



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digital modern saat ini, banyak segala hal yang tidak dapat dilepaskan dari dunia internet. Awal penciptaan internet hanya digunakan secara rahasia oleh tentara Amerika Serikat (bernama *Advanced Research Project Agency Network* atau ARPANET), sebagai salah satu wadah untuk berkomunikasi dan bertukar data antar basis militer yang lambat laun berkembang untuk menjadi Internet terbuka dan bebas digunakan yang kita kenal saat ini. Seiring perkembangan Internet, seorang peneliti bernama Tim Berners-Lee menciptakan *World Wide Web (WWW)*, yaitu sebuah konsep *hyperlink* dan *Uniform Resource Locator (URL)* untuk mempermudah para pengguna dalam mengakses *website* melalui *Browser*.

Dengan muncul dan berkembangnya WWW secara masif, tersedialah berbagai macam *website* yang menyediakan muatan konten yang beragam dan banyak dimanfaatkan untuk kebutuhan para penggunanya, seperti sarana informasi, komunikasi, hiburan dan bisnis. Salah satu *website* yang paling berkembang pesat ialah situs jejaring sosial media, pada situs ini pengguna dapat berkomunikasi antara satu pengguna dengan pengguna lain, berbagi foto, berbagi status komentar, serta bertukar atau berbagi informasi dari satu pengguna ke pengguna yang lain. Ada berbagai macam jejaring sosial media yang berkembang pesat setelah adanya kehadiran WWW ini, seperti Friendster, mIRC, MySpace, YahooMessenger, Facebook, Twitter.

Twitter merupakan salah satu contoh jejaring sosial media yang sangat populer digunakan generasi muda ataupun juga generasi tua. Pada *platform* jejaring sosial ini



berbagai macam kalangan masyarakat berada dalam satu media yang sama, mulai dari tokoh terkenal didunia sampai pengguna biasa contohnya seperti artis, atlit olahraga, pemimpin organisasi/perusahaan, pengguna *reguler* (orang biasa) dan tokoh politik tertentu (Presiden, dewan pemerintahan, menteri, pemimpin partai politik dan tokoh-tokoh politik penting lainnya).

Dengan kepopuleran dan beragam lapisan masyarakat pengguna Twitter, hal tersebut menjadikan *platform* ini banyak dimanfaatkan oleh para netizen khususnya netizen Indonesia untuk mengutarakan opini atau pemikiran mereka terhadap suatu pandangan tertentu yang sedang terjadi atau sedang viral. Salah satu contohnya adalah pendapat publik terhadap beberapa tokoh politik kandidat Presiden Indonesia yang nantinya mencalonkan pada pemilihan umum 2024.

Menurut lembaga survei Indo Barometer mengeluarkan *statement*, terdapat 3 urutan nama kandidat besar yang bakal mencalonkan dirinya menjadi Presiden Indonesia tahun 2024, Nama-nama tersebut ialah Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dan Anies Baswedan.

Dengan seiring nuansa diberlakukannya pemilihan presiden ini, banyak masyarakat Indonesia yang sedang gencar-gencarnya mengomentari calon-calon Presiden tersebut menggunakan Twitter. Berbagai macam komentar dilontarkan masyarakat Indonesia didalam sebuah tweet / postingan, baik Pro ataupun Kontra terhadap salah satu calon yang ada.

Sejumlah komentar tersebut, banyak sekali isi informasi didalamnya untuk dapat dijadikan sebagai penelitian dengan tema Analisis Sentimen pengguna Twitter dalam kandidat pencalonan presiden 2024. Analisis Sentimen ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana opini publik tentang kandidat-kandidat yang akan berkompetisi dalam pemilihan Presiden pada tahun 2024 kedalam bentuk sentimen Positif, Negatif ataupun Netral.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sentimen ini nantinya digunakan untuk melihat mana calon kandidat Presiden yang memiliki *Image* positif, negatif dan netral dimata masyarakat pengguna Twitter.

B. Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti, berikut adalah identifikasi masalah yang dapat ditemukan didalam penelitian, sebagai berikut :

1. Belum digunakannya data tweet secara maksimal untuk menemukan sebuah pola yang dapat dijadikan sebagai *insight* yang bersumber dari opini pada sosial media Twitter dalam menilai opini dari sebuah tweet.
2. Belum adanya komparasi perhitungan hasil analisis sentimen calon Presiden 2024 pada *platform* Twitter antara aplikasi Orange Data Mining dan bahasa pemrogramman Python.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, berikut adalah batasan masalah yang menjadi batasan didalam penelitian :

1. Belum digunakannya data tweet secara maksimal untuk menemukan sebuah pola yang dapat dijadikan sebagai *insight* yang bersumber dari opini pada sosial media Twitter dalam menilai opini dari sebuah tweet.
2. Belum adanya komparasi perhitungan hasil analisis sentimen calon Presiden 2024 pada *platform* Twitter antara aplikasi Orange Data Mining dan bahasa pemrogramman Python.



D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis data historis dari sebuah tweet / retweet untuk mendapatkan gambaran nilai Sentimen / emosi masyarakat Indonesia yang memberikan komentar pada *platform* Twitter terhadap calon presiden Indonesia 2024.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, berikut manfaat yang dapat dijabarkan :

1. Bagi Pembaca.

Pembaca dapat memperoleh informasi tentang bagaimana sebuah komentar pada *platform* Twitter memiliki kandungan nilai pengetahuan yang bisa kita manfaatkan, salah satunya untuk keperluan *Text Mining*. Kita bisa mendapatkan informasi bagaimana arah opini publik Pro atau Kontra terhadap kandidat Presiden jelang pilpres Indonesia.

2. Bagi Peneliti.

Menggunakan pengetahuan dan pembelajaran yang telah dipelajari diperkuliahan untuk bisa diterapkan kedalam dunia nyata sebagai bentuk pemanfaatan yang bisa dipergunakan semaksimal mungkin kepada khalayak luas ataupun diri sendiri. Selain itu, Peneliti memperoleh pengalaman dan pengetahuan baru tentang bagaimana Analisis Sentimen dapat digunakan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap kandidat Presiden pada pilpres Indonesia 2024 disosial media.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.