sentimen dengan akurasi tinggi. Dengan demikian, banyak peneliti telah melakukan penelitian di bidang ini. Salah satu penelitian yang mendukung temuan ini yaitu penelitian dengan judul “Top 10 Algoritm in Data Mining”, yang menemukan bahwa algoritma *naïve bayes* ini termasuk dalam daftar sepuluh algoritma terbaik (Fais Sya' bani dkk ., 2022). Selain itu, ada banyak peneliti lain yang telah melakukan penelitian di bidang ini, seperti yang dilakukan oleh Akbar

Adi Susanto dan kawan-kawan pada analisis sentimen penerapan kurikulum merdeka pada twitter dengan metode *naïve bayes* yang memberikan hasil persentase akurasi sebesar 96% dari 256 data tweet yang digunakan dengan rasio pembagian 9:1 untuk data training dan data testing (Susanto dkk., 2023). Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Santoso dan Nugroho dengan judul analisis sentimen yang dilakukan terhadap calon presiden Indonesia pada tahun 2019 yang menggunakan data dari media sosial facebook. Hasil dari penelitian ini Joko Widodo memperoleh 85% sentimen positif, dan 15% untuk sentimen negatif sedangkan Prabowo Subianto memperoleh 76% sentimen positif dan 24% untuk sentimen negatif sedangkan untuk metode klasifikasinya memperoleh hasil akurasi sebesar 86,4% (Santoso & Nugroho, 2019).

Metode *naïve bayes classifier* memiliki keunggulan dalam mengklasifikasikan teks berdasarkan kemungkinan munculnya kata-kata kunci karena menggunakan model probabilitas untuk menentukan korelasi antara setiap kata atau fitur dengan kelas sentimen yang diinginkan seperti positif dan negatif. Dengan menggunakan sejumlah besar data teks dari twitter, metode ini dapat dengan cepat memeriksa dan menghitung kemungkinan bahwa set kata-kata tertentu akan muncul dalam jumlah besar. *Teorema Bayes* adalah dasar dari konsep *naïve bayes* yang merupakan teorema dalam ilmu statistik yang digunakan untuk menghitung peluang. *Naïve bayes classifier* dapat menghitung peluang untuk satu kelas terhadap semua atribut yang tersedia dan menentukan kelas yang paling ideal. Algoritma *naïve bayes classifier* digunakan untuk mencari dan menghitung nilai probabilitas tertinggi untuk mengklasifikasikan data uji ke dalam kategori yang paling sesuai (Abdillah & Hasan, 2023). Oleh karena itu, kami dapat dengan mudah mengidentifikasi sentimen yang mungkin mendominasi setiap tweet atau keseluruhan kumpulan twitter yang dianalisis, yang memungkinkan kami untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang reaksi masyarakat terhadap hasil pemilihan presiden 2024.

Dengan menggunakan metode *naïve bayes classifier* dalam analisis sentimen terhadap Pilpres 2024 di twitter, diharapkan bahwa penelitian ini dapat mempelajari opini masyarakat tentang hasil pemilihan presiden Republik Indonesia pada tahun

2024. Dengan memahami bagaimana perasaan masyarakat berubah setelah pemilihan, kita dapat mengevaluasi reaksi dan dukungan kita terhadap pemerintahan baru serta potensi efeknya terhadap stabilitas politik dan kinerja pemerintahan kedepannya.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun tujuan laporan akhir ini adalah untuk membuat data sentimen yang mengolah informasi:

- a. Bagaimana implementasi algoritma *naïve bayes classifier* dalam menganalisis sentimen masyarakat terhadap topik pasca pilpres 2024 pada twitter?
- b. Bagaimana hasil akurasi dalam mengklasifikasikan tweet menjadi kelas positif dan negatif tentang hasil pengumuman pasca pilpres 2024?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan laporan akhir ini adalah untuk membuat data sentimen yang mengolah informasi:

- a. Untuk mengetahui hasil analisis sentimen terhadap topik pasca pilpres 2024 pada media sosial twitter menggunakan metode *naïve bayes classifier*.
- b. Mengetahui hasil akurasi dalam pengklasifikasian analisis sentimen terhadap hasil pengumuman pasca pilpres 2024 pada twitter.

1.4 Manfaat

Salah satu manfaat yang diharapkan dari temuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mencari informasi tentang sentimen masyarakat di Twitter yang dapat membantu pemilih menentukan calon presiden yang sesuai dengan aspirasi mereka dalam lima tahun kedepan.
- b. Menjadi referensi untuk dilakukannya evaluasi oleh pemerintah dari analisis sentimen yang dilakukan