

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan presiden Indonesia tahun 2024 merupakan salah satu peristiwa politik yang paling dinantikan dan diawasi secara ketat oleh masyarakat Indonesia maupun internasional. Sebagai negara demokrasi terbesar ketiga di dunia, pemilu di Indonesia selalu menarik perhatian karena melibatkan berbagai dinamika sosial, politik, dan ekonomi. Hasil pemilihan presiden 2024 ini juga menghasilkan beragam reaksi dari berbagai kalangan, baik dari pendukung masing-masing calon maupun dari masyarakat umum (Perdana dkk., 2022). Dengan kandidat utama seperti Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, dan Anies Baswedan, pemilu ini mencerminkan pergeseran politik dan aspirasi masyarakat. Keberhasilan atau kegagalan pemerintah baru dalam memenuhi harapan rakyat akan sangat mempengaruhi stabilitas politik dan sosial di Indonesia (Humam & Laksito, 2023).

Pasca Pilpres 2024, terdapat berbagai isu yang menjadi sorotan utama masyarakat, seperti stabilitas politik, ekonomi, reformasi birokrasi, dan kebijakan luar negeri. Masyarakat sangat memperhatikan kebijakan ekonomi yang diusung oleh presiden terpilih, termasuk rencana untuk menangani inflasi, pengangguran, dan pertumbuhan ekonomi. Beberapa kelompok mungkin tidak puas dengan hasil pemilihan, yang dapat memicu aksi protes dan demonstrasi. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis sentimen guna memahami persepsi dan kekhawatiran masyarakat, serta untuk memprediksi potensi dampak dari kebijakan-kebijakan yang akan diambil oleh pemerintahan baru (Kautsar & Syafrullah, 2022).

Adapun pendapat-pendapat yang diungkapkan masyarakat melalui media sosial, Whatsapp, Instagram maupun X (Twitter). Pendapat masyarakat tersebut bisa disebut juga sebagai sentimen. Analisis sentimen adalah proses menganalisis dan mengevaluasi teks, seperti ulasan, komentar, atau pesan, untuk mengidentifikasi dan mengukur ekspresi emosi, pandangan, atau sikap tertentu yang terkandung di dalamnya (Al Muqsith Prasetyo & Hermawan, 2023).

Tujuan utama dari analisis sentimen adalah untuk memahami bagaimana orang merasakan atau berpikir tentang suatu topik atau entitas tertentu seperti produk, layanan, acara, atau individu.

Metode analisis sentimen adalah salah satu metode yang efektif untuk memahami reaksi publik terhadap hasil pemilihan presiden. Dengan menganalisis sentimen yang terkandung dalam postingan melalui media sosial, kita bisa mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pandangan masyarakat menanggapi hasil pemilihan, baik secara positif maupun negatif. Informasi ini sangat berharga bagi pemerintah, partai politik, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya untuk mengambil kebijakan yang tepat dan memahami aspirasi masyarakat (Fikri dkk., 2020).

Ada beberapa metode yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan analisis sentimen, salah satu diantaranya *multinomial naive bayes* yang merupakan salah satu pendekatan metode yang digunakan pembelajaran berbasis probabilitas yang didasari pada *Teorema Bayes* dan sering digunakan dalam *Natural Language Processing* (NLP). Algoritma ini beroperasi dengan konsep *term frequency*, yaitu seberapa sering suatu kata muncul dalam sebuah dokumen. Model ini mempertimbangkan dua aspek utama, apakah kata tersebut muncul dalam dokumen dan seberapa sering kemunculannya (Darussalam & Arief, 2018).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Mahawardana dkk., 2022) yang berjudul “Analisis Sentimen Berdasarkan Opini dari Media Sosial Twitter terhadap Figure Pemimpin Menggunakan Phyton” menjelaskan tentang performa dari *naive bayes classifier* tentang hasil analisis sentimen terhadap reaksi warga mengenai calon presiden indonesia tahun 2024, yang dibagi ke dalam tiga kategori positif, negatif, dan netral menggunakan Python menunjukkan bahwa 21,6% (108 respon) memiliki sentimen positif, 78% (390 respon) termasuk dalam kategori netral, dan 0,2% (2 respon) tergolong negatif. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar respons masyarakat bersifat netral.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa penelitian sebelumnya yang menggunakan algoritma *Naive Bayes Classifier* yang memiliki kelemahan jika sebuah kategori dalam data uji memiliki nilai yang tidak pernah muncul dalam data latih, probabilitasnya akan menjadi nol dan masih terdapat peluang untuk

meningkatkan dengan cara menggunakan metode lainnya, sehingga muncul inisiatif peneliti untuk mengusulkan penelitian yang berjudul “**Analisis Sentimen Pasca Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Media Sosial X Menggunakan Metode *Multinomial Naive Bayes***”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian tugas akhir ini adalah Berapa tingkat akurasi, presisi dan *recall* metode *Multinomial Naive Bayes* dalam mengklasifikasikan sentimen terkait pemilihan presiden Indonesia di media sosial X?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui tingkat akurasi, presisi, dan *recall* yang diperoleh dari analisis sentimen terhadap hasil Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2024 pada unggahan media sosial X dengan menggunakan metode *Multinomial Naive Bayes*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menjadi tambahan wawasan untuk penulis. Dalam proses penyusunan penelitian ini juga menjadi sarana penulis untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama duduk di bangku perkuliahan dalam bentuk nyata.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan studi lebih lanjut dalam bidang analisis sentimen.

1.5 Batasan Penelitian

Beberapa batasan masalah yang dibahas dalam penelitian ini meliputi:

- a. Sumber data dikumpulkan dari media sosial X melalui teknik *crawling* dengan menggunakan *library tweet harvest* pada *google collab* pada rentang waktu 17-05-2024 hingga 17-06-2024 sejumlah 1000 data *tweet*.
- b. Tools yang digunakan adalah *Jupyter Notebook* dengan bahasa pemrograman *Python*
- c. Analisis sentimen dilakukan dengan mengklasifikasikan sentimen menjadi 3 kategori yaitu, positif, negatif, dan netral.