

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Anies Baswedan, seorang gubernur DKI Jakarta yang menjabat pada masa bakti tahun 2017 sampai tahun 2022. Anies Baswedan merupakan akademisi yang selalu tampil di panggung Indonesia. Hadirnya Anies ke dalam panggung politik menjadikannya seorang Gubernur di ibukota Indonesia (Nurul dan Anggit, 2020). Anies Baswedan memiliki keahlian yang cukup baik dalam memposisikan dirinya di berbagai hal. Dalam beberapa kasus kebijakan-kebijakannya dan apa yang dilakukannya menjadi suatu perhatian kontroversi dalam perpolitikan di Indonesia (Halim, 2020). Pada pemilihan gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan beserta tim suksesnya melakukan pendekatan terhadap pemilih generasi muda dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital. Oleh karena itu Anies Baswedan sangat aktif di media sosial (Waluyo, 2019).

Anies Baswedan mampu menyita perhatian publik sepanjang tahun walau dia tergolong baru dalam dunia politik. Sepak terjangnya dalam kancah politik Indonesia tidak terhenti disitu saja, Anies Baswedan dikabarkan juga menjadi salah satu dari bakal calon presiden menjelang digelarnya Pemilihan Presiden tahun 2024-2029 mendatang, berita mengenai bakal calon presiden dan wakil presiden mulai menjadi topik pemberitaan media massa di Indonesia (Haris, Amalia & Hanafi, 2022). Pada bulan oktober tahun 2022 ini Anies Baswedan kembali hangat diperbincangkan di berbagai media karena terkait dengan politik identitas (Iqbal Muhtarom, 2022). Secara teoritis politik identitas adalah politis untuk mengedepankan kepentingan-kepentingan dari anggota suatu kelompok karena memiliki kesamaan identitas atau karakteristik, baik ras, etnis, gender atau keagamaan (Nasrudin, 2018). Politik identitas dapat memunculkan toleransi dan kebebasan, namun di lain pihak, politik identitas juga akan memunculkan pola intoleransi, kekerasan verbal dan juga pertentangan etnik (lipi.go.id), hal ini tentu menarik perhatian masyarakat di media sosial, banyak spekulasi yang beredar dan menimbulkan pro dan kontra terutama oleh pengamat politik.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai citra Anies Baswedan guna mendapatkan suatu data dan informasi yang diharapkan dapat dijadikan referensi oleh tim sukses Anies Baswedan dalam melakukan komunikasi politik melalui opini dan pendapat masyarakat mengenai Anies Baswedan. Opini dan pendapat masyarakat dapat disampaikan dengan berbagai macam media. Menurut data dari agensi pemasaran *We Are Social* dan layanan konten *HootSuite* (Kemp, 2022), Pada bulan Januari tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta. Pengguna media sosial di Indonesia mencapai 68,9% dari populasi yaitu sebanyak 191,4 juta. Salah satu media sosial yang sering dipakai oleh publik yaitu Twitter.

Media sosial Twitter merupakan layanan jejaring sosial microblog daring yang memungkinkan pengguna untuk berbagi tweet atau pesan teks, pengguna media sosial di Indonesia yang memiliki akun Twitter yaitu sebanyak 18,45 juta (Kemp, 2022). Twitter menjadi salah satu cara masyarakat dalam merespon berbagai hal melalui media sosial, baik berupa respon positif maupun negatif (Pane & Ramdan, 2022). Oleh sebab itu, Twitter memiliki kelebihan dibanding media sosial lain dan Twitter dapat digunakan secara efektif untuk pengumpulan data opini dari masyarakat, namun dalam pengumpulan data setelah dilakukan *preprocessing* dapat terjadi *imbalance data* dimana jumlah data pada satu kelas jauh lebih tinggi (*majority class*) atau lebih rendah (*minority class*) dibanding kelas lainnya yang dapat mempengaruhi pengolahan dan analisis data yang telah diperoleh. Perlu ada penanganan khusus sebelum *imbalance data* dapat digunakan dalam proses analisis data. Cara paling populer untuk mengatasi *imbalance data* adalah melakukan resampling. Data dari Twitter juga bisa digunakan sebagai bahan untuk penelitian terutama dalam bidang analisis sentimen.

