

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, kini tersedia berbagai media yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk menyampaikan maupun memperoleh informasi secara cepat melalui koneksi internet. Internet telah menjadi sarana komunikasi dan informasi yang dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja. Pemanfaatannya pun semakin meluas dan memberikan banyak manfaat. Indonesia sendiri termasuk salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia. Menurut survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2023, persentase pengguna internet di Indonesia telah mencapai 78,19% atau sekitar 215.626.156 orang dari total populasi 275.773.901 jiwa (Greenlaw et al., 2009). Berbagai platform seperti X, Instagram, Facebook, dan lainnya menjadi sarana untuk saling terhubung. Meningkatnya penggunaan internet juga sejalan dengan bertambahnya jumlah platform yang menawarkan kemudahan akses bagi masyarakat luas.

Hiburan Virtual X merupakan salah satu platform populer di Indonesia yang digunakan untuk menyajikan informasi dan data secara cepat. Platform ini memfasilitasi berbagai bentuk interaksi digital, termasuk percakapan, komentar, serta penilaian yang diberikan oleh para pengguna media sosial (Sumardani, 2019). Dengan demikian, Hiburan Virtual X tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga wadah untuk memahami opini, tren, dan preferensi masyarakat secara real-time. Informasi ini menunjukkan berbagai dampak yang dilihat oleh pengguna X di platform tersebut dan dapat dianalisa. X digunakan untuk menyampaikan pendapat kepada para pemimpin dan menyebarkan berita serta budaya terkini. Karena bersifat hiburan berbasis web, X dapat digunakan untuk mengumpulkan penilaian umum atas komentar dan membandingkan penilaian dari para pemimpin (Wheaton & Thorpe, 2019).

Anies Baswedan sebagai seorang tokoh politik di Indonesia. Anies Baswedan dikenal sebagai seorang pemimpin yang memiliki berbagai prestasi selama masa jabatannya. Penilaian pemerintahannya tidak hanya berdasarkan persepsi pribadi tetapi juga melalui bukti nyata dari kinerjanya, yang membuat masyarakat umum tertarik untuk mengevaluasi kelayakannya sebagai pemimpin masa depan, terutama sebagai calon presiden (Sofa, G.A. ,2018).

Di era digital ini, media sosial telah menjadi platform utama bagi masyarakat untuk mengungkapkan opini mereka, khususnya melalui X. Ini menunjukkan pentingnya analisis sentimen untuk memahami bagaimana masyarakat menilai Anies Baswedan melalui cuitan-cuitan yang melibatkan namanya (Manasa & Padma, 2019).

Analisis sentimen ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang persepsi publik terhadap Anies Baswedan, yang diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mengelola dan merespons opini masyarakat secara efektif. Penelitian ini juga mencakup aspek teknis dalam menerapkan algoritma Naive Bayes untuk menganalisis tweet mengenai Anies Baswedan (Isnain,A.R, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa analisis sentimen memiliki peran penting dalam memahami data berbasis teks, khususnya di media sosial. Penelitian oleh Riego dan Villarba (2023) dengan judul *Utilization of Multinomial Naive Bayes Algorithm and Term Frequency Inverse Document Frequency in Checking the Credibility of News Tweet in the Philippines* menekankan efektivitas kombinasi algoritma Naive Bayes dan metode TF-IDF dalam menentukan kredibilitas berita di Twitter. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa metode klasifikasi berbasis pembelajaran mesin mampu menghasilkan tingkat akurasi yang tinggi dalam mengidentifikasi informasi valid dan hoaks.

Selanjutnya, Kim dan Gil (2019) dalam penelitian berjudul *The Future of Social Media in Marketing* menunjukkan bahwa media sosial memiliki peranan penting dalam strategi pemasaran modern. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga alat yang efektif

untuk meningkatkan interaksi pelanggan, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat brand awareness perusahaan.

Selain itu, Feldman dan Sanger (2007) melalui bukunya *Text Mining Handbook: Advanced Methods for Unstructured Data Analysis* memberikan kontribusi signifikan dalam penyediaan metode, algoritma, dan teknik analisis data tidak terstruktur. Karya ini menjadi rujukan penting dalam pengembangan metode text mining, yang kemudian banyak diaplikasikan dalam analisis sentimen di berbagai bidang, termasuk pemasaran digital, deteksi hoaks, serta analisis opini publik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Berapa hasil analisis terhadap Anies Baswedan menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier* yang bernilai positif, negatif dan netral
2. Berapa nilai akurasi hasil klasifikasi sentimen terhadap Anies Baswedan menggunakan algoritma *Naïve Bayes Classifier*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menentukan tingkat opini publik yang positif, negatif, atau netral terhadap tweet tentang Anies Baswedan
2. Untuk menghitung keakuratan pengaruh perintah pemeriksaan opini di Twitter.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Memberikan contoh penerapan algoritma *Naïve Bayes* dalam analisis sentiment.
2. Memberikan Informasi kepada pemerintah dan instansi terkait mengenai persepsi dan sentimen masyarakat terhadap kebijakan yang diambil.
3. Memberikan panduan teknis untuk melakukan analisis sentimen menggunakan algoritma *Naïve Bayes*.
4. Memberikan wawasan bagi masyarakat mengenai bagaimana opini mereka dianalisis dan digunakan untuk perbaikan layanan publik.

### **1.5 Batasan Penelitian**

1. Data yang digunakan hanya berasal dari Twitter dengan menggunakan keyword Anis Baswedan sejumlah 7524 diambil pada November 2022
2. Analisis hanya difokuskan pada sentimen terhadap tweet tentang Anies Baswedan, dan tidak mencakup aspek lain.
3. Data yang diambil adalah tweet dalam Bahasa Indonesia.
4. Bab akan di imbangkan menggunakan random oversampling

