

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Stunting memiliki dampak jangka panjang yang signifikan terhadap perkembangan fisik dan mental anak. Anak yang mengalami stunting cenderung mengalami kesulitan dalam belajar secara optimal di sekolah jika dibandingkan dengan anak yang memiliki tinggi badan normal. Kondisi ini turut berkontribusi terhadap penurunan kemampuan intelektual. Dalam jangka pendek, stunting dapat menyebabkan terhambatnya pertumbuhan, keterlambatan perkembangan kognitif dan motorik, ukuran tubuh yang tidak sesuai dengan standar, serta gangguan metabolisme. Oleh karena itu, penyampaian informasi kesehatan kepada para ibu perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi saat ini (Muhamad Sahli, 2025). Pemerintah Indonesia telah melaksanakan berbagai upaya untuk mengatasi permasalahan stunting, salah satunya melalui Program Makan Bergizi Gratis, yang sebelumnya dikenal sebagai Program Makan Siang Gratis. Program ini diinisiasi oleh Presiden dan Wakil Presiden periode 2024–2029 dengan tujuan memberikan bantuan gizi berupa makan siang dan susu gratis bagi peserta didik di sekolah, santri di pesantren, serta ibu hamil, sebagai bagian dari upaya penanggulangan stunting (Triningsih dkk., 2025). Seperti halnya program berskala besar lainnya, kebijakan ini juga menimbulkan beragam respons dan pendapat dari berbagai lapisan Masyarakat (Sitanggang dkk., 2024).

Untuk memahami persepsi publik terhadap program ini, analisis sentimen digunakan sebagai metode yang tepat untuk menggali opini publik secara lebih komprehensif. Metode ini digunakan untuk mengklasifikasikan pendapat masyarakat ke dalam beberapa kategori, seperti positif dan negatif, dengan memanfaatkan data teks yang diperoleh dari *Platform* media sosial (Yudistira & Rahman Isnain, 2025). Analisis sentimen berperan sebagai teknik yang efektif untuk mengenali dan menafsirkan pandangan, tanggapan, serta perasaan masyarakat terhadap suatu isu tertentu. Pendekatan ini menggunakan pemrosesan data teks untuk mengkategorikan sikap yang terkandung dalam konten digital, baik yang bersifat mendukung, netral, maupun menentang. Dengan demikian, metode

ini memungkinkan penggalian wawasan dari tanggapan subjektif yang diungkapkan oleh pengguna melalui berbagai *Platform* digital, seperti media sosial (Merdiansah & Ali Ridha, 2024).

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menganalisis sentimen. *Support Vector Machine* (SVM) bekerja dengan menentukan *hyperplane* optimal untuk memisahkan kelas-kelas data dalam ruang fitur. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa SVM sering menjadi pilihan utama karena keunggulannya dalam mencapai kinerja klasifikasi yang tinggi. Dibandingkan dengan metode lainnya, SVM dikenal memiliki tingkat akurasi yang lebih konsisten. Selain itu, metode ini juga efisien secara komputasi, sehingga menjadikannya salah satu teknik yang paling efektif untuk tugas klasifikasi data (Br Sinulingga & Sitorus, 2024). Penelitian sebelumnya telah banyak memanfaatkan pendekatan analisis sentimen untuk mengidentifikasi opini dari kumpulan data teks. Di antara berbagai algoritma yang digunakan, *Support Vector Machine* (SVM) sering dipilih karena menunjukkan tingkat akurasi yang tinggi, yaitu mencapai 85–90% dalam mengkategorikan sentimen menjadi positif maupun negatif (Harnelia, 2024). Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Elsa Triningsih (2025) dalam analisis sentimen terhadap Program Makan Bergizi Gratis menggunakan algoritma *Support Vector Machine* (SVM) menunjukkan bahwa metode ini mampu mengklasifikasikan data secara efektif dengan tingkat akurasi yang tinggi. Hasil klasifikasi memperlihatkan bahwa algoritma SVM menghasilkan akurasi terbaik sebesar 85,74%, mengungguli algoritma *Random Forest* yang hanya mencapai akurasi 81,53% (Elsa Triningsih, 2025).

Masyarakat memanfaatkan *Platform* media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan pandangan terhadap berbagai kebijakan pemerintah, dengan X menjadi salah satu *Platform* yang paling banyak digunakan di Indonesia. KataData menunjukkan bahwa pada Januari 2022, pengguna aktif X di Indonesia mencapai 191 juta orang, sementara laporan Katadata mencatat sebanyak 14,8 juta pengguna pada April 2023. Tanggapan warganet di *Platform* mikroblogging ini terhadap implementasi suatu kebijakan menunjukkan keragaman sikap, mulai dari ungkapan dukungan yang bersifat positif hingga penolakan bernada negatif yang memicu perdebatan (Septiana dkk., 2024).

