

BAB I

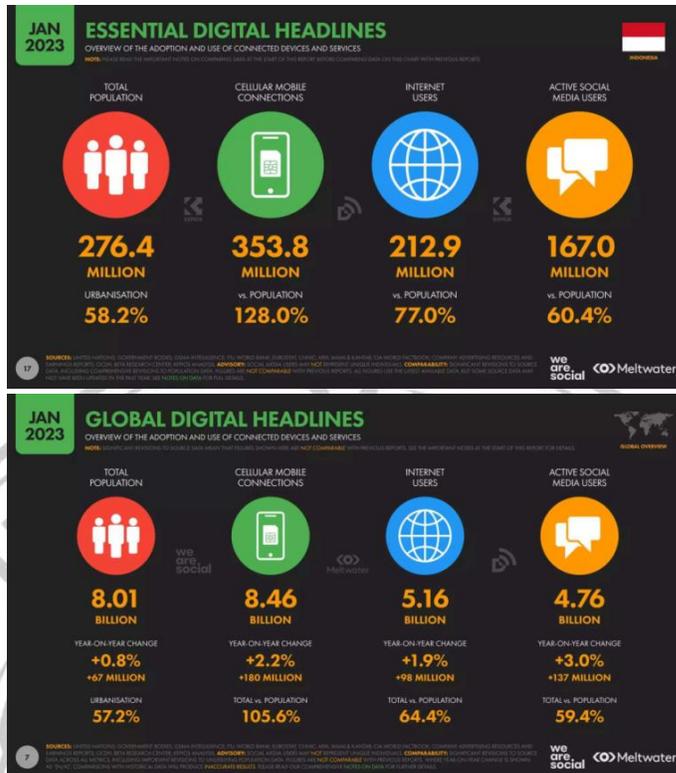
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah secara signifikan mengubah cara komunikasi di masyarakat, terutama dengan munculnya internet dan beragam media. Perkembangan di bidang teknologi telah memfasilitasi akses internet yang lebih mudah, memungkinkan orang untuk mencari informasi dan mengekspresikan diri secara bebas. Informasi dan komunikasi yang penting dapat datang dari berbagai sumber, baik individu maupun organisasi, dan kemudian disesuaikan dengan kebutuhan dan kepentingan masing-masing, termasuk untuk tujuan komersial dan lainnya.

Perkembangan teknologi ini memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi secara luas dan menyebarkan berita dari berbagai media, termasuk berita politik, ekonomi, dan hiburan. Media sosial, sebagai platform daring, mendukung interaksi sosial. Teknologi berbasis web ini telah mengubah pola komunikasi menjadi lebih interaktif. Dengan menggunakan media sosial, setiap orang dapat secara mandiri membuat, mengedit, dan mempublikasikan berbagai konten seperti berita, promosi, artikel, foto, dan video (Nurudin, 2012:53).

Media sosial dapat diakses melalui website maupun aplikasi yang tersedia di platform distribusi digital seperti *Play Store* atau *App Store*. Beberapa media sosial yang populer di layanan ini termasuk *X*, *WhatsApp*, *Line*, *Instagram*, *YouTube*, dan *TikTok*. Meskipun media sosial memiliki perbedaan dalam fungsi dan gaya konten, mereka memiliki kesamaan dalam hal kecepatan umpan balik dan berbagi informasi. Menurut laporan *We Are Social* dan *Hootsuite*, jumlah pengguna internet di seluruh dunia mencapai 5,16 miliar orang, yang mewakili 64,4% dari total populasi global yang berjumlah 8,01 miliar orang. Sebanyak 4,76 miliar orang di seluruh dunia menggunakan media sosial, yang berarti sekitar 60% dari populasi global terlibat dengan platform ini. Di Indonesia, jumlah pengguna media sosial adalah 167 juta orang, atau 60,4% dari total populasi domestik (Riyanto, Andi Dwi. 2023).



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet. Sumber: Riyanto (2023) [Hootsuite \(We Are Social\): Indonesia Digital Report 2023.](#)

Tahun 2023 dan 2024 merupakan tahun politik yang didasari dengan diadakannya pemilu (pemilihan umum) yang terdiri dari pilpres (pemilihan presiden) dan Pileg (pemilihan legislatif) pada 14 Februari 2024. Para calon presiden dan wakil presiden beserta tim sukses mereka akan melakukan kampanye intensif untuk memperoleh dukungan dalam kontes politik tersebut. Dalam pergerakan kampanye tersebut, para calon memberikan informasi terkait program dan janji kampanye yang akan dilakukan jika mereka terpilih sebagai Presiden dan Wakil Presiden. Selayaknya kegiatan sosial-politik, akan ada keterlibatan oleh masyarakat dengan memberikan pendapat terkait janji kampanye atau argumen atau program yang dilakukan oleh para Capres dan Cawapres dalam sebuah forum debat. Beberapa masyarakat yang memberikan tanggapan atau sentimen ini salah satunya dicurahkan lewat media sosial X atau *twitter* terhadap para Capres Cawapres. keterlibatan *netizen* dalam konteks pilpres menjadi gambaran bentuk perhatian publik terhadap Capres dan Cawapres. Akan tetapi, keterlibatan warganet ini tidak serta merta sebagai bentuk dukungan. Karena

