

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT PLN(Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bidang kelistrikan yang melayani masyarakat di seluruh Nusantara, bertekad untuk memberikan pelayanan jasa ketenagalistrikan yang terbaik dan memenuhi standar ketenagalistrikan yang dapat diterima dunia internasional dan mewujudkan hal itu dengan bertumpu pada kapasitas seluruh warganya. Kualitas layanan yang diberikan oleh PT PLN kerap menjadi perhatian publik, mengingat listrik merupakan kebutuhan pokok yang berdampak signifikan terhadap kenyamanan dan efisiensi aktivitas Masyarakat dan masih banyaknya orang yang mengeluhkan berupa layanan yang kurang kondusif, kurang ditanggapi, serta kurangnya respon pada komentar di platform x dan kurangnya efisien yang memadai dalam melayani tanggapan, kritik, dan saran pada masyarakat.

Untuk memastikan kualitas kepuasan pelanggan tetap terjaga, dibutuhkan pendapat publik mengenai layanan yang diberikan oleh PT. PLN. Pendapat tersebut dapat berupa keluhan (opini negatif), dukungan (opini positif), atau masukan dari masyarakat (opini netral)[1]. Platform media sosial X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter) menjadi sarana efektif untuk menghimpun opini publik secara langsung dan real-time, sehingga dapat dijadikan sumber data yang relevan dalam analisis sentimen[2].

Twitter dapat dimanfaatkan secara efektif dalam kegiatan analisis sentimen, khususnya terkait isu tarif listrik PLN. Dalam studi tersebut, opini publik dikategorikan ke dalam sentimen positif, negatif, dan netral dengan menggunakan