

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari yang tidak luput dari dunia digital dan internet. Dalam pemanfaatannya, perusahaan yang bergerak dalam dunia bisnis menggunakan keterlibatan media sosial untuk mengetahui pendapat atau opini, preferensi, dan sikap masyarakat. Media sosial dalam hal analisis dapat membantu ranah bisnis dalam membuat dan mengambil keputusan yang tepat mengenai sikap, preferensi, kebutuhan, dan tren yang menyangkut pelanggan dan calon pelanggan. Dalam hal ini, beredarnya data yang ada di media sosial harus diperhatikan untuk perusahaan dalam memilih dan memilah informasi atau data apa pun yang dibutuhkan (Sari & Prabowo, 2021).

Bagi orang-orang yang menggunakan media sosial tentu akan merasakan manfaat yang diperoleh, salah satunya untuk kebutuhan pembayaran yang cepat dan mudah dalam melakukan transaksi. Salah satu dampak berkembangnya teknologi yang paling pesat baru-baru ini yaitu peningkatan penggunaan masyarakat terhadap uang elektronik atau dompet digital sebagai alat yang berguna dalam metode pembayaran. Pemanfaatan dompet digital dalam new normal melibatkan pengurangan interaksi fisik dengan orang lain atau barang-barang tertentu karena masyarakat tidak akan melakukan transaksi di luar rumah. Dompet digital telah berkembang menjadi alat metode pembayaran yang aman, mudah, dan praktis (Rahma et al., 2021).

Analisis pada media sosial merupakan alat yang sangat berguna untuk memahami sikap atau perilaku dan opini masyarakat terhadap suatu hal yang akan membantu dalam menemukan kebutuhan masyarakat. Hasil analisis media sosial tersebut dapat digunakan oleh ranah bisnis dalam membuat keputusan mengenai sikap, opini, kebutuhan, dan trend pelanggan dan calon pelanggan. Penggunaan media sosial terhadap masyarakat yang aktif akan memudahkan akses memperoleh informasi. Salah satu platform media sosial yang sangat populer di seluruh dunia, termasuk masyarakat Indonesia adalah aplikasi media sosial X yang dahulunya adalah Twitter. Banyak orang yang menggunakan X sebagai tempat menulis

sesuatu, baik positif maupun negatif. Analisis sentimen merupakan proses yang digunakan dalam proses analisis opini masyarakat terhadap suatu masalah yang ada pada jejaring sosial berbasis web. Analisis ini akan mengklasifikasikan dan mengevaluasi sentimen dalam teks menggunakan teknik pemrosesan data. Tidak jarang, ulasan atau komentar pelanggan di media sosial akan membantu bisnis dalam memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Pengumpulan data yang dilakukan guna untuk evaluasi penilaian masyarakat terhadap penggunaan dompet digital dalam membantu dan mempermudah dalam melakukan pembayaran salah satunya dapat dilihat pada media sosial X (Suryadi et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang diatas, sebuah penelitian diperlukan untuk kebutuhan identifikasi terkait reaksi dan opini masyarakat terhadap penggunaan dompet digital. Oleh karena itu, dibutuhkan model klasifikasi berupa sentimen analisis untuk menentukan dan mengetahui ulasan atau opini yang bernilai negatif, positif, atau netral. Dalam hal ini, analisis sentimen pengguna dompet digital akan berguna dalam memahami bagaimana pengguna mengekspresikan sentimen atau opini mereka terhadap dompet digital. Dalam penelitian ini, proses klasifikasi menggunakan Metode *Naïve Bayes Classifier* untuk mengetahui seberapa jauh tingkat penelusuran data dari data media sosial yang dikumpulkan. Setelah melakukan riset terhadap beberapa varian model dari metode *Naïve Bayes Classifier*, yaitu Gaussian, Bernoulli, Complement, Multinomial, dan Categorical, dipilih varian model *Multinomial Naïve Bayes Classifier*. Pemilihan ini didasarkan karena model tersebut sesuai untuk fitur frekuensi kata yang diperoleh dari TF-IDF terhadap dataset tweet opini yang baik (clean). Model tersebut juga memiliki beberapa keunggulan, di antaranya sangat relevan digunakan untuk analisis sentimen data teks pada media sosial salah satunya adalah X (Twitter). Selain itu, *Multinomial Naïve Bayes Classifier* memiliki sifat sederhana dalam perhitungan, khususnya dalam hal probabilitas pada proses pelatihan model pada sentimen masyarakat terhadap dompet digital (Putri et al., 2025).

Dalam menganalisis sentimen, agar informasi hasil analisis yang diperoleh dapat dipahami dengan mudah, penyajian data dengan mengubah hasil analisis ke dalam bentuk visual sangat penting. Visualisasi dalam bentuk seperti grafik atau

diagram berperan dalam menyederhanakan data sehingga mempermudah dalam membaca hasil dari analisis yang dilakukan. Melalui visualisasi, dapat mengidentifikasi dan mengenali lebih informatif tren pengguna dan perbedaan sentimen antar beberapa dompet digital

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sentimen atau opini pengguna terhadap maraknya penggunaan dompet digital yang tersedia dan berkembang saat ini pada media sosial X yang dapat dijadikan gambaran untuk perusahaan dalam membuat keputusan dan layanan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, serta memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aplikasi dompet digital mana yang tepat untuk digunakan dalam kegiatan transaksi non-tunai.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat beberapa rumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana cara melakukan analisis data sentimen pengguna dompet digital pada pengguna Dana, Gopay, dan Shopeepay di media sosial X?
2. Bagaimana implementasi Metode *Multinomial Naïve Bayes Classifier* dalam analisis sentimen pengguna dompet digital pada pengguna Dana, Gopay, dan Shopeepay pada media sosial X?
3. Bagaimana hasil akurasi Metode *Multinomial Naïve Bayes Classifier* dalam melakukan pengklasifikasian analisis sentimen terhadap opini pengguna dompet digital di media sosial X?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian memiliki batasan masalah agar fokus pada tujuan permasalahan, maka batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya fokus pada analisis sentimen dompet digital pengguna Dana, Gopay, dan Shopeepay yang berasal dari media sosial X.
2. Data yang dikumpulkan hanya dari periode tertentu dan tidak mencakup semua data yang tersedia.

3. Analisis sentimen dilakukan dengan penekanan menggunakan Metode *Multinomial Naïve Bayes Classifier* pada pola sentimen dompet digital.
4. Pengambilan data dilakukan dengan mempertimbangkan periode waktu tertentu. Untuk keperluan analisis sentimen penelitian ini, data diambil dari rentang waktu antara tahun 2024 hingga 2025.

1.4 Tujuan

Dari rumusan masalah diatas, diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengembangkan cara dalam analisis data sentimen pengguna dompet digital yang dengan menggunakan Metode *Multinomial Naïve Bayes Classifier* di media sosial X.
2. Untuk mengimplementasikan Metode *Multinomial Naïve Bayes Classifier* dalam melakukan analisis sentimen dan pengklasifikasian pengguna dompet digital pada media sosial X.
3. Untuk mengetahui dan mengevaluasi hasil akurasi efektivitas Metode *Multinomial Naïve Bayes Classifier* dalam melakukan analisis sentimen terhadap opini pengguna dompet digital di media sosial X.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Memahami akurasi analisis sentimen dengan menggunakan metode *Multinomial Naïve Bayes Classifier* untuk memudahkan dalam memahami pengguna dalam mengekspresikan sentimen mereka terhadap dompet digital.
2. Visualisasi data dari hasil analisis sentimen beberapa dompet digital pada media sosial X dapat memudahkan pembaca dalam memahami tren serta membandingkan antar dompet digital, sehingga mendukung dalam pengambilan keputusan berbasis data lebih efektif.
3. Informasi dalam mempertimbangkan dompet digital mana yang memiliki layanan terbaik diantara beberapa dompet digital yang ada pada penelitian ini.