

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada era digital ini, media sosial telah menjadi salah satu *platform* utama untuk berkomunikasi, menyampaikan pendapat, termasuk untuk kepentingan politik seperti kampanye pemilihan umum (Pemilu) di Indonesia. Salah satu pasangan calon presiden (Pilpres) 2024, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka menarik perhatian masyarakat melalui usulan program makan siang gratis dan bantuan gizi untuk ibu hamil serta balita.

Program kerja utama tersebut dianggap sebagai solusi strategis untuk mengatasi masalah stunting, gizi buruk, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Program ini dibuat untuk memastikan distribusi bantuan yang merata dengan memberikan makan siang gratis senilai Rp 15.000 per porsi, di luar dari program susu gratis untuk anak-anak. Namun, implementasi program tersebut memerlukan alokasi anggaran yang sangat besar, diperkirakan berkisar antara Rp 148,4 triliun hingga Rp 399,6 triliun setiap tahun anggaranya [1]. Dalam mengalokasikan anggaran dalam skala besar, pemerintah harus mempertimbangkan dengan cermat aspek keuangan serta distribusi alokasi.

Adanya program kerja makan siang gratis, memancing opini masyarakat dalam berbagai aspek, termasuk distribusi bantuan, potensi penyalahgunaan dana, pertanyaan mengenai sumber dan kualitas bahan yang akan digunakan dalam program, serta dampak dari penggunaan sumber pendanaan yang mungkin memengaruhi bidang lain seperti Bantuan Operasional Satuan Pendidikan (BOSP) atau pemangkasan subsidi Bahan Bakar Minyak (BBM). Opini-opini ini menjadi

pusat perhatian, terlihat dari interaksi dan komentar-komentar yang beredar di sejumlah media sosial, khususnya platform Instagram.

Munculnya permasalahan memicu berbagai opini masyarakat yang berkaitan dengan program tersebut, melalui banyaknya komentar di instagram menjadi topik tren. Informasi yang dikumpulkan dari data instagram merupakan data teks sentimen yang tidak terstruktur. Analisis sentimen ini melibatkan proses ekstraksi, pengolahan, dan pemahaman data teks yang tidak terstruktur secara otomatis, dengan bertujuan untuk mengidentifikasi informasi sentimen yang terkandung dalam sebuah kalimat, pendapat, atau opini yang diungkapkan oleh pengguna.

Dalam usaha untuk lebih memahami opini yang terkandung dalam teks, penggunaan metode *data mining* ini sangat penting. Dampak *data mining* mampu mengungkap informasi yang belum teridentifikasi sebelumnya dari sekumpulan data. Dengan menggunakan teknik *data mining* dapat secara efisien mengeksplorasi, memproses, dan menganalisis volume besar data teks untuk menemukan pola-pola dan informasi yang bermanfaat. Salah satu aspek penting dari *data mining* dalam analisis opini adalah klasifikasi opini, khususnya dalam bidang *text mining*. Melalui *text mining* ini memungkinkan untuk mengelompokkan opini-opini tersebut ke dalam kategori-kategori yang relevan, seperti positif, negatif, atau netral.

Beberapa penelitian telah dilakukan dalam analisis sentimen, termasuk penelitian oleh Hasri & Alita pada tahun 2022. Penelitian tersebut berjudul “Penerapan Metode *Naïve Bayes Classifier* Dan *Support Vector Machine* Pada Analisis Sentimen Terhadap Dampak Virus Corona Di *Twitter*”. penelitian ini

bertujuan menganalisis sentimen masyarakat terhadap kebijakan PPKM yang diterapkan di Indonesia melalui media sosial Twitter, menggunakan metode *Naïve Bayes* menghasilkan akurasi 81,07%, sementara *Support Vector Machine* memperoleh akurasi 79,96%. Hal ini menunjukkan bahwa *Naïve Bayes* memberikan kinerja yang lebih baik dalam mengklasifikasikan sentimen terhadap kebijakan PPKM di media sosial [2]. Selanjutnya terdapat penelitian dari Indriyani et al pada tahun 2023 yang berjudul “Analisis Sentimen Aplikasi Tiktok Menggunakan Algoritma *Naïve Bayes* Dan *Support Vector Machine*”. Penelitian ini menganalisis opini masyarakat terhadap aplikasi TikTok, yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan dengan dampak negatif yang mungkin terjadi. algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* digunakan untuk menganalisis sentimen ulasan tentang aplikasi TikTok. Metode SVM menghasilkan akurasi 84%, lebih tinggi dibandingkan *Naïve Bayes* yang mencapai 79%. Dengan demikian, SVM lebih efektif dalam mengklasifikasikan sentimen terkait ulasan aplikasi TikTok [3].

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Kebijakan Makan Siang Gratis pada Media Sosial Instagram Menggunakan *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine*”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat berbagai opini masyarakat pro dan kontra terhadap program makan siang gratis, sehingga diperlukan analisis sentimen terhadap opini masyarakat.
2. Belum adanya perbandingan performa algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* dalam menganalisis sentimen terhadap program makan siang gratis.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa permasalahan akan tertuju pada kajian penelitian ini adalah:

1. Bagaimana menganalisis sentimen dalam opini masyarakat terhadap program makan siang gratis?
2. Bagaimana mengimplementasikan algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* untuk membandingkan klasifikasi sentimen terhadap program makan siang gratis?

1.4 Batasan Masalah

Pada penelitian terdapat batasan masalah yaitu:

1. Sentimen Masyarakat hanya diambil dari media sosial Instagram.
2. *Range* data sentimen masyarakat terkait program makan gratis hanya diambil dari 3 akun pada Instagram yaitu @jktinfo, @tempodotco, @unexplnd.

3. Data komentar yang dikelola dalam penelitian ini dari bulan Februari hingga Maret 2024, dengan total sebanyak 1.346 data.
4. Klasifikasi analisis sentimen Instagram hanya berfokus dalam dua kelas, yaitu negatif dan positif.
5. Penelitian ini membatasi analisis sentimen pada program utama dari salah satu pasangan calon presiden, yaitu Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, khususnya terkait dengan program makan siang gratis.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis sentimen masyarakat terhadap program makan siang gratis dengan menggunakan algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine*.
2. Membandingkan algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* dalam menghasilkan klasifikasi yang akurat untuk analisis sentimen terhadap program makan siang gratis.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kecenderungan sentimen masyarakat terhadap program makan siang gratis.
2. Mengetahui perbandingan tingkat akurasi dalam klasifikasi sentimen dengan menggunakan algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector*.

1.7 Sistematika Tugas Akhir

Berikut adalah sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab berisi tentang pendahuluan meliputi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian, khususnya yang membahas mengenai analisis sentimen.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai objek penelitian, metode pengumpulan data, kerangka penelitian, metode analisis data, yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil data *selection*, *preprocessing*, *transformation*, *data mining*, dan *evaluation*.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