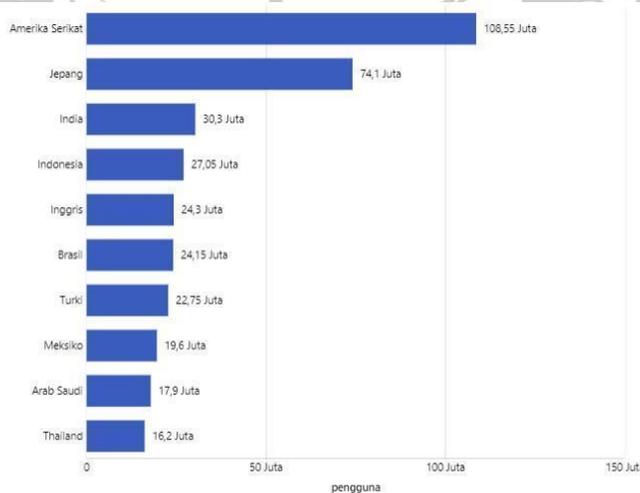
dalam partisipasi warga di dunia maya, terdapat juga yang menentang atau berlawanan pendapat.

Keterlibatan warganet yang kontra terhadap salah satu paslon ini membuat gerakan propaganda politik dengan menyebut gerakan #AsalBukan02. Gerakan ini belum diketahui siapa yang memprakarsai gerakan tersebut. Namun gerakan ini ramai digunakan dengan maksud mengungkapkan kekecewaan dari pasangan Capres dan Cawapres yang bernomor urut 02, yakni Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka (N. Satria Ardhi. 2023). Beberapa hal yang menjadi rasa kecewa tersebut adalah adanya kecurangan dan kesalahan dari kubu paslon 02. Kekecewaan ini menumpuk dari awal penunjukan Gibran sebagai pendamping Prabowo pada gelaran Pilpres 2024. Penunjukannya tersebut disebut kontroversial dikarenakan menjelang batas akhir pendaftaran capres-cawapres, publik dikejutkan oleh putusan Mahkamah Konstitusi (MK) perkara 90/PPU-XXI/2023 terkait usia minimal capres dan cawapres pada Undang-undang Nomor 7 Tahun 2007 tentang Pemilu dikabulkan oleh MK pada Senin 16 Oktober 2023. Hal yang membuat kontroversial tersebut adalah pembuat keputusan yakni Ketua MK Anwar Usman saat pengadilan merupakan Paman dari Gibran Rakabuming Raka dan membuatnya bisa untuk mengikuti dalam Pilpres 2024 (N. Satria Ardhi. 2023).

Nepo baby julukan yang diberikan kepada Gibran dikarenakan hubungan politik dari keputusan MK tersebut dan merupakan anak dari Presiden Indonesia yang masih menjabat yakni Joko Widodo. Puncak kekecewaan kepada capres-cawapres petahana tersebut ketika beredar video adanya tangan yang mengacungkan pose dua jari dari dalam mobil RI 1 (Mangihot, Johannes. 2024). Ada dugaan bahwa sosok yang mengeluarkan tangan dan berpose 2 jari tersebut adalah Ibu Negara, yakni Iriana Joko Widodo. Dikarenakan Ibu Negara juga ikut dalam kunjungan kerja Presiden Joko Widodo ke Salatiga. Di sisi lain, Hasyim Asy'ari menjelaskan di UU Pemilu tidak ada ketentuan terkait Kedudukan Ibu Negara dalam berkampanye, dikarenakan Ibu Negara bukanlah jabatan publik dan pejabat publik. Ia menambahkan bahwa ketentuan yang ada saat ini hanya mengatur presiden dan menteri-menteri yang sedang menjabat (Mangihot, Johannes. 2024).