Analisis sentimen merupakan topik yang cukup populer dalam bidang *Natural Language Processing* (NLP). Analisis sentimen adalah ilmu yang mempelajari cara untuk melakukan analisis terhadap opini, pendapat dan penilaian suatu pihak terhadap objek tertentu (Hendry & Adi, 2021). Analisis sentimen digunakan untuk mengungkap dan mengkategorikan pendapat yang diungkap

dalam suatu dokumen ataupun kalimat, untuk menentukan apakah tanggapan tersebut positif, negatif atau netral.

Pada penerapan analisis sentimen dengan menggunakan machine learning ada beberapa algoritma yang digunakan oleh peneliti seperti Random Forest, K-Nearest Neighbor, Naive Bayes, dan *Support Vector Machine* (Zuhdi, Utami & Raharjo, 2019). Beberapa penelitian mengenai Algoritma *Support Vector Machine*. Pertama penelitian yang dilakukan oleh Lukmana pada tahun 2019, pada penelitian yang dilakukan data diperoleh dari twitter tentang pendapat masyarakat mengenai calon presiden Joko Widodo dengan Prabowo Subianto untuk dilakukan analisis menggunakan metode *Support Vector Machine*, pada penelitian ini dijelaskan mengenai Support Vector Machine dalam analisis sentimen dan nilai akurasi yang didapatkan dari hasil analisis yang dilakukan ialah sebesar 86% (Lukmana, Subanti & Susanti, 2019). Penelitian lainnya dengan judul “Perbandingan Naïve Bayes, SVM, dan K-NN untuk analisis sentimen” yang dilakukan oleh Jessica dan Yessica pada tahun 2021, didapatkan bahwa model klasifikasi SVM menunjukkan hasil terbaik dibandingkan dengan algoritma lainnya (Jessica & Yessica, 2021). Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Rifqatul Dkk pada tahun 2021 dengan judul ” *Performance comparison of support vector machine with linear kernel and polynomial kernel for multiclass sentiment analysis on twitter* “ menunjukkan bahwa performa *Support Vector Machine* terbaik didapatkan dengan menggunakan kernel polynominal ( Rifqatul, Dedy & Lutfi, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Mera Kartika Dkk pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh teknik klasifikasi pada pesan bencana banjir di twitter dengan metode multiclass-SVM” menunjukkan bahwa pendekatan *One Versus Rest* (OVR) mendapatkan hasil yang lebih baik daripada *One Versus One* (OVO).

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, penulis mengusulkan metode *Support Vector Machine multiclass* dengan pendekatan OVR dengan kernel polynominal yang akan diterapkan untuk analisis sentimen terhadap tweet publik terhadap Anies. Pada penelitian ini sentimen akan diklasifikasikan dalam 3 kelas yaitu positif, negatif dan netral.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Berapa nilai *accuracy*, *precision*, dan *recall* Analisis Sentimen pada model *Support Vector Machine* yang dibangun tanpa *oversampling*?
2. Berapa nilai *accuracy*, *precision*, dan *recall* Analisis Sentimen pada model *Support Vector Machine* menggunakan *oversampling*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas tujuan dari penelitian yang dibuat adalah :

1. Mengetahui nilai *accuracy*, *precision*, dan *recall* sentimen pada model *support vector machine* yang dibangun tanpa *oversampling*.
2. Mengetahui nilai *accuracy*, *precision*, dan *recall* sentimen pada model *support vector machine* menggunakan *oversampling*.

## 1.4 Batasan Masalah

1. Data yang diambil adalah data dari media sosial twitter dengan kata kunci Anies Baswedan.
2. Data yang digunakan berjumlah sebanyak 7524.
3. Data diambil pada bulan November 2022.
4. Data yang digunakan berupa data teks dengan bahasa indonesia.
5. Hasil dari klasifikasi sentimen berupa sentimen positif, netral, dan negatif.
6. Resampling data menggunakan teknik Oversampling.

## 1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis :
  - Memberikan pengetahuan mengenai implementasi algoritma support Vektor Machine untuk klasifikasi sentimen.
2. Manfaat praktis :
  - Mengetahui respon masyarakat terhadap tokoh Anies Baswedan.
  - Hasil dari penelitian diharapkan dapat dijadikan referensi oleh tim sukses Anies Baswedan dalam melakukan komunikasi politik.