Selain X, *Platform* media sosial lain seperti TikTok juga mengalami peningkatan penggunaan yang sangat pesat di Indonesia. Berdasarkan data tahun 2023, jumlah pengguna TikTok telah mencapai sekitar 109,9 juta orang dan terus menunjukkan tren kenaikan dari waktu ke waktu. Mayoritas pengguna TikTok berasal dari kalangan dewasa awal dengan rentang usia 18–24 tahun serta 25–34 tahun. Kehadiran TikTok memberikan dampak positif bagi masyarakat, terutama sebagai sarana hiburan, baik bagi pengguna yang hanya menonton tayangan (*viewer*) maupun bagi mereka yang aktif membuat konten (*content creator*). Selain itu, rata-rata durasi penggunaan TikTok juga terus meningkat setiap bulan, hingga mencapai sekitar 29 jam per bulan. Pada agustus 2024 jumlah pengguna TikTok di Indonesia tercatat mencapai 157,6 juta pengguna, menurut Statista (Clara Margaretha & Wati, 2024).

Penelitian ini menekankan pentingnya analisis sentimen publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis dengan membandingkan tanggapan masyarakat sebelum dan setelah implementasi kebijakan tersebut di media sosial X. Perbedaan persepsi publik pada dua periode waktu tersebut memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika opini masyarakat, baik dalam bentuk dukungan, kritik, maupun saran. Analisis ini dilakukan dengan memanfaatkan metode *Support Vector Machine* (SVM) yang dikenal andal dalam mengklasifikasikan data teks ke dalam kategori sentimen positif, negatif, dan netral. Dengan membandingkan perubahan sentimen pada masa prapelaksanaan dan pascapelaksanaan program, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pergeseran opini publik serta mengevaluasi sejauh mana implementasi program berdampak terhadap penerimaan masyarakat secara keseluruhan (Pius dkk., 2024).

Kajian ini memusatkan perhatian pada identifikasi dan analisis tanggapan masyarakat Indonesia terhadap wacana Program Makan Bergizi Gratis melalui penelitian berjudul *Analisis Sentimen Publik terhadap Program MBG sebelum dan setelah Implementasi di Media Sosial X dan TikTok menggunakan SVM*. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemetaan yang menyeluruh mengenai respons masyarakat serta menjadi bahan pertimbangan bagi para pengambil kebijakan dalam merumuskan dan menyempurnakan regulasi agar lebih tepat sasaran. Melalui eksplorasi yang mendalam terhadap aspirasi publik,

kebijakan yang dirancang diharapkan dapat disempurnakan untuk mengantisipasi berbagai kendala sekaligus mengoptimalkan dampak positif dari program tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, berikut Rumusan masalah yang diteliti:

1. Bagaimana perubahan sentimen publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis sebelum dan setelah implementasi berdasarkan data dari media sosial X dan TikTok?
2. Bagaimana kinerja *Support Vector Machine* (SVM) dengan studi kasus analisis perubahan sentimen publik terhadap program makan bergizi gratis sebelum dan setelah implementasi di media sosial X dan TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis perubahan sentimen publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis sebelum dan setelah implementasi berdasarkan data dari media sosial X dan TikTok.
2. Mengevaluasi kinerja *Support Vector Machine* (SVM) dalam menganalisis perubahan sentimen publik terhadap program makan bergizi gratis sebelum dan setelah implementasi di media sosial X dan TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1. **Teoritis:** Memberikan kontribusi pada pengembangan riset analisis sentimen menggunakan algoritma *Support Vector Machine* (SVM), khususnya dalam konteks kebijakan publik dan media sosial.
2. **Praktis:** Menjadi acuan bagi peneliti, akademisi, atau pelaku industri dalam memahami persepsi publik terhadap isu sosial berbasis data media sosial.
3. **Sosial:** Meningkatkan literasi digital masyarakat dalam mengekspresikan opini secara konstruktif di *Platform* media sosial serta mendorong partisipasi publik dalam isu-isu sosial.

1.5 Batasan Penelitian

1. Data diperoleh dari media sosial X dan TikTok dengan menggunakan tagar #MakanSiangGratis, #MakanBergiziGratis, dan #MBG
2. Pengambilan data dilakukan dari sebelum implementasi Program (1 Januari sampai 31 Desember 2024) dan setelah implementasi (1 Januari sampai 30 November 2025)
3. Data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 1000 komentar sebelum implementasi dan 1000 komentar setelah implementasi yang diperoleh dari Platform X dan TikTok.
4. Penelitian ini hanya menganalisis tweet yang ditulis dalam bahasa Indonesia.
5. Evaluasi model dilakukan menggunakan metrik *Accuracy* , *precision*, *Recall* , dan *F1-score* untuk menentukan metode penyeimbangan data yang paling optimal.
6. Kata tidak baku atau bahasa gaul tidak disaring untuk menjaga keaslian opini pengguna.
7. Hasil klasifikasi sentimen terdiri dari tiga kategori: positif, negatif, dan netral.