

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Salah satu permasalahan yang dialami masyarakat Indonesia saat ini, adalah tentang Bahan Bakar Minyak (BBM) yang sedang naik. Hal ini membuat masyarakat Indonesia untuk hidup berhemat dan ada juga yang memutuskan untuk beralih ke jenis bahan bakar minyak yang lain. Misalnya, dari yang sebelumnya memakai jenis BBM Pertamina kemudian beralih ke Ptalite. Hal ini tentu menimbulkan pro dan kontra dikalangan masyarakat. Hampir seluruh masyarakat Indonesia memberikan respon negatif terhadap kebijakan kenaikan BBM, dikarenakan banyak masyarakat dari kalangan menengah ke bawah yang ekonominya terkadang sulit. Sehingga, mereka merasa berat untuk membayar biaya BBM yang begitu besar, sedangkan hidup mereka masih merasa kekurangan. Selain itu, ada juga dampak positif yang ditimbulkan dari adanya kebijakan kenaikan BBM, seperti masyarakat lebih memilih naik transportasi umum atau *nebang* ketimbang membawa kendaraan pribadinya [1]. Harga BBM sebelum dan sesudah naik yang berlaku pada tanggal 3 September 2022, yaitu harga Ptalite yang sebelumnya Rp 7.650,00 per liter menjadi Rp 10.000,00 per liter. Kemudian, harga Solar subsidi yang sebelumnya Rp 5.150,00 per liter menjadi Rp 6.800,00 per liter dan harga Pertamina yang sebelumnya Rp 12.500,00 menjadi Rp 14.500,00 per liter

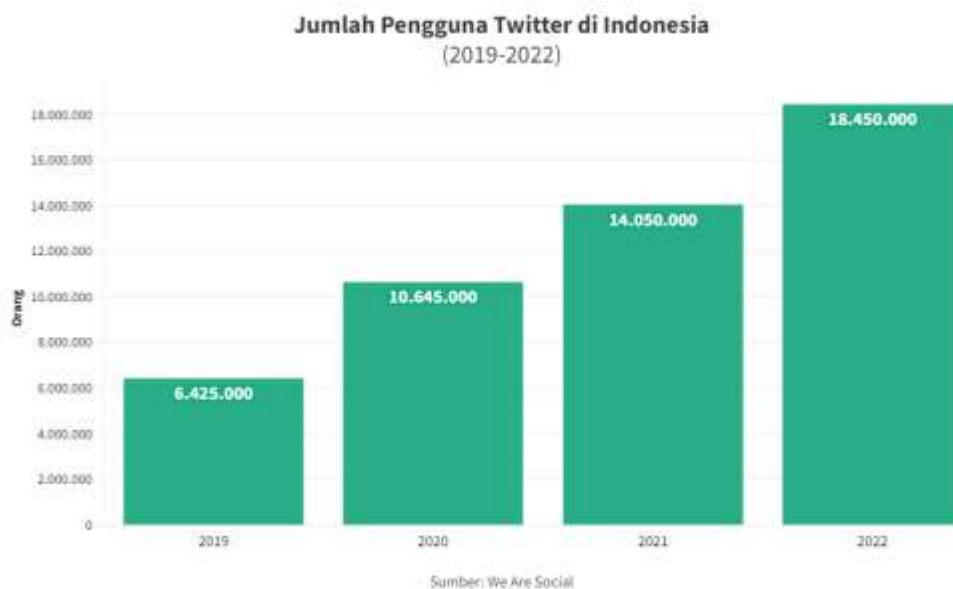
[2]. Sejak ada wacana kebijakan kenaikan BBM, masyarakat banyak memberikan opini di media sosial.

Perkembangan media yang begitu pesat, memunculkan banyak media *online* dari media berita bahkan sampai media sosial. Media sosial saja sudah begitu banyak, antara lain Facebook, Twitter, Instagram, Line dan masih banyak lagi. Media sosial ini tidak hanya digunakan sebagai sarana pertemanan, tetapi sudah banyak digunakan untuk kegiatan lain, seperti media promosi, media edukasi dan media informasi bagi masyarakat untuk mengetahui dan menanggapi setiap kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah. Salah satu media sosial, khususnya Twitter merupakan aplikasi yang marak digunakan pada kalangan usia baik tua maupun muda. Tercatat jumlah pengguna aktif harian Twitter di dunia selama tahun 2022, yaitu sebanyak 237,8 juta dan jumlah pengguna Twitter di Indonesia mencapai 18,45 juta pada tahun 2022 [3]. Pengguna Twitter dapat menyampaikan opini melalui *tweet* yang mereka *post* dan kemudian dapat dianalisis untuk melihat bagaimana sentimen yang dimunculkan terhadap setiap kebijakan yang diwacanakan pemerintah. Dari berbagai macam *tweet* yang diposting tersebutlah yang menjadi alasan untuk dipakainya analisis sentimen.



Sumber : <https://dataindonesia.id>

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Harian Twitter di Dunia Tahun 2022



Sumber : <https://dataindonesia.id>

Gambar 1.2 Data Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia Tahun 2022

Pada penelitian ini, analisis sentimen dilakukan untuk melihat opini masyarakat yang ditujukan untuk setiap *tweet* yang terkait dengan *hashtag* kenaikan

BBM, opini tersebut bisa dimasukkan kategori opini positif maupun negatif. Besarnya sentimen yang ditujukan pada *tweet* yang mengandung *hashtag* kenaikan BBM bisa dijadikan sebuah parameter bagi pemerintah untuk melihat seberapa setujunya masyarakat Indonesia terhadap kebijakan kenaikan BBM tersebut.

Penentuan polaritas positif atau negatifnya suatu opini dapat dilakukan secara manual dengan memanfaatkan disiplin ilmu bahasa atau komunikasi, tetapi seiring bertambahnya sumber opini maka semakin banyak waktu yang dibutuhkan untuk mengklasifikasinya. Besarnya polaritas *tweet* yang ditunjukkan oleh masyarakat bisa dijadikan parameter untuk melihat setuju atau tidaknya masyarakat terhadap kebijakan kenaikan BBM. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan fungsi *text mining* dan pembelajaran mesin untuk mengklasifikasi polaritas opini dari data *tweet* dengan menggunakan algoritma *Naive Bayes Classifier* untuk mendapatkan hasil klasifikasi *tweet* positif maupun negatif.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil rumusan yang akan menjadi pembahasan penelitian ini, yaitu : “Bagaimana cara menganalisis sentimen pada *tweet* yang terkait dengan *hashtag* kebijakan kenaikan BBM pada media sosial Twitter dengan menggunakan algoritma *Naive Bayes Classifier*”.

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini terfokus dan tidak keluar dari topik pembahasan, adapun yang menjadi batasan masalah pada laporan penelitian ini adalah :

1. Data yang di *crawling* hanya berupa *tweet* berbahasa Indonesia dengan data sebanyak 1000 *tweet* dan hasil dari data *tweet* diklasifikasikan menjadi opini positif dan negatif.
2. Data yang digunakan sebagai data *training* sebanyak 241 *tweet* dan data *testing* 103 *tweet*.
3. *Keyword* yang mengandung *hashtag* yang terkait dengan kebijakan kenaikan BBM.
4. Algoritma yang digunakan dalam mengklasifikasi data adalah *Naive Bayes Classifier* dan tidak ada perbandingan dengan algoritma lain.
5. Pengujian hasil analisis menggunakan *tools* RapidMiner.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian dan penyusunan laporan penelitian ini adalah :

1. Melihat sejauh mana tingkat akurasi algoritma *Naive Bayes Classifier* pada tahapan analisis sentimen.
2. Mengklasifikasikan nilai sentimen pada *hashtag* yang terkait dengan kebijakan kenaikan BBM secara keseluruhan dari pengguna Twitter di Indonesia berdasarkan kategori sentimen yang telah ditentukan, yaitu positif atau negatif.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian dan penyusunan laporan penelitian ini adalah :

1. Dapat mengetahui informasi tentang bagaimana tanggapan masyarakat tentang kebijakan kenaikan BBM dan mengetahui kecenderungan opini masyarakat pada hasil sentimen untuk pengguna Twitter di Indonesia.
2. Bagi penulis, dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan yang baru bahwa terdapat data *tweet* yang dapat diolah dan dilihat nilai sentimennya.
3. Bagi pembaca, dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini, adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis membahas tentang teori-teori dan pendapat para ahli yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang dianalisis, antara lain : pengertian *data*

mining, text mining, analisis sentimen, Naive Bayes Classifier dan hashtag.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian bab ini, menjelaskan tentang kerangka kerja penelitian, metode pengklasifikasian, pengumpulan data serta alat bantu yang digunakan selama mengerjakan penelitian.

BAB IV : ANALISIS

Pada bab ini akan dilakukan tahap analisis menggunakan algoritma *Naive Bayes Classifier* dengan memanfaatkan data *tweet* yang telah dikumpulkan dan menjelaskan hasil analisis dalam bentuk visualisasi dan rekomendasi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari penelitian ini, yang terdiri dari kesimpulan dari bab-bab sebelumnya dan saran-saran yang terkait dengan pemanfaatan hasil penelitian dan pengembangan kearah yang lebih baik lagi.