

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat *modern*. Keberadaannya tidak hanya mempermudah komunikasi antarindividu, tetapi juga memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan interaktif (Sari dkk., 2024). Media sosial kini digunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari hiburan, edukasi, bisnis, hingga menyampaikan aspirasi serta opini terhadap isu-isu publik (Amelia & Yusuf, 2025). X merupakan *platform digital* yang dikenal luas karena perannya yang signifikan dalam menampung berbagai opini masyarakat. Di *platform* ini, pengguna dapat mengekspresikan pendapat mereka dalam bentuk "*tweet*" yang bersifat publik dan *real-time* (Hardyatman & Hasan, 2025). Banyak pengguna memanfaatkan X untuk merespon berbagai isu nasional, termasuk kebijakan pemerintah. Kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi topik yang banyak menyita perhatian dan menjadi perbincangan hangat di X.

Menurut Bab IV Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP), Pasal 7 ayat (1), tarif PPN yang sebelumnya sebesar 11% akan dinaikkan menjadi 12% mulai 1 Januari 2025 (Fauziah dkk., 2024). Kebijakan ini merupakan salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan penerimaan negara di tengah tantangan ekonomi *global*. Meskipun kebijakan ini memiliki tujuan fiskal yang jelas, ini tetap menimbulkan reaksi yang beragam dari masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana masyarakat merespon kebijakan ini melalui analisis sentimen, yang memungkinkan pengambilan kebijakan yang lebih tepat berdasarkan opini publik.

Analisis sentimen adalah suatu metode dalam bidang pemrosesan bahasa alami yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan opini atau emosi yang terkandung dalam suatu teks (Siagian & Painem, 2024). Proses ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai perasaan, pandangan, dan sikap masyarakat terhadap entitas tertentu seperti layanan publik, organisasi, atau kebijakan. Dalam konteks kebijakan publik, analisis sentimen dapat memberikan gambaran yang mendalam mengenai bagaimana kebijakan diterima oleh masyarakat luas.

Dalam penelitian ini, analisis sentimen digunakan untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap kebijakan kenaikan PPN 12%. Proses ini dilakukan dengan mengelompokkan opini menjadi tiga kategori utama, yaitu positif, negatif, dan netral. Analisis sentimen memungkinkan peneliti untuk menggali persepsi publik secara kuantitatif dari data teks yang tidak terstruktur. Analisis sentimen adalah proses yang mencakup pengambilan, pengolahan, dan interpretasi data berbentuk teks tidak terstruktur guna mendapatkan pemahaman tentang sentimen yang terkandung dalam sebuah pernyataan atau opini (Sofyan dkk., 2024). Untuk melakukan klasifikasi tersebut secara efisien dan akurat, penelitian ini menggunakan metode *Naïve Bayes*, sebuah metode klasifikasi berbasis probabilitas yang banyak digunakan dalam analisis teks dan pengolahan bahasa alami.

Metode *Naïve Bayes* bekerja berdasarkan prinsip *teorema Bayes*, yang menghitung probabilitas suatu kelas berdasarkan fitur-fitur yang muncul dalam data teks. Keunggulan *Naïve Bayes* terletak pada kesederhanaan, kecepatan, dan efektivitasnya dalam mengolah data dalam jumlah besar (Kurnia dkk., 2023). Metode ini juga dapat memberikan hasil klasifikasi yang cukup akurat, bahkan ketika digunakan pada data yang bersifat informal seperti unggahan media sosial (Sofyan dkk., 2024). Selain itu, *Naïve Bayes* tidak memerlukan banyak data pelatihan untuk mencapai performa yang baik, sehingga sangat cocok diterapkan dalam studi berbasis teks singkat seperti *tweet* (Saputra & Saragih, 2021). Dengan asumsi independensi antar fitur, algoritma ini tetap mampu menghasilkan model prediktif yang andal untuk tugas klasifikasi sentimen.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini adalah penelitian berjudul "Analisis Sentimen Masyarakat Indonesia di *Twitter* terhadap Sistem Perpajakan *Coretax* Menggunakan Metode *Naïve Bayes*". Penelitian ini berhasil menganalisis sentimen masyarakat Indonesia terhadap sistem perpajakan *digital Coretax* melalui media sosial *Twitter* dengan menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*. Dari total 1.009 *tweet* yang dikumpulkan, dilakukan tahap pra-pemrosesan hingga diperoleh 899 data bersih yang kemudian digunakan untuk pelatihan dan pengujian model. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *accuracy* model *Naïve Bayes* mencapai 77%, yang mencerminkan performa cukup baik dalam memprediksi