Marsda TNI (Purn) Supomo, yang saat ini menjabat sebagai Anggota Dewan Pakar Tim Nasional Pemenangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar (Timnas Amin), memberikan tanggapan terkait munculnya tagar #AsalBukan02 di media sosial pada Selasa, 30 Januari 2024. Menurut Supomo, gerakan ini merupakan respons otomatis dan spontan dari masyarakat yang merasa jenuh dan tidak puas dengan situasi politik saat ini. Ia menilai bahwa kemunculan gerakan ini dipicu oleh kebijakan pemerintah yang dianggap mulai menunjukkan keberpihakan kepada salah satu pasangan calon. Pernyataan tersebut disampaikan Supomo di Markas Pemenangan Timnas Amin di Menteng, Jakarta Pusat, pada hari yang sama (Ilham, Syalutan, 2024). Di Twitter, isu tentang keberpihakan Presiden Jokowi menjadi topik pembicaraan yang hangat.

Twitter, yang juga dikenal sebagai *X*, adalah salah satu media sosial yang populer dengan beragam fungsi. Di platform ini, kita bisa berkomunikasi dengan orang lain dan berbagi informasi berupa gambar, suara, dan teks. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* yang diunggah pada Oktober 2023, terdapat 27,5 juta pengguna *Twitter/X* di Indonesia, menjadikan negara ini sebagai pengguna *X* terbanyak ke-4 di dunia (Annur, Cindy Mutia, 2023). Setiap hari, *Twitter* membahas berbagai topik, mulai dari hobi, konsultasi dokter, curhatan, permintaan bantuan, hingga politik. Dari berbagai diskusi harian tersebut, kita dapat memanfaatkannya untuk memperoleh informasi yang berguna, yang disebut analisis sentimen (Nurhuda, Faishol, 2016).



Gambar 1.2 Data pengguna X di Indonesia. Sumber: Databoks (2023) [Ada 27 Juta Pengguna Twitter di Indonesia, Terbanyak ke-4 Global](#).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sentimen diartikan sebagai pandangan atau pendapat yang berdasarkan perasaan yang berlebihan terhadap suatu hal. Dalam penelitian ini, unggahan atau tweet warganet dapat dianalisis sentimennya menjadi positif, negatif, atau netral (Suyanto, 2017). Tantangan saat ini adalah bagaimana mengidentifikasi kategori topik dari sebuah postingan yang diunggah ke media sosial X yang diposting oleh pengguna X dan menentukan sentimen terhadap tokoh politik dari tweet tersebut. Mengetahui klasifikasi topik dan sentimen terhadap calon presiden dan wakil presiden sangat penting karena informasi ini dapat digunakan sebagai bahan analisis dan evaluasi bagi para calon untuk menilai tingkat elektabilitas mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teks tweet yang bisa dikategorikan ke beberapa topik dan sentimen yang membahas propaganda politik menggunakan *TextBlob*. *TextBlob* adalah salah satu *library Python* yang dalam penelitian ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelas topik, sehingga setiap tweet mendapatkan label kelas tertentu. Label yang diberikan oleh *TextBlob* kemudian digunakan untuk menentukan sentimen tweet, apakah positif, netral, atau negatif, yang merupakan kategori sentimen di media sosial X. Model klasifikasi yang dipilih adalah *Support Vector Machine* (SVM) untuk klasifikasi teks. Evaluasi model dilakukan menggunakan *confusion matrix* untuk menilai performa klasifikasi, serta metrik seperti akurasi, presisi, *recall*, dan F1 score untuk mengukur ketepatan, kemampuan mengidentifikasi kelas yang benar, dan keseimbangan antara presisi dan *recall*.

Gerakan tagar #AsalBukan02 adalah sebuah kampanye politik yang menyampaikan pesan untuk tidak mendukung calon presiden dan wakil presiden nomor urut 02. Dari gerakan ini, dapat dianalisis sentimen masyarakat Indonesia yang mencakup aspek positif, negatif, dan netral terhadap kampanye tersebut. Fenomena di mana masyarakat saling berpendapat dalam konteks pesta demokrasi Pilpres 2024 menjadi fokus menarik bagi para peneliti untuk melakukan studi mendalam mengenai hal tersebut. Oleh karena itu, judul penelitian yang diusulkan adalah "Analisis Sentimen Publik terhadap Kampanye #AsalBukan02 pada Masa Kampanye Pilpres 2024 di Media Sosial X."

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dibuat berdasarkan informasi dan konteks yang telah diuraikan sebelumnya. “Bagaimana analisis sentimen pada media sosial X pada gerakan #AsalBukan02 menggunakan TextBlob?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dibentuk berdasarkan masalah penelitian yang telah disebutkan sebelumnya. “Mengetahui analisis sentimen pada media sosial X pada gerakan #AsalBukan02 menggunakan TextBlob”.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa referensi yang berharga, pemahaman yang lebih dalam, serta informasi yang bermanfaat bagi mahasiswa yang belajar di bidang ilmu komunikasi atau disiplin ilmu lainnya, terutama bagi mereka yang tertarik pada penelitian konten media sosial dan analisis sentimen.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang analisis sentimen, khususnya dalam konteks media X.