

BAB 1. PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Media sosial di Indonesia sudah berkembang dengan pesat. Salah satu media sosial yang sering dipakai adalah Twitter. Twitter merupakan media sosial microblog yang memungkinkan pengguna untuk mengirimkan pesan yang dibatasi hingga 280 karakter per pesan yang biasa disebut tweet, dikirim oleh pengguna kepada pembacanya atau follower. Twitter dapat diakses melalui website atau aplikasi gratis yang bisa langsung di download melalui ponsel masing - masing pengguna. Twitter digunakan oleh semua orang untuk melakukan penilaian dan mengeluarkan opini mengenai segala sesuatu, melakukan posting dan rating dengan opini yang berbeda - beda. Dalam sistem Twitter, tanda # atau hashtag menunjukkan topik-topik khusus yang sedang dibahas. Fungsi hashtag dalam Twitter antara lain sebagai media pencarian dan menampilkan informasi lebih mudah, dan sebagai penanda topik yang sedang ramai atau trend.

Twitter adalah salah satu media sosial yang populer dan banyak digunakan pada saat ini. Twitter menempati peringkat kedua sebagai media sosial teraktif di Indonesia. Menurut laporan terbaru *We Are Social*, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya ada kenaikan 17 % atau 25 juta pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan total populasi di Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka artinya 64% setengah penduduk Indonesia telah merasakan akses ke dunia maya. Riset per November 2019, juga dari *We Are Social* menyebutkan pengguna Twitter di Indonesia mencapai 78 juta pengguna. Ditambah lagi dengan adanya era pandemik COVID – 19 ini banyak yang diharuskan untuk tetap dirumah saja. Jadi tidak menuntut kemungkinan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia akan terus bertambah terlebih lagi penggunaan media sosial

Twitter akan terus bertambah. Pertumbuhan ini membuat orang – orang menikmati berbagai kegiatan mereka di media sosial, termasuk informasi, keluhan dan lain – lain mengenai pandemik COVID – 19 ini. Di masa pandemik COVID – 19 ini, di Indonesia banyak pengguna memanfaatkan Twitter untuk memberikan pernyataan atau opini mengenai COVID – 19 ini dengan menggunakan hastag COVID – 19 dan membuat sebuah tweet yang cenderung berisi opini positif maupun negatif. Kecenderungan tweet dengan hastag COVID -19, dapat diketahui dengan analisa opini atau analisis sentimen. Analisis sentimen adalah upaya untuk melihat pendapat atau kecenderungan sentimen negatif atau positif berdasarkan teks tweet yang dibaca sesuai dengan topik yang dicari. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah klasifikasi yang dapat menganalisis sentimen, terutama tweet yang berbahasa Indonesia.

Penelitian ini sebelumnya telah dilakukan oleh Aloysius Kurniawan Santoso, Astrid Noviriandini, Aliyah Kurniasih, Bagus Dwi Wicaksono, Ahmad Nuryanto tahun 2021 dengan judul “Klasifikasi Persepsi Pengguna Twitter Terhadap Kasus Covid-19 Menggunakan Metode *Logistic Regression*” . Pada penelitian tersebut menggunakan metode *Logistic Regression* dengan memberi variasi *hyperparameter* L2 dan *None*. Pada *hyperparameter* L2 diperoleh nilai akurasi 77% dan F1 score sebesar 74%. Dan variasi *hyperparameter* *None* diperoleh nilai akurasi 74% dan F1 score 70%.

Pada tugas akhir ini, peneliti akan lebih fokus pada analisis sentimen di media sosial twitter terhadap hastag COVID – 19 dengan menggunakan metode *Logistic Regression*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka dapat diambil beberapa masalah yang dapat dibahas dalam tugas akhir ini yaitu :

1. Bagaimana menerapkan metode Logistic Regression untuk pengklasifikasian analisis sentimen terhadap penggunaan hastag COVID – 19 di Twitter untuk mengetahui sentimen positif atau negatif ?
2. Bagaimana perhitungan Logistic Regression untuk mengetahui tingkat akurasi yang dihasilkan metode tersebut dari data yang sudah ada ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan metode Logistic Regression yang digunakan untuk klasifikasi sentimen terhadap penggunaan hastag COVID – 19.
2. Untuk mengetahui tingkat akurasi perhitungan Logistic Regression terhadap data yang sudah ada.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai sentimen positif dan negatif terhadap penggunaan hastag COVID – 19 di masa pandemik ini.
2. Bermanfaat bagi penulis untuk menambah wawasan ilmu baru dipelajari, sehingga dapat mengukur tingkat akurasi dari metode Logistic Regression.