sentimen terhadap *Coretax* (Fathoni dkk., 2025). Model ini menunjukkan kemampuan klasifikasi yang kuat pada sentimen negatif dan netral, meskipun masih lemah dalam mengklasifikasikan sentimen positif. Temuan ini semakin menguatkan bahwa metode *Naïve Bayes* efektif digunakan untuk menganalisis opini publik di media sosial.

Dengan latar belakang ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih jelas mengenai bagaimana masyarakat merespon kebijakan kenaikan PPN 12%. Melalui pendekatan analisis sentimen yang sistematis dan metodologis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif terhadap sentimen publik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam bidang analisis sentimen dan kebijakan publik di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah beberapa masalah penelitian yang diidentifikasi oleh penulis berdasarkan latar belakang:

1. Bagaimana polaritas sentimen (positif, negatif, netral) terkait kebijakan tersebut?
2. Bagaimana tingkat *Accuracy*, *Precision* dan *Recall* yang dihasilkan oleh metode *Naïve Bayes* dalam mengklasifikasi opini publik terhadap kebijakan PPN 12%?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengklasifikasikan sentimen tersebut ke dalam kategori positif, negatif, dan netral.
2. Untuk mengevaluasi kinerja metode *Naïve Bayes* dalam klasifikasi sentimen opini publik mengenai kebijakan kenaikan PPN 12% di aplikasi *X*, melalui pengukuran nilai *Accuracy*, *Precision* dan *Recall*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis: Penelitian ini memberikan pengalaman langsung dalam menerapkan analisis sentimen opini publik menggunakan algoritma *Naïve Bayes*. Penulis juga mengembangkan keterampilan dalam pengolahan data teks, seperti *preprocessing*, pembobotan *TF-IDF*, dan *balancing data* dengan *SMOTE*. Proses ini turut membentuk pola pikir ilmiah dan kemampuan mengambil keputusan berbasis data secara sistematis.
2. Bagi Pembaca: Penelitian ini memberikan pemahaman tentang bagaimana opini masyarakat terhadap kebijakan kenaikan PPN 12%, dianalisis secara ilmiah melalui data media sosial. Hasilnya dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, akademisi, atau pembaca yang tertarik pada analisis sentimen dalam isu sosial-politik. Penelitian ini juga membuka wawasan tentang pentingnya media sosial sebagai sumber data publik dan pemanfaatan teknologi dalam memahami dinamika sosial secara cepat dan akurat.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Sumber Data: Penelitian ini hanya akan menggunakan data dari *platform X* yang mengandung *#PPN12Persen* dan komentar yang berkaitan dengan kebijakan kenaikan PPN 12 persen.
2. Waktu Pengambilan Data: Data yang dianalisis dibatasi pada periode setelah pengumuman resmi kebijakan, yaitu mulai dari tanggal 2 Januari – 11 Februari 2025.
3. Fokus Sentimen: Penelitian ini akan fokus pada analisis sentimen dalam konteks kebijakan PPN 12%, tanpa membahas faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi opini publik secara lebih luas.
4. Jumlah Data : Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 843 data, dengan dsitribusi sebagai berikut: 400 data sentimen positif, 292 data sentimen negatif dan 151 data sentimen netral.
5. Perangkat Lunak : Proses pengolahan data dan implementasi metode dilakukan menggunakan bahasa pemrograman *Python* dengan bantuan *platform Google Colab